

**UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS**



**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS**

**TESIS**

**EL SERVICIO DE HOUSEKEEPING Y LA  
PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES EN UNA CLÍNICA  
PRIVADA, LIMA 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

**AUTOR:**

JAMANCA HURTADO ANA GABRIELA  
CÓDIGO ORCID: 0000-0001-9206-1668

**ASESOR:**

DRA. GARCIA BAYONA JUANA ROSA  
CÓDIGO ORCID: 0000-0003-3780-8911

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN EMPRESARIAL Y ECONOMÍAS  
EMERGENTES**

LIMA, PERÚ

AGOSTO, 2022

## **Dedicatoria**

Dedico esta investigación a mis padres por brindarme incondicionalmente su apoyo en este logro, son mi inspiración en conseguir mis objetivos, y también a mis hermanos que me apoyaron incondicionalmente.

## **Agradecimiento**

Agradezco primeramente a Dios, a mis padres por darme la vida y las fuerzas para seguir adelante cumpliendo todas metas. A mis maestros y asesora por guiarme en toda la elaboración de mi trabajo de investigación.

## Resumen

La presente tesis titulada: Servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes en una clínica privada, Lima 2021, tuvo por objetivo determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, de tipo básica, de nivel descriptivo-correlacional, de diseño no experimental, de corte transversal; la técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento fueron dos cuestionarios con 19 preguntas para la variable 01: “Servicio de housekeeping” y 8 preguntas con la escala de tipo Likert; para la variable 02: “Percepción de los pacientes” y se aplicó a 50 pacientes que estuvieron internados en la clínica privada. Por otra parte, el Alfa de Cronbach de ambos cuestionarios, se obtuvo un coeficiente de 0,744 y 0,869 respectivamente, y se demostró que ambos coeficientes tienen una alta confiabilidad aplicado en una prueba piloto de 15 pacientes.

Se concluyó que el servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue 0,704; el cual indica una correlación alta y directa entre las dos variables.

Asimismo, en los resultados descriptivos se evidenciaron que las principales deficiencias del servicio de housekeeping corresponden con la programación de limpieza en habitaciones, al poco agrado de los productos de higiene personal brindados a los pacientes hospitalizados, disconformidad con la decoración de las habitaciones y deficiente abastecimiento de los kits de aseo personal para pacientes.

**Palabras clave:** Housekeeping, hotelería hospitalaria, clínica privada

### **Abstract**

The present thesis entitled: Housekeeping service and the perception of patients in a private clinic, Lima 2021, aimed to determine how housekeeping service is related to the perception of patients in a private clinic in Lima, 2021. The methodology used was of a quantitative approach, of basic type, of descriptive-correlative level, of non-experimental design, of cross-sectional cut; the technique used was the survey and the instrument were two questionnaires with 19 questions for variable 01: "Housekeeping service" and 8 questions with the Likert scale; for variable 02: "Perception of patients" and applied to 50 patients who were hospitalized in the private clinic. On the other hand, the Cronbach Alpha of both questionnaires obtained a coefficient of 0.744 and 0.869 respectively, and it was demonstrated that both coefficients have a high reliability applied in a pilot test of 15 patients.

It was concluded that housekeeping service is significantly related to the perception of patients in a private clinic in Lima, 2021. Spearman's Rho correlation coefficient was 0.704, which indicates a high and direct correlation between the two variables.

In addition, the descriptive results showed that the main deficiencies of the housekeeping service correspond to the cleaning schedule in rooms, to the unwelcome personal hygiene products provided to hospitalized patients, dissatisfaction with the decoration of the rooms and poor supply of personal hygiene kits for patients.

**Keywords:** Housekeeping, hospitality, private clinic.

## Tabla de contenido

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Resumen.....	4
Abstract.....	5
Tabla de contenido.....	6
Lista de tablas.....	8
Lista de figuras.....	10
Introducción.....	12
Capítulo I: Problema de la Investigación.....	13
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	13
1.2 Planteamiento del Problema.....	14
1.2.1. <i>Problema general</i> .....	14
1.2.2. <i>Problemas específicos</i> .....	14
1.3. Objetivos de la investigación.....	15
1.3.1 <i>Objetivo general</i> .....	15
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	15
1.4 Justificación e Importancia.....	15
1.5 Limitaciones.....	16
Capítulo II: Marco Teórico.....	17
2.1 Antecedentes.....	17
2.1.1 <i>Antecedentes internacionales</i> .....	17
2.1.2 <i>Antecedentes nacionales</i> .....	20
2.2 Bases teóricas.....	23
2.3 Definición de términos Básicos.....	42

Capítulo III: Metodología de la investigación .....	44
3.1 Enfoque de la investigación.....	44
3.2 Variables .....	44
3.2.1 Operacionalización de las Variables.....	45
3.3 Hipótesis .....	48
3.3.1 Hipótesis general .....	48
3.3.2 Hipótesis específicas.....	48
3.4 Tipo de investigación.....	48
3.5 Diseño de la investigación .....	49
3.6 Población y Muestra .....	49
3.6.1. Población.....	49
3.6.2. Muestra .....	49
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	50
Capítulo IV: Resultados.....	54
4.1. Análisis de resultados .....	54
4.2. Discusión .....	78
Conclusiones.....	80
Recomendaciones .....	82
Referencias.....	83
Apéndices.....	90

### Lista de tablas

<b>Tabla 1</b> Relación entre las áreas hospitalarias y housekeeping.....	27
<b>Tabla 2</b> Operacionalización de las variables Servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes.....	45
<b>Tabla 3</b> Ficha Técnica N° 1. Cuestionario para el Servicio de housekeeping.....	46
<b>Tabla 4</b> Ficha Técnica N° 2. Cuestionario para La percepción de los pacientes .....	47
<b>Tabla 5</b> Alfa de Cronbach de la variable servicio de housekeeping .....	51
<b>Tabla 6</b> Alfa de Cronbach de la variable Percepción de los pacientes.....	51
<b>Tabla 7</b> Interpretación de los coeficientes de Alfa de Cronbach.....	52
<b>Tabla 8</b> Expertos que validaron el instrumento.....	53
<b>Tabla 9</b> Pregunta 01. ¿Es fácil ubicar la habitación? .....	54
<b>Tabla 10</b> Pregunta 02. ¿Es adecuada la disposición del equipamiento de la habitación? .....	55
<b>Tabla 11</b> Pregunta 03. ¿La disposición de suministros de ropa y útiles de aseo es suficiente? ...	56
<b>Tabla 12</b> Pregunta 04. ¿La decoración de las habitaciones es adecuada para una institución de salud? .....	57
<b>Tabla 13</b> Pregunta 05. ¿La limpieza de la habitación se realiza diariamente?.....	58
<b>Tabla 14</b> Pregunta 06. ¿La limpieza de las habitaciones interfiere con alguno de sus tratamientos?.....	59
<b>Tabla 15</b> Pregunta 07. ¿Durante la limpieza se desinfecta toda la habitación?.....	60
<b>Tabla 16</b> Pregunta 08. ¿Posterior a la limpieza e higiene de espacios queda en orden la habitación? .....	61
<b>Tabla 17</b> Pregunta 09. ¿La ropa suministrada de cama es de su agrado? .....	62
<b>Tabla 18</b> Pregunta 10. ¿La ropa de baño se encuentra en buen estado? .....	63

<b>Tabla 19</b> Pregunta 11. ¿El abastecimiento de útiles de aseo es frecuente? .....	64
<b>Tabla 20</b> Pregunta 01. ¿Los mobiliarios dentro de la habitación se encuentran bien distribuidos y en buen estado? .....	65
<b>Tabla 21</b> Pregunta 02. ¿Se debería de mejorar la calidad de los productos de aseo (kits de aseo)? .....	66
<b>Tabla 22</b> Pregunta 03. ¿Considera que la desinfección de equipos médicos y de superficies es correcta? .....	67
<b>Tabla 23</b> Pregunta 04. ¿Se perciben más limpios los espacios luego del proceso de limpieza aplicado? .....	68
<b>Tabla 24</b> Pregunta 05. ¿Considera que la habitación recibe una desinfección adecuada? .....	69
<b>Tabla 25</b> Pregunta 06. ¿La decoración interna de las habitaciones es de su agrado? .....	70
<b>Tabla 26</b> Pregunta 07. ¿El personal de housekeeping refleja seguridad en el desarrollo de sus actividades?.....	71
<b>Tabla 27</b> Pregunta 08. ¿El personal de housekeeping realiza sus labores con empatía?.....	72
<b>Tabla 28</b> Normalidad – variables servicio de housekeeping y percepción de los pacientes .....	73
<b>Tabla 29</b> Correlación Rho de Spearman para servicio de housekeeping y percepción de los pacientes.....	74
<b>Tabla 30</b> Correlación Rho de Spearman para servicio de housekeeping y percepción de los pacientes referente a elementos tangibles .....	75
<b>Tabla 31</b> Correlación Rho de Spearman para servicio de housekeeping y percepción de los pacientes referente a los servicios .....	76
<b>Tabla 32</b> Rangos de coeficientes de correlación de la Rho de Spearman para su interpretación.	77

### Lista de figuras

<b>Figura 1</b> Organigrama departamento de ama de llaves.....	25
<b>Figura 2</b> Concepto de calidad basado en perspectivas del consumidor y productor .....	37
<b>Figura 3</b> Pregunta 01. ¿Es fácil ubicar la habitación?.....	54
<b>Figura 4</b> Pregunta 02. ¿Es adecuada la disposición del equipamiento de la habitación?.....	55
<b>Figura 5</b> Pregunta 03. ¿La disposición de suministros de ropa y útiles de aseo es suficiente?....	56
<b>Figura 6</b> Pregunta 04. ¿La decoración de las habitaciones es adecuada para una institución de salud? .....	57
<b>Figura 7</b> Pregunta 05. ¿La limpieza de la habitación se realiza diariamente? .....	58
<b>Figura 8</b> Pregunta 06. ¿La limpieza de las habitaciones interfiere con alguno de sus tratamientos?.....	59
<b>Figura 9</b> Pregunta 07. ¿Durante la limpieza se desinfecta toda la habitación? .....	60
<b>Figura 10</b> Pregunta 08. ¿Posterior a la limpieza e higiene de espacios queda en orden la habitación? .....	61
<b>Figura 11</b> Pregunta 09. ¿La ropa suministrada de cama es de su agrado?.....	62
<b>Figura 12</b> Pregunta 10. ¿La ropa de baño se encuentra en buen estado?.....	63
<b>Figura 13</b> Pregunta 11. ¿El abastecimiento de útiles de aseo es frecuente? .....	64
<b>Figura 14</b> Pregunta 01. ¿Los mobiliarios dentro de la habitación se encuentran bien distribuidos y en buen estado? .....	65
<b>Figura 15</b> Pregunta 02. ¿Se debería de mejorar la calidad de los productos de aseo (kits de aseo)? .....	66
<b>Figura 16</b> Pregunta 03. ¿Considera que la desinfección de equipos médicos y de superficies es correcta?.....	67

<b>Figura 17</b> Pregunta 04. ¿Se perciben más limpios los espacios luego del proceso de limpieza aplicado? .....	68
<b>Figura 18</b> Pregunta 05. ¿Considera que la habitación recibe una desinfección adecuada? .....	69
<b>Figura 19</b> Pregunta 06. ¿La decoración interna de las habitaciones es de su agrado?.....	70
<b>Figura 20</b> Pregunta 07. ¿El personal de housekeeping refleja seguridad en el desarrollo de sus actividades?.....	71
<b>Figura 21</b> Pregunta 08. ¿El personal de housekeeping realiza sus labores con empatía? .....	72

## **Introducción**

La investigación titulada el servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes en una clínica privada, Lima, 2021, que tiene como objetivo determinar cómo el servicio de housekeeping se relacionan con la percepción de los pacientes en cuanto al servicio dentro de las habitaciones.

Para ello dicho estudio está conformado por cuatro capítulos, los cuales están referidos a:

Capítulo I. Presentación del problema, el cual presenta evidencia internacional, nacional y local sobre la problemática que actualmente afecta al sector salud y particularmente a la clínica.

Capítulo II. Está referido a las bases teóricas de las variables en estudio, que dan luces a la comprensión de teorías y términos que respaldan el estudio.

Capítulo III. Se presenta la metodología mediante la cual se llevó a cabo el estudio, explicando el enfoque, variables, hipótesis, tipo, diseño, población, muestra, técnicas de recolección de datos, así como el procesamiento y análisis de datos.

Capítulo IV. Presentación de los resultados, la discusión, conclusiones y finalmente recomendaciones del estudio.

## Capítulo I: Problema de la Investigación

### 1.1 Descripción de la Realidad Problemática

El área de ama de llaves con el pasar del tiempo, ha recibido diferentes denominaciones, considerándose por unos autores, como “servicio de ama de llaves, gobernanta u housekeeping”, significando todas lo mismo, y realizan una importante labor, que es conservar en perfecto estado las áreas de espacio privado “habitaciones”, y espacios públicos dentro del establecimiento hotelero (Calle et al., 2018).

A continuación, esta investigación se enfoca en estudiar el servicio de housekeeping, brindado desde instituciones de salud.

Como todos sabemos, en todo el mundo, al inicio de la pandemia ocasionada por la Covid 19. Se iniciaron nuevos retos para las organizaciones de salud, donde el servicio de housekeeping, fue participe de estos cambios, con el fin de mantener un confort, y a su vez seguridad; tanto en los colaboradores internos, como en clientes, por medio de la adaptación a espacios, y atención permanente, para no dejar de atender en esta alerta sanitaria (Palomino, 2020).

Por ello, es de gran importancia mencionar que los cambios realizados, tenían que respetar y aplicar los protocolos sanitarios, con el fin de prevenir contagios, y una permanente o constante atención a los pacientes.

Esto trajo como resultado, “presión” y “tensión”, a los trabajadores del sector salud y sus sistemas de trabajo, por la cantidad de contagios y a causa de ello pacientes en malas condiciones de salud (Organización mundial de la salud, 2020). El aumento en demanda de profesionales en salud, y empresas de salud, ocasionó incumplimientos de funciones. (Enríquez y Sáenz, 2021).

En nuestro país, fue inevitable el colapso en las empresas de salud, siendo más notable la deficiencia de personal, y la falta de implementos para el tratamiento y recuperación de los

pacientes contagiados con Covid 19, razón por la cual las instituciones públicas y privadas de salud, tuvieron que optar por la realización de procesos, que contribuyan a soportar la ola de contagios. Es así como organizaron distintos y varios procesos que permitan reforzar las atenciones, para disminuir los contagios, sin exponer al personal de salud, ni pacientes. Dentro de ellos están, las labores de limpieza, alimentación, manejo de residuos sólidos, abastecimiento de ropas, entre otras, propias del servicio de housekeeping (Ministerio de salud, 2020; Ministerio de salud; 2021).

A nivel local, la institución de salud de estudio, considera de gran importancia, la calidad de servicios brindados a los pacientes, aplicando distintos estándares internacionales de calidad y seguridad del paciente. Contando también con el área de hotelería hospitalaria, para dar una eficiente gestión de procesos operativos a los pacientes. En la presente investigación se evidencian las fortalezas y deficiencias existentes en el área, a través de la percepción de los pacientes que estaban internados en la clínica por complicaciones de salud.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

### ***1.2.1. Problema general***

¿De qué manera el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021?

### ***1.2.2. Problemas específicos***

- ¿De qué manera el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021?
- ¿De qué manera el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### ***1.3.1 Objetivo general***

Determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021.

#### ***1.3.2 Objetivos específicos***

- Determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021.
- Determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021.

### **1.4 Justificación e Importancia**

#### ***1.4.1 Teórica***

La presente investigación se justifica a través de teorías relacionadas al tema, que evidencian la importancia de ambas variables, y aporta al desarrollo de más conocimientos referentes a los servicios de hotelería, y al servicio de housekeeping, sobre todo lo relacionado en instituciones de salud “housekeeping en instituciones de salud”, tema poco conocido por muchos profesionales en turismo y hotelería.

Vizcarra (2019), determina que hay una conexión, entre el servicio dado en las habitaciones, con la mejoría y bienestar de los pacientes internados. Esto a su vez repercute con la buena imagen de la empresa, y buena percepción de los pacientes en cuanto a los servicios hoteleros.

#### ***1.4.2 Metodológica***

Se justifica a través del uso del instrumento y método, que permite obtener datos numéricos, para determinar cómo el servicio de housekeeping, se relaciona con la percepción de

los pacientes. Por consiguiente, se aplicó el enfoque cuantitativo por la posibilidad en contribuir a una mejor comprensión de los fenómenos abordados, gracias a la obtención de información del mismo.

Se procedió a recolectar la opinión de los pacientes, que perciben el servicio durante el internamiento, personas que manifiestan sus percepciones certeras del servicio.

#### ***1.4.3 Práctica***

Se justifica debido a la necesidad de conocer el servicio de housekeeping, llevada a cabo en una institución privada de salud, donde se puede identificar como este servicio influye en los pacientes, los resultados obtenidos en la investigación, permitieron identificar los aspectos que deben de ser mejorados dentro de este servicio.

#### **1.5 Limitaciones**

La principal limitación, fue el acceso a todos los pacientes, debido a que algunos estuvieron hospitalizados por Covid-19, por esta razón el trato era restringido; En consecuencia se aplicó la encuesta a pacientes con patologías no contagiosas, para que no se pusiera en peligro la vida del paciente, ni del investigador.

## Capítulo II: Marco Teórico

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Antecedentes internacionales

Del Estal y Melián (2021), presentaron una investigación de título: Importancia del compromiso del personal sanitario, para la satisfacción de los pacientes en atención primaria. Publicado para la revista *ElServier*, para la Universidad de las Palmas de Gran Canaria- España. El objetivo de la investigación fue identificar la importancia de la calidad de atención del personal en un centro médico y relevante que es para la satisfacción de los pacientes. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con método observacional, de corte transversal, retrospectivo. La muestra fue de 605 profesionales de la salud y de 1537 pacientes de diversos centros de salud. Realizó cuestionarios por medio de encuestas. Los resultados evidenciaron que existe una influencia positiva hacia los pacientes, cuando el personal de salud es comprometido con su labor. La presente tesis se determinó como antecedente porque demuestra la influencia que existe en el compromiso de la organización sanitaria con la satisfacción de los pacientes, también que el marco socioeconómico de las instituciones de salud, no influye en la satisfacción de pacientes.

Méndez et al. (2021), realizaron una investigación de título: Medición de satisfacción a través de los atributos de la calidad percibida, en una muestra de clientes de hoteles. Publicada en la revista *de Ocio y Turismo - Rotur*. Para la Universidad Rey Juan Carlos y Universidad Complutense de Madrid. Con el objetivo de otorgar datos sobre la relación que hay entre la satisfacción con la calidad que perciben los huéspedes de los establecimientos hoteleros. La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, a través de cuestionarios recabados, en bases a datos de evaluaciones realizadas por huéspedes en distintos hoteles a nivel mundial,

durante el final de su estancia. La población estuvo integrada por un total de 165.739 respuestas del año 2017, y los tres primeros meses del año 2018. Los resultados permitieron observar que para el primer cuatrimestre hubo un aumento en la percepción de los huéspedes, y que por lo tanto recomendarían los servicios del hotel donde estuvieron. Los atributos considerados dentro de la investigación fueron: atención recibida, estado de instalaciones, limpieza general y relación calidad – precio. Por lo tanto, el estudio concluyó en base a respuestas de un porcentual mayor en calidad percibida, siendo la más alta en probabilidad de recomendación para la empresa, indicándose que los atributos considerados son altamente significativos, excepto el atributo limpieza general, que se considera poco significativo. La presente investigación se determinó como antecedente, porque da a conocer la relación que existe entre la buena gestión, y calidad de servicio con la buena percepción de los huéspedes. También demuestra los atributos importantes a considerar, para obtener resultados importantes respecto al rubro hotelero.

Agudelo y Bermúdez (2020), presentaron una tesis para la Universidad Tecnológica de Pereira-Colombia. Titulada: Evaluación en la satisfacción de los usuarios respecto al servicio de hotelería y confort, en la central hospitalaria de la IPS Clínica El Prado. El objetivo de la investigación fue determinar la satisfacción de los pacientes usuarios de la hotelería y confort, de las instalaciones de la clínica El Prado. La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, con una población de 53 usuarios del servicio de hotelería de la clínica. Realizó cuestionarios por medio de encuestas. Los resultados determinaron que un buen proceso de funciones en la hotelería evita procesos infecciosos, y genera buena atención a los pacientes, existe una organización bien estructurada, pero no cuenta con herramientas para seguir con la medición de satisfacción de pacientes, y es de gran importancia recibir sugerencias o recomendaciones. La presente tesis se

determinó como antecedente porque da a conocer lo importante que es medir la satisfacción de clientes (pacientes), debido a que este proceso permite mejorar el proceso de gestión.

Bonilla (2018), presentó una tesis para la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador. Titulada: La percepción y satisfacción en el servicio al cliente en la Librería Éxito de la ciudad de Riobamba, período 2017. Su objetivo fue precisar la percepción que existe y conocer de la satisfacción en cuanto al servicio a sus clientes en la librería Éxito de la ciudad de Riobamba, periodo 2017. La investigación fue de enfoque cuantitativo, la población estaba conformada por clientes internos y externos de 18 hasta los 65 años al cual se les aplicó una encuesta. Los resultados permitieron identificar los errores que existen en cuanto al servicio al cliente en la librería, sin embargo, está posicionada en la mente de los clientes. Se concluyó que las fallas en cuanto al servicio afectan la imagen y las ventas perjudicando notablemente a la empresa, también consideran implementar estrategias para promocionar sus productos y hacerse notables por el servicio, para que finalmente consigan hacerse publicidad por los clientes. La presente tesis se determinó como antecedente porque refiere la importancia de brindar buenos productos y servicios para fidelizar a los clientes y promocionarse a través de ellos. Finalmente, un mal servicio proporciona pérdida de clientes y perjudica en el crecimiento de ventas e ingresos para una empresa.

Garis (2016), presentó una tesis de Maestría, para la Universidad Nacional de Mar de Plata- Argentina. Titulada: Instrumentos de medición y gestión de la calidad en la atención de los servicios hoteleros hospitalarios, en base a la percepción de los pacientes. Planteó como objetivo examinar el grado de satisfacción de los pacientes de la institución de salud, a través de la identificación de las cualidades respecto a la calidad percibida por los pacientes. La investigación fue bajo el enfoque mixto. La población estuvo conformada por profesionales de la salud y

pacientes, a quienes se les realizó una encuesta, entrevista y se les observó. Los resultados hicieron notar que la clínica tiene índices menores y pasables de insatisfacción, referente al *comfort* y la percepción del paciente durante el internamiento, obtuvo resultados buenos, por lo que se concluyó que la empresa está dentro de los estándares excelentes en atención, alimentación, buen trato, facilidad de información, solo se dejaron notar dificultades en cuanto a la administración. La presente tesis se determinó como antecedente porque mide la excelencia en atención a pacientes, y a través de ello se proponen alternativas de mejora en calidad de servicios en la hotelería hospitalaria, dentro de ello al área de housekeeping.

### ***2.1.2 Antecedentes nacionales***

Vizcarra (2019), presentó una tesis de Maestría para la Universidad de San Martín de Porres, titulada: Servicio de housekeeping en las habitaciones de la clínica Ricardo Palma, y su relación con el bienestar del paciente-2018. Tuvo como objetivo conocer la relación existente entre sus variables “servicio de housekeeping” y “bienestar del paciente”. El estudio fue en enfoque cuantitativo, de método no experimental – transversal, correlacional, contando con 269 pacientes como muestra a quienes se les entregó dos cuestionarios. Los resultados demostraron que existe una relación entre ambas variables. Por lo que se concluyó, que la implementación del departamento de housekeeping forma parte de la satisfacción del paciente, también da bienestar, genera un efecto positivo durante la hospitalización, es parte de la recuperación. Por ende se recomienda que el área de housekeeping también debe de ser aplicado en empresas de salud. La presente tesis se determinó como antecedente, porque da a conocer la importancia del servicio housekeeping en clínicas, y de cómo esta forma parte de la recuperación de los pacientes internados a través de las actividades que se realizan.

Soria (2018), presentó una tesis para la Universidad San Ignacio de Loyola, titulada: Factores que influyen en la satisfacción del paciente dentro de la hotelería hospitalaria de un establecimiento de salud privado en Lima Metropolitana 2017. Planteó como objetivo, determinar los factores que influyen en la satisfacción de los pacientes. El estudio fue de enfoque cuantitativo. Con método explicativo - no experimental, con una muestra de 584 pacientes encuestados. Los resultados evidenciaron que existen factores que influyen de manera positiva en la satisfacción de los pacientes. Referente al servicio en habitaciones los factores como la limpieza, comodidad, información, atención de enfermeros y alimentación obtuvieron resultados positivos. Por lo que se concluyó, que los factores determinados influyen de gran manera en la satisfacción de los pacientes. La presente tesis se determinó como antecedente, porque demuestra la importancia del buen desarrollo de procesos en las áreas de la hotelería, para satisfacer a los pacientes y fidelizarlos a través de ello.

García (2017), presentó una tesis para la Universidad Cesar Vallejo, titulada: Análisis del servicio del área de housekeeping, y su influencia en la satisfacción de los clientes del hotel Perú hosting-dos estrellas, Piura 2013. Planteó como objetivo, identificar la influencia existente entre el servicio del Housekeeping con la satisfacción de los clientes. La investigación fue de enfoque cuantitativo, con el método descriptivo correlacional - no experimental, transversal, con 70 clientes y 2 trabajadores de la empresa como población encuestada. Recolectando datos a través de cuestionarios, obteniendo resultados positivos en la calidad de servicio dado por los trabajadores del hotel. Concluyéndose que hay relación entre ambas variables, demostrándose que en el área de housekeeping del establecimiento hotelero hay dimensiones relevantes como (lavandería, ropería, atención del personal, empatía y comunicación), son de gran importancia porque influyen de manera positiva en los huéspedes y satisface sus necesidades. La presente tesis se determinó como

antecedente porque se comprueba las características que presenta el servicio del área de housekeeping, y alcanza a mejorar las debilidades que se encuentran referente a la organización de las mismas, a través de políticas de mejora de operación y calidad de servicio, capacitación al personal para la mejora de su labor en servicio al huésped, y propuesta de mejora en decoración de habitaciones.

Minaya (2018), presentó una tesis para la Universidad Cesar Vallejo, titulada: Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de consultorio Médico de Medicina, según percepción de los pacientes del hospital de Huaral, 2016. Planteó como objetivo demostrar la relación existente entre la buena atención, y la satisfacción de los pacientes basados en la percepción del mismo en el hospital de Huaral. La investigación fue de enfoque cuantitativo, de método no experimental, con una población de 2840 atenciones mensuales, se utilizaron cuestionarios a través de encuestas. Los resultados demostraron que hay insatisfacción, por la falta de comunicación del personal de salud con los huéspedes, y determina que se tiene que elaborar protocolos de atención para mejorar los procesos al servicio. La presente tesis se determinó como antecedente porque, confirma que hay una clara relación entre la calidad de atención con la satisfacción de los pacientes.

Nizama (2018), presentó una tesis para obtener el grado de maestra en la universidad de San Martín de Porres, titulada: La calidad percibida del servicio hotelero, y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, área de front desk. Planteó como objetivo, evaluar la calidad existente del servicio en el hotel y ver la relación que existe con la percepción del cliente. La investigación se llevó a cabo mediante enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), aplicando el método descriptivo y de tipo observacional. Con una población conformada por dos trabajadores y 50 clientes. Se utilizaron cuestionarios y

entrevistas a colaboradores de la empresa y clientes. Los resultados demuestran que existe una relación entre la calidad del servicio y la percepción del cliente, la empatía de los colaboradores y el buen trato; este se relaciona con la percepción de los clientes. Se concluyó que el nivel de calidad es óptimo, sin embargo, se sugiere mejorar la infraestructura y el mantenimiento de la empresa. La presente tesis se determinó como antecedente, porque confirma que hay una relación entre la calidad que brinde la empresa o determinada área con la percepción de los clientes, y tiene que ver en la calidad intangible en este caso, pero sin dejar de lado la calidad tangible que se le ofrece a los clientes.

## **2.2 Bases teóricas**

### ***2.2.1 Servicio de housekeeping***

#### **Definición de servicio de housekeeping.**

Según García (2017), lo define como una palabra inglesa cuyo significado es “Manejo de la casa”. La persona encargada del área es denominada Housekeeper o Ama de llaves.

Para el Ministerio de comercio exterior y turismo (MINCETUR), esta área es una de las más importantes dentro de las empresas de hospedaje, porque presenta una gran cantidad de labores y funciones como la limpieza, mantenimiento y la conservación de las diferentes áreas del hotel, también es el área que más ingresos genera a la economía de la empresa, de forma directa e indirecta (León, 2019).

#### **Departamento de housekeeping**

Esta área es denominada de distintos nombres con el pasar del tiempo, diversos autores lo denominan como área de gobernanta o housekeeping, la labor principal de esta área es de mantener en buenas condiciones los espacios de un establecimiento hotelero incluyendo las habitaciones, de la mano con las diferentes áreas a través de la limpieza en los espacios privados y comunes, así

como el administrar de los desechos, lavado y costura de ropas de clientes y de personal (Lazo y Andrade, 2018; Vasconcelos, 2021).

En este sentido, el área de housekeeping, tiene como función principal el permitir el alojamiento de clientes, a través de la higiene y limpieza de las áreas del establecimiento hotelero, esta labor permite mantener todos los espacios en buena conservación. Asimismo administra los procesos del área de lavandería y ropería para que se desarrollen de manera correcta, permitiendo la utilización correcta de los bienes empresariales, tanto económicos como humanos (Vizcarra y Alberca, 2019; Instituto nacional de educación tecnológica, 2010).

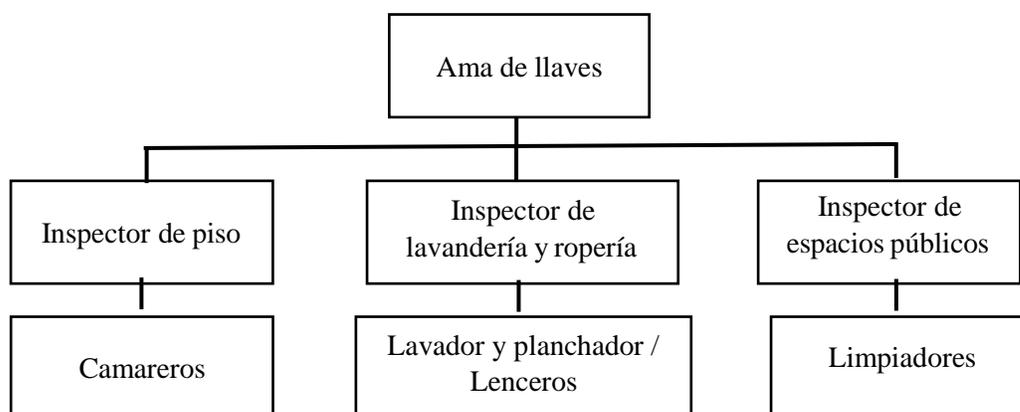
Por lo que se considera, que esta área de estudio es de gran importancia porque a través de su labor hace que sea posible el alojamiento, manteniendo todos los espacios en perfectas condiciones (antes, durante y después del alojamiento). Y esto aplicado en instituciones de salud, hace denotar que es una área de gran importancia, porque es parte de la recuperación del paciente, en vista que permite adecuadas condiciones del ambiente, propiciando un espacio libre de gérmenes y tranquilo primordial para el descanso.

Cabe mencionar que la estructura de las funciones primordiales del área de housekeeping, es de hacer que permanezcan ordenadas y limpias las habitaciones, debido a que la habitación es el principal espacio a vender en un hotel (Lazo y Andrade, 2018).

Las habitaciones deben de permanecer en perfectas condiciones a través de la renovación y lavado de todos sus productos y espacios (mobiliarios, baños, ropas, amenities, folletos y papeles).

**Figura 1**

*Organigrama departamento de ama de llaves*



*Nota.* Datos tomados de Editorial *UTMACH*. Gestión del sector alojamiento-Hotel: Organigrama del departamento de Ama de llaves 2017. Elaborado por los autores basados en el organigrama de (Baz, 2009).

Asimismo (Lazo y Andrade, 2018) explica que en la relación interdepartamental de los servicios de housekeeping son los siguientes:

- Recepción: está pendiente de la situación de los espacios para decidir ponerlo en venta y ofrecer a los posibles clientes.
- Restaurante: para que esta área este limpia en espacios y mantelería.
- Mantenimiento: Para que alguna instalación del hotel se encuentre en perfectas condiciones lo más rápido posible.

### **Funciones del personal que integra el área de housekeeping.**

De acuerdo con Lazo y Andrade (2018), explica las siguientes funciones:

- El ama de llaves o gobernanta: Es quien se responsabiliza del área, que indica y hace cumplir la correcta prestación de servicios, está atenta al ingreso y salida de los huéspedes y establece los horarios del personal. Asimismo, la gobernanta o encargada, tiene la responsabilidad de llevar a cabo en forma cualificada las funciones de dirección, control y

supervisión; en las actividades que conforman los servicios en los pisos, entre las que se incluyen: Las habitaciones, espacios públicos, etc., esto también implica la inspección de las áreas de lavandería, planchado y costura, por último, el asignar y distribuir las funciones al personal bajo su mando (Estornell, et al., 2019; Lazo y Andrade, 2018).

- El Supervisor de ama de llaves: comprueba que se realice de manera correcta la labor de los camareros en todos los ambientes.
- Los Camaristas: son aquellos que limpian todos los ambientes del hotel.
- Lavador, lencero, planchador: vigila la rotación de las ropas clasificando, lavando y planchando, también reporta las pérdidas y daños de lencerías, así como también controla la jornada laboral de los trabajadores.

### **Housekeeping y su gestión en centros hospitalarios.**

Vizcarra y Alberca (2019) señaló que particularmente en el área de housekeeping dentro de las instituciones de salud, se debe recalcar que sus funciones se orientan más hacia la gestión operativa como lo son: el diseño de los procedimientos de limpieza, el protocolo para el manejo adecuado de los residuos, el plan de mantenimiento de las áreas verdes. Destacando que sus funciones principales se orientan a la limpieza e higiene de las habitaciones, así como en el mantenimiento y buena presentación de los espacios, al igual que en los hoteles. Además, es responsabilidad de este departamento, capacitar a cada uno de los trabajadores que ejecutan actividades en las habitaciones, debido a la presencia de virus y bacterias, a los que se exponen durante su jornada laboral.

A diferencia de los establecimientos de hospedaje que brindan alojamiento por comodidad y entretenimiento, el alojamiento en centros hospitalarios es por complicaciones de salud, esta área es necesaria para los centros de salud por la magnitud de sus funciones, y por consiguiente debe ser gestionado y operado por profesionales hoteleros, por lo que la gestión es similar a los

establecimientos de hospedaje, teniendo en consideración la dimensión sanitaria propias a un centro de salud. Así mismo, debido a las labores en esta área, se debe mantener capacitado a los operarios de limpieza de las habitaciones, por la presencia de agente infecciosos y virales, a los que se encuentran expuestos durante sus labores. Es importante la comunicación efectiva y continua con otras áreas que también asisten a los pacientes, tal como se menciona en la siguiente tabla.

**Tabla 1**

*Relación entre las áreas hospitalarias y housekeeping*

<b>AREAS</b>	<b>RELACION CON HOUSEKEEPING</b>
<b>HOSPITALARIAS</b>	
Gerencia general	Determina decisiones como: mantenimiento de las áreas, programaciones en manejos de fumigaciones y utilización y desecho de residuos, etc.
Gerencia de salud	Gestión de los procesos que tienen que ver con la evaluación, proceso de recuperación y manejo de desechos peligrosos.
Recursos humanos	Proceso de selección y gestión del personal que labora en la empresa.
Enfermería	Proporciona, la información del estado de cada hospitalización, como las altas para la limpieza y adaptación del espacio de la habitación, realiza el servicio asistencial al médico, maneja los residuos peligrosos presentes de gérmenes.
Admisión	Coordina constantemente con el servicio de housekeeping y enfermería con referente a la información de los pacientes que van a internarse, estando

---

programados o en situación de emergencia, o en caso de traslados que puedan ocurrir.

---

Dietas                    En esta área se distribuyen los alimentos a las habitaciones. Estos alimentos se elaboran bajo condiciones específicas señaladas por el médico tratante, se cuenta con sistemas inocuos en la elaboración de los alimentos. El área de housekeeping es informada de los horarios de distribución de los alimentos, una vez consumidos se realiza el retiro del menaje, este control es llevado en bajo comunicación constante entre ambas áreas.

---

*Nota.* Datos tomados de la investigación denominada Servicio de housekeeping en las habitaciones de la clínica Ricardo Palma y su relación con el bienestar del paciente-2018. Vizcarra (2019, p. 47).

### **Habitaciones hospitalarias.**

Son los espacios físicos donde el paciente va a permanecer durante toda su estadía hasta su recuperación y alta, otorgada por los médicos; en el interior de una habitación se encuentran camas individuales para cada paciente. Asimismo, Auquilla y Capelo (2015), explican que las características de una habitación hospitalaria son:

- Paredes, que deben de estar con pintura lavable y de colores claros.
- Puerta, amplia que permita el ingreso de camillas y de fácil acceso.
- Tamaño de la habitación, amplio para la correcta distribución de mobiliarios, equipos médicos y poder realizar la limpieza.
- Con iluminación: natural, para la recuperación de los pacientes, porque permiten el ingreso de propiedades térmicas y curativas por el reflejo de la luz solar, a través de ventanas grandes; e iluminación artificial: referida a la luz eléctrica que debe de ser de forma indirecta y directa, para examinar a los pacientes.

- La ventilación: Para evitar los malos olores y el buen proceso de limpieza y desinfección.
- La temperatura: A través de un termostato que permite mantener la temperatura, evitando incomodidad o inconvenientes durante el proceso de recuperación de los pacientes.
- La desodorización: A través del retiro constante de residuos, desechos emanados por los pacientes y el constante aseo de los mismos.
- El silencio: Es necesario mantener un ambiente en silencio, para que no afecte el estado del paciente a través de la comunicación en tono de voz baja, control del volumen de equipos, que emitan sonidos y calzados que no hagan ruido (Auquilla y Capelo, 2015).

### **Protocolos de limpieza en housekeeping.**

Las actividades que se realizan en hospitales o clínicas se relacionan con la gestión, cuya prioridad es básicamente la limpieza, para evitar agentes infecciosos en el ambiente que pueden generar complicaciones en los pacientes. Por ende, permiten una buena conservación, buen aspecto físico y buena presencia estética de los espacios. Para tal finalidad las instituciones implementan protocolos y procedimientos de limpieza, desinfección, que deben de regir los colaboradores operativos del área, (son implementados por el departamento de housekeeping).

Para el desarrollo de funciones deben de ser considerados diversos aspectos, esto permite: molestar lo menos posible a paciente, evitar movimientos no necesarios, terminar las labores rápidamente, completar el trabajo sin olvidar nada, completar y realizar reportes a través de los protocolos se consigue controlar y disminuir complicaciones en los procesos de limpieza, o incorrecta manipulación de agentes de limpieza y desinfección.

### **Dimensiones del servicio de housekeeping.**

Con el objetivo de comprender acerca del tema de investigación, se definen los conceptos de cada uno de las dimensiones determinadas de la variable: “Servicio de housekeeping”:

- Como primera dimensión es el control de habitaciones: son el principal producto para alojarse, el cliente a través de ello determina su experiencia y la calidad del servicio prestado. Por lo que se planifica la limpieza de las mismas, informándose a través de reportes de la situación actual (Vizcarra y Alberca, 2019; Molinari, Alfonso et al., 2018).

En esta área la persona encargada de los procesos es quien también reparte responsabilidades. Asimismo, supervisa el trabajo realizado en las habitaciones, garantizando que estén listas para ser utilizadas (Instituto Nacional de Educación Tecnológica, 2010).

Indicadores: (1) Ubicación, (2) Disposición y (3) Decoración.

- Como segunda dimensión es la higiene de habitaciones: donde el encargado de esta área vigila el cumplimiento de limpieza, desinfección y la preservación de los espacios. Donde se asegura que los ambientes respete los niveles de calidad durante y después del alojamiento de los huéspedes. El encargado sostiene un control de labores aplicadas en las habitaciones, donde incluyen el aseo y orden basados a modelos de calidad para asegurar un buen servicio (Molinari et al., 2018; Instituto Nacional de Educación Tecnológica, 2010).

La limpieza es elaborada de igual forma en todas las habitaciones, a pesar de las diferentes categorías que existen. Lo importante para comenzar con las labores de limpieza es de tener a disposición el coche de implementos de limpieza (Duro, 2014).

Indicadores: (4) Limpieza, (5) Desinfección, y (6) Orden.

- Como tercera dimensión del servicio de housekeeping es el abastecimiento de suministros: donde la lavandería y ropería son los encargados del manejo de las ropas de huéspedes y personal, para la realización de esta labor el personal debe de estar preparado en el manejo del equipamiento que facilita esta labor y el responsable del área de housekeeping debe de

estar preparado para organizar y supervisar las actividades que se realizan en lavandería y ropería (Vizcarra y Alberca, 2019; Instituto nacional de educación tecnológica, 2010). El encargado de housekeeping administra la lavandería e inventaría las ropas, además que adquiere y repone las ropas, también vigila la protección y mantenimiento de equipos utilizados en lavandería y ropería (Delgado, 2019).

Indicadores: (7) Ropa de cama, (8) Ropa de baño, y (9) Útiles de aseo personal.

El abastecimiento de suministros en las habitaciones se realiza junto con el servicio de limpieza, por lo que la frecuencia del mismo depende de este servicio, el cual es prestado en diferente momento del día en cada habitación, en vista de que la cantidad de habitaciones asignadas a las camaristas es variada según el tipo de hotel o institución en la cual labore. Sin embargo, los estándares generales para prestar el servicio se encuentran enmarcados en un horario de ocho horas laborales que es el tiempo estimado que trabaja una camarista, el cual se distribuye de la siguiente forma: siete horas para la limpieza treinta minutos aproximadamente para cada habitación, treinta minutos para comer y treinta minutos para adecuar el carrito e identificar las habitaciones a su cargo (Báez, 2009).

Entre los utensilios de limpieza que debe haber se menciona: Barredera, trapeadores, escobillas, lanas, esponjas, fibras, colectores, tachos para basura, guantes, etcétera. Los productos de limpieza disponibles: desinfectantes, quita grasa, limpiador líquido, limpia espejos, selladores entre otros. Asimismo, como suministros para reponer en las habitaciones debe llevar: ganchos, papel higiénico, kits de aseo personal (con jabón, champú, crema corporal, crema de dientes), así como cortinas, bolsas para el tacho, vasos entre otros (Báez, 2009).

En cuanto a las prioridades que debe tener en consideración la camarista se tiene: si existe una alta demanda u ocupación se debe priorizar la limpieza de las habitaciones sucias o vacías para

la entrada de nuevos huéspedes, seguidamente las habitaciones ocupadas; en donde tienen preferencia las que los huéspedes no dejarán ese día y, por último, las habitaciones que serán desocupadas ese mismo día. Ahora, cuando hay baja ocupación la prioridad serán las habitaciones ocupadas que no serán desocupadas el mismo día, posteriormente las habitaciones vacías y de último las ocupadas que serán dejadas ese día (Báez, 2009).

### ***2.2.2 Percepción de los pacientes***

#### **Definición de percepción.**

Según Rojas (2020), explica que la percepción en el contexto de la psicología, es una teoría que permite diferenciar una imagen y un fondo, por lo tanto, no opera a través de un equipo fotográfico, sino que es parte de un estímulo percibido que obtenemos de lo que existe en el exterior obtenido a través de nuestros sentidos. Nuestras sensaciones interiores nos permiten alcanzar un conocimiento, que es reconocido por nuestros ojos.

La real academia de la lengua española, indica que la palabra percepción tiene tres significados, y la que más resalta en esta investigación es la “sensación interior”, que es el resultado de la impresión material, captada por los sentidos”, y se concluye que la percepción es la acumulación de la información captada por nuestros sentidos (Rojas, 2020).

Respecto a esta investigación la teoría de Gestalt desarrolladas por los psicólogos Kurt Koffka, Wolfgang Kohler y Max Wertheimer; contribuyeron al estudio, en vista de que la percepción de los pacientes es de gran importancia para la satisfacción de los mismos. Teniendo en cuenta que se debe de generar percepción positiva en varios aspectos de la empresa. Con el objetivo de fidelizar al paciente y generar buena rentabilidad para la clínica, se debe de comprender la valoración que el paciente y también familiares perciben referente a los servicios prestados, no solo por el personal de salud, también por el personal de hotelería.

Para Andonaire (2015), la percepción se debe de tener en claro que solo es la sensación, que son experiencias básicas generadas por estímulos simples, y son las respuestas de los órganos sensoriales. Por lo tanto, la percepción interpreta las sensaciones, dando organización y significado.

Respecto a las cualidades de la percepción, Meléndez (2020), menciona que la percepción tiene tres cualidades: (a) Objetiva: que tiene que ver con la realidad e interés de las personas para satisfacer lo que deseen. (b) Integración: son las sensaciones unidas al percibir algo. (c) Estructuración: cuando se activa un órgano sensorial en un momento determinado.

Así mismo, Ramírez (2017), respecto a los componentes de la percepción; menciona que está conformado por componentes que establecen sentimientos que indican una necesidad. Estos son: las percepciones, que son estímulos causados por el entorno físico-exterior: como sonidos, imágenes, aromas, etc. Y los *inputs* internos, que son sensaciones satisfactorias que provienen de las personas como:

- Necesidad: es la coacción de logro de un producto o gusto.
- Motivación: es el estímulo para saciar una necesidad.
- Experiencia: es un hecho pasado de un definido hecho.

También en el proceso de la percepción del cliente, (Ruiz, 2016), menciona que se divide en tres fases:

- Selección: las personas eligen en base a sus intereses y necesidades.
- Organización: es el conjunto de percepciones incitadas.
- Interpretación: es la reacción elocuente a los atractivos presentados (Meléndez, 2020).

### **Definición de pacientes.**

Según Garis (2016), explica que es aquella persona que es admitido en un establecimiento de salud “hospital” y se interna ahí durante un tiempo indeterminado, dependiendo la indicación médica, donde incluyen durante la hospitalización diversos servicios como:

- Habitación y alimentación
- Implementos médicos
- Diagnósticos y procesos terapéuticos
- Utilización de las instalaciones del establecimiento de salud
- Medicinas y exámenes biológicos
- Atención por parte del área de enfermería, con suministros y equipos para la atención y tratamiento adecuado.

#### **Ciente o usuario.**

Es aquella persona que recibe los productos y servicios que las empresas ofrecen, en el esfuerzo de satisfacer sus necesidades. Son de gran importancia, en base a ellos las empresas intentan mejorar sus productos y servicios, en busca de ser más competentes en satisfacer a plenitud sus expectativas y necesidades (Andonaire, 2015).

#### **Satisfacción de clientes.**

Para Kotler y Lane (2009), mencionan que la satisfacción de un cliente depende mucho del estado de ánimo de las personas para poder hacer comparación del producto o servicio percibido. Está conformada por tres elementos:

El rendimiento percibido; viene a ser el resultado de lo percibido por el cliente cuando obtiene un producto o servicio, y los resultados dependen del situación de energía del cliente y sus pensamientos.

Las expectativas; vienen a ser las esperanzas que tiene el cliente al recibir algo, y las expectativas son los efectos de situaciones como promesas que se les da, experiencias de otras compras, opiniones de amigos, familiares, etc. Y finalmente las percepciones, que son los resultados de lo que el cliente obtiene. Por lo que se concluye que es importante tener en cuenta lo prometido, porque de ello depende el nivel de expectativas.

Por lo tanto, cuando las empresas prometen algo, el nivel de expectativas de los clientes es alto, el cliente siempre esperará recibir lo ofertado, y de no cumplirse se genera la insatisfacción. Dejando en claro que los pocos resultados de satisfacción del cliente, no denota la poca de calidad de productos y servicios, en varias ocasiones es el resultado del incremento de expectativas que se le ofrece (García, 2017).

### **Calidad.**

La calidad percibida como señala Camisón et al. (2006), está vinculado con la percepción del usuario, esta sirve para diferenciar la calidad técnica y calidad percibida, refiriéndose la primera a las características de un producto o servicio que pueden ser medidas y comparadas, la calidad percibida; es el nivel de satisfacción de las expectativas por los usuarios (Belen y Navarro, 2021).

Expectativas de los pacientes en el sector de salud; en este ámbito enfocado a la salud viene a ser de utilización muy perceptible, donde se manejan percepciones, expectativas y situaciones, que se relacionan con la esperanza de vivir, en donde también depende del personal de salud (Arias y Rodas, 2012).

A lo largo de la historia la calidad ha ido evolucionando. Aquella evolución consta de tres etapas diferenciadas por concepción que fueron avanzados por guerras mundiales, por los hechos dados por empresas japonesas, evolución en la sociedad y comercios.

Como primera etapa, se considera asociada a antiguas civilizaciones y época media; donde la calidad estaba enfocada en normas de fabricación que tenían que cumplirse.

Como segunda etapa, se caracteriza como la era industrial, donde comienza los procesos de inspección con el objetivo de evitar errores, donde se realizan estándares de calidad y ponen a inspectores que se encarguen de hacerla cumplir.

Como tercera etapa, denominada la industria moderna, donde se perfecciona la inspección a través de metodología estadística permitiendo así inspecciones rápidas. Walter Shewhart es quien es la persona que introdujo el control estadístico de calidad, comenzando también los conceptos de gestión de calidad e importancia de los directivos con el fin de que se materialice y mejore los procedimientos en las organizaciones (Vargas, 2016).

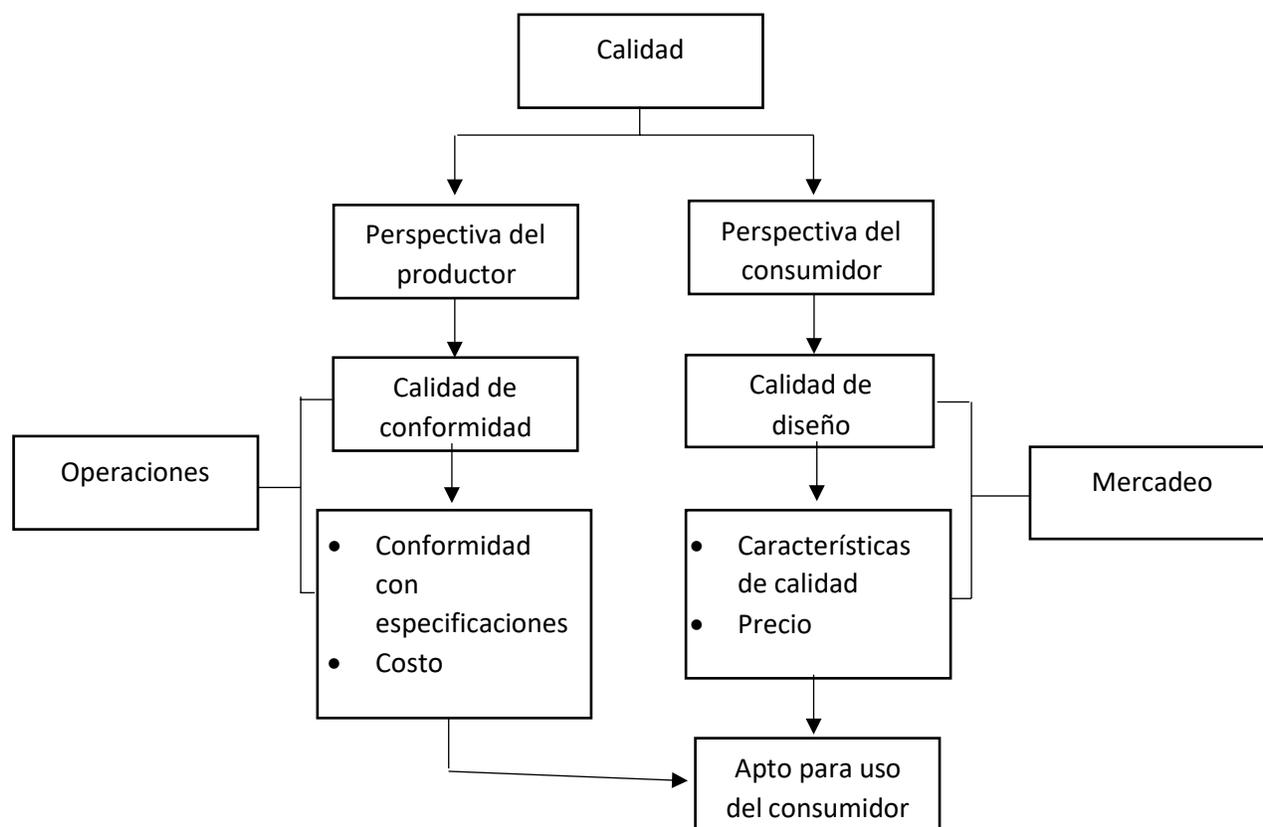
Para expender los conceptos de calidad, Galvin (1988); conceptualiza cinco perspectivas diferentes:

- Perspectiva del juicio: Viene a ser las bondades de un determinado producto reconocida de manera absoluta y universal. Sin embargo, la calificación de cualidad es indefinida y subjetiva y los modelos de excelencia varían entre las personas.
- Perspectiva del producto: La calidad revela la cantidad de diferentes atributos del producto, dejando en claro que no necesita ser costoso para ser considerado de buena calidad, es evaluado de manera diferente por las personas.
- Perspectivas del usuario: La calidad puntualiza que depende de lo que el cliente quiera. Los deseos y necesidades de las personas son diferentes, por lo cual las normas de calidad son diferentes.

- Perspectiva del valor: Determinada por el precio del producto, su utilidad y la relación entre ambos.
- Perspectiva de un producto es de calidad si tiene la misma importancia que otros a menor costo, o si presenta más beneficio a un costo comparativo con diferentes productos de menor beneficio (Vargas, 2016).

**Figura 2**

*Concepto de calidad basado en perspectivas del consumidor y productor*



*Nota.:* Datos tomados de la investigación denominada La medición de la percepción de la calidad de los servicios Odontológicos como herramienta para su mejoramiento. Aplicación en las clínicas odontológicas integradas de Bogotá. Vargas (2016). Elaborado por los autores basados en (Russell & Taylor, 2011, p. 56).

**Calidad del servicio.**

Si bien son ciertos los conceptos de calidad, se miden a bienes tangibles e intangibles. Los servicios se caracterizan por ser intangibles, esta última viene a ser primera característica de la calidad de servicio, quiere decir que no son productos, sino que vienen a ser experiencias. Por lo tanto, al ser prestación de servicios no se pueden medir antes de su venta. La heterogeneidad, es otra característica del servicio, que quiere decir que cada prestación de servicio puede variar dependiendo del productor, receptor y en el momento de la prestación de servicios. Esto se da a mayor medida de la implicación entre el prestador de servicios y el consumidor. Y por último la otra característica es la inseparabilidad, se desarrolla al momento de la entrega del servicio. Los usuarios de los servicios se encuentran durante el proceso de producción del servicio, y es ahí donde evalúan el proceso de producción al momento de experimentar el servicio (Vargas, 2016).

**Medición de la calidad del servicio desde la percepción del cliente.**

Respecto al reconocimiento de las dimensiones que evalúan la calidad del servicio, en base a la percepción de los clientes. Evans y Lindsay (2008), plantean dimensiones de la calidad del servicio:

- Tiempo: el tiempo que deben de esperar los clientes para obtener el servicio y si tiene el tiempo máximo ofrecido.
- Complejidad: está refiere si el servicio incluye lo que el cliente necesita.
- Cortesía: refiere al trato que ofrecen los empleados a los clientes.
- Consistencia: es sostener el nivel de servicio para cada uno de los clientes.
- Accesibilidad: Es la facilidad que tiene el cliente para la obtención del servicio.
- Exactitud: la prestación de servicios sin errores.
- Capacidad de respuesta: reacción de la organización ante inconvenientes.

### **Dimensiones de la percepción de los pacientes.**

De igual manera se definen los conceptos de cada una de las dimensiones determinadas de la variable: “percepción de pacientes”:

- Como primera dimensión; los elementos tangibles: vienen a ser los bienes palpables, que los clientes pueden obtener físicamente al momento de adquirir los servicios de una organización, por lo que es de gran importancia los atributos tangibles, para hacer de la experiencia de los pacientes memorables, en este acaso abarcan los equipamientos hoteleros como mobiliarios y demás productos como amenities.

Moyano (2013), expresó respecto a la distribución del mobiliario general que debe estar presente dentro de una habitación básica de hospitalización es:

- Cama: cumple con la función de acoger al paciente razón por la que debe estar siempre en perfectas condiciones y bien conservada. La cual estará provista de toda la ropa de cama necesaria. Esta debe estar colocada en la habitación con uno de sus lados libres con el espacio de 3 metros para facilitar el trabajo del personal de salud, asimismo, el cabecero debe estar en contacto con la pared, alejado de ventanas y puertas. Sin embargo, se recomienda ubicar la cama en una posición paralela a las ventanas de forma tal que la luz solar no pueda incidir directamente sobre el paciente, pero que si reciba iluminación natural. Entre las medidas estándares se tienen 0.80 a 0.90m de ancho, 0.70m de alto sin colchón y 1,80 a 1,90m de largo.
- Mesilla (mesa de noche): se ubica junto a la cama facilitando el acceso del paciente a cualquier objeto o utensilio que requiera, por lo que generalmente están a la altura de la cama.

- Mesa de cama: se utiliza para colocar las bandejas de comida, gracias a su diseño particular permite ajustar la altura, adaptándola al paciente de manera que le permite comer medio incorporado y de forma cómoda.
- Silla o sillón: se utiliza como lugar alternativo de descanso para aquellos pacientes que pueden desplazarse de forma independiente. Deben estar integrados con brazos y reposapiés y deben ser de material de alta calidad y durabilidad, así como de fácil limpieza y desinfección. Asimismo, este debe estar ubicado del lado contrario de la mesilla y en contacto con la pared junto con el cabecero de la cama de forma tal que sea accesible para el paciente. Por otro lado, se debe disponer de otro sillón con la misma descripción para el familiar del paciente.
- Armario: en donde se guarda la ropa y pertenencias del paciente hospitalizado.
- Lámpara: también conocidas como luminarias se encuentran generalmente fijas a la pared para evitar ocupar espacios y accidentes. Estas son necesarias al momento de las revisiones o exploraciones, así como también pueden utilizarse para lectura o iluminación general.
- Sistema de comunicación: permite mantener la comunicación rápida con el personal de enfermería a través del timbre.
- Las luminosas: Son los equipos que emiten señales de luces específicas respecto a las demandas del paciente. Este sistema también incluye las luces de emergencia para ver por las noches y la toma de oxígeno que se encuentran fijas en la pared en la cabecera de la cama.

Para Núñez (2016/2017), los amenities son productos que ofrece el establecimiento de hospedaje con el objetivo de fidelizar a sus clientes, este ocupa el tercer lugar de preferencia para los huéspedes.

De igual manera, Los Toiletries, son aquellos productos denominados amenities que se colocan en los servicios higiénicos de cada habitación de hotel, puesta a disposición del huésped para el uso de aseo personal, estos vienen a ser las toallas, peines, cepillo dental, jabones, geles, desmaquilladores, gorros de duchas, entre otros. Anteriormente estos fueron vistos como costes perdidos con el fin de cumplir reglamentos, en la actualidad son parte del marketing y de la imagen del hotel y por ende son de gran importancia (Hostelpro, s/f.p.72).

La clínica investigada denomina a su grupo de amenities como “kits de aseo”, entregado para los pacientes desde el primer día de internamiento y durante el tiempo de estadía del paciente, está conformado por lo siguiente: Shampoo, acondicionador, crema corporal, jabón y pantuflas.

Indicadores: (10) Equipamiento y (11) Producto.

- como segunda dimensión; servicio: son diversas prestaciones que son esperadas por los clientes, las cuales no son palpables. Está enfocado en el cumplimiento de los procedimientos para que los pacientes reciban el producto y servicio, quiere decir que desde que el paciente tiene contacto con el personal durante su ingreso hasta su internamiento, con el fin de garantizar que los servicios y productos sean otorgados de manera correcta (Salazar, 2020).

El servicio de hotelería en la clínica está presente tanto en las áreas previas, como en las habitaciones para uso de los pacientes, sin embargo, el mayor tiempo según las complicaciones de la salud es en las habitaciones, por lo tanto, debe de mantener los espacios internos en buenas condiciones.

Indicadores: (12) Comodidad (13) Seguridad y (14) Empatía.

### 2.3 Definición de términos Básicos

**Amenities:** Según la revista Hostelpro, s/f.p.72, explica que son productos de diminuto tamaño que las empresas hoteleras disponen en cada habitación diariamente para los huéspedes, con el fin de que sean usados durante la estancia y permitir que el servicio sea agradable.

**Blancos:** Según Calle et al., (2017), explica que es un término hotelero que se refiere a sábanas, fundas de almohadas, toallas, tapetes, servilletas, manteles, entre otros.

**Covid 19:** Según la Who. It (2020), explica que es una enfermedad viral conocida al principio como neumonía vírica, ocasionada por el virus SARS-CoV-2, que ocasiona dificultad respiratoria, malestar general, pérdida del gusto y olfato, etc. altamente contagioso transmitido por la mucosidad de la persona infectada, cuando tose, estornuda o habla.

**Hotel:** Según Vizcarra (2019), explica que una empresa destinada a brindar de forma habitual servicio de alojamiento, con el fin de que sus huéspedes pernocten, y donde también incluyen servicios complementarios, a condición de un pago dado por los establecimientos.

**Hospital:** Según Vizcarra (2019), explica que es una empresa de salud que cuenta con camas y alojan a personas con complicaciones de salud, durante el internamiento, recibiendo atención medica completa, contando con servicios de atención ambulatoria y de urgencias.

**Hotelería hospitalaria:** Según Vizcarra (2019), explica que es una área que desarrolla actividades de la industria de hospedaje para instituciones de salud, entre los cuales se encuentra: alimentación, limpieza, manejo de residuos, ropería entre otras, que participan en la búsqueda del confort sanitario.

**Kits de aseo:** es un conjunto de productos diminutos de aseo personal para cada paciente otorgado por instituciones salud, la diversidad y calidad de los productos depende de cada empresa. Conocidos en el sector hotelero como amenities.

**Protocolo:** Según Marianelli (2006), es conjunto que detalla diferentes conductas y reglas establecidas por ley o costumbre para que la sociedad lo reconozca y respete en determinadas situaciones.

**Suministros de habitación:** Según Calle et al. (2017), explica que es un término hotelero que viene a ser papel higiénico, jabón, shampoo, acondicionador, vasos, limpia calzados, ganchos, bolsas para envío de ropa a lavandería, entre otros.

**Servucción:** Según Arias y Rodas (2012), explican que es un término relacionado a la administración de empresas que prestan servicios, como elaboración de un producto refiere a la “producción”, la elaboración de un servicio refiere a la “servucción”.

## Capítulo III: Metodología de la investigación

### 3.1 Enfoque de la investigación

El enfoque cuantitativo tiene como objetivo recolectar información detallada para determinar una hipótesis, representando la información por medio de datos numéricos y porcentajes que finalmente son medidos y analizados estadísticamente para instaurar patrones de comportamiento y justificar teorías (Carhuancho et al., 2019).

Por lo que, en esta investigación se recolectaron, analizaron y discutieron los resultados cuantitativos, con la finalidad de examinar las variables y obtener respuesta a las preguntas desarrolladas.

### 3.2 Variables

La realización de la presente investigación de las siguientes variables:

Variable 01: Servicio de housekeeping

- Dimensiones del servicio de housekeeping
  - Control de habitaciones
  - Higiene de habitaciones
  - Abastecimiento de suministros

Variable 02: Percepción de pacientes

- Dimensiones de la percepción de pacientes
  - Elementos tangibles
  - Servicios

### 3.2.1 Operacionalización de las Variables

**Tabla 2**

*Operacionalización de las variables Servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes*

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS		
Servicio de Housekeeping	El área de housekeeping es el área encargada de generar el alojamiento, donde su principal labor es de preparar los ambientes con la limpieza y conservación de los espacios comunes dentro de un hotel (Vizcarra y Alberca, 2019).	Control de habitaciones	Ubicación	1		
			Disposición	2-3		
			Decoración	4		
		Higiene de habitaciones	Limpieza	5-6		
			Desinfección	7		
			Orden	8		
			Abastecimiento de suministros	Ropa de cama	9	
		Ropa de baño		10		
		Útiles de aseo personal		11		
		Percepción de los pacientes		Sensación interior, que es el resultado de la impresión material captada por los sentidos (Rojas, 2020).	Elementos Tangibles	Equipamiento
			Producto			2
Servicio	Comodidad		3-4-5-6			
	Seguridad		7			
			Empatía	8		

*Nota.* Elaboración propia.

**Tabla 3***Ficha Técnica N° 1. Cuestionario para el Servicio de housekeeping*

Nombre del instrumento	Cuestionario
Autor	Ana Gabriela Jamanca Hurtado
Año	2021
Tipo de instrumento	Cuestionario
Objetivo	Determinar como la variable Servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes
Muestra	50 pacientes que estaban internados
Aplicación	Directa y anónima
Numero de ítem	11 ítems
Alternativa de respuestas	Totalmente en desacuerdo/ En desacuerdo/ Ni de acuerdo Ni en desacuerdo/ De acuerdo/ Totalmente de acuerdo
Tiempo de administración	20 minutos
Normas de aplicación	el paciente marcará cada ítem de acuerdo a lo observado

*Nota.* Elaboración propia.

**Tabla 4***Ficha Técnica N° 2. Cuestionario para La percepción de los pacientes*

Nombre del instrumento	Cuestionario
Autor	Ana Gabriela Jamanca Hurtado
Año	2021
Tipo de instrumento	Cuestionario
Objetivo	Determinar como el servicio de housekeeping se relaciona con la variable Percepción del paciente
Muestra	50 pacientes que estaban internados
Aplicación	Directa y anónima
Numero de ítem	8 ítems
Alternativa de respuestas	Totalmente en desacuerdo/ En desacuerdo/ Ni deacuerdo Ni en desacuerdo/ De acuerdo/ Totalmente de acuerdo
Tiempo de administración	20 minutos
Normas de aplicación	el paciente marcará cada Item de acuerdo a lo observado

*Nota.* Elaboración propia.

### **3.3 Hipótesis**

#### ***3.3.1 Hipótesis general***

El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021.

#### ***3.3.2 Hipótesis específicas***

El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021.

El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021.

### **3.4 Tipo de investigación**

La presente tesis cumple con una investigación de tipo básica, ya que solo se enfocó en recopilar conocimientos para luego analizarlos, con respecto a las variables servicio de housekeeping y percepción de los pacientes.

Las investigaciones básicas tienen el propósito de expandir los conocimientos y analizarlos, con respecto a un fenómeno natural (Hernández y Mendoza, 2018).

El objetivo de esta investigación es determinar como el servicio de housekeeping en habitaciones se relaciona con la percepción de los pacientes. Por lo tanto, el nivel de la investigación es descriptivo – correlacional.

Las investigaciones descriptivas - correlacionales tienen como propósito demostrar o evaluar aspectos importantes, como las relaciones existentes entre variables, o su grado de asociación que existe entre ambas variables de estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

### **3.5 Diseño de la investigación**

El diseño de esta investigación es de diseño no experimental, de corte transversal.

Según Hernández y Mendoza (2018), puntualizan que una investigación de diseño no experimental, es aquella donde no existe manipulación de las variables, solo el investigador observa, hechos en un contexto natural.

Según Bernal (2010), explica que es una investigación de corte transversal, porque es reconocido como un proceso, mediante el cual se recolecta información referente al estudio, a través de la población, mostrándose por única vez y en un momento determinado.

### **3.6 Población y Muestra**

#### ***3.6.1. Población***

Según Hernández et al., (2019), explican lo siguiente, para obtener la recopilación de datos, es necesario determinar la unidad de análisis, estos pueden ser personas u organizaciones.

Por consiguiente, la tesis contó con una población cuantitativa, la cual estuvo integrada por 70 pacientes, que estuvieron hospitalizados, y fueron la muestra de investigación en población a estudiar.

#### ***3.6.2. Muestra***

En la tesis no se aplicó muestreo, y esto se debe a que solo 50 pacientes hospitalizados fueron los que respondieron las encuestas, y 20 pacientes no respondieron las encuestas; por lo tanto, fue un muestreo no probabilístico, a conveniencia del investigador. Ya que no todos los pacientes hospitalizados aceptaron responder los cuestionarios.

Según Hernández y Mendoza (2018), una muestra es considerada como un sub conjunto de elementos pertenecientes a una población identificada. Sobre la muestra se realizan las inferencias.

### **3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.7.1. Técnicas**

El presente estudio utilizó las encuestas. Por su parte, la encuesta es un grupo de interrogantes escritas, para obtener información de un conjunto de personas. Asimismo, esta es una técnica utilizada a través de una obtención de información, referente a algún tema por medio de preguntas (Bernal, 2010; Hurtado, 2010).

En este sentido, la encuesta posibilitó la obtención de información, a través de preguntas específicas referente a un hecho.

#### **3.7.2. Instrumento**

El cuestionario, es un instrumento que favorece el proceso de recolección de información. También es reconocido, como grupo de interrogantes escritas sobre una o más variables a medir (Bernal, 2010; Hernández et al., 2010).

En este sentido, el cuestionario permite desarrollar el procedimiento de recolección de datos, por medio de la realización de un conjunto de preguntas, sobre las dimensiones del fenómeno a estudiar. El cuestionario fue aplicado a los pacientes hospitalizados, con la finalidad de conocer la percepción que estos tienen sobre el servicio de housekeeping. Lo que permitió obtener datos reales y confiables, sobre el servicio que se presta en las habitaciones de la clínica, favoreciendo a la identificación de las principales deficiencias que presenta el servicio, para más adelante poder realizar recomendaciones que conlleven a la mejora del mismo.

### 3.7.3 Confiabilidad

La confiabilidad del cuestionario se realizó con la prueba de Alfa de Cronbach, utilizada para la medida de intervalos, con los resultados obtenidos del instrumento, “el cuestionario”. Al respecto, Hernández et al., (2014), señalaron que la confiabilidad permite resolver la coherencia de un cuestionario, para lograr resultados iguales aplicados en distintas situaciones.

#### Tabla 5

*Alfa de Cronbach de la variable servicio de housekeeping*

#### **Alfa de Cronbach Servicio de Housekeeping**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,744	11

*Nota.* Elaboración propia – SPSS 26.

Según la tabla 5. Los resultados demuestran un alfa de Cronbach = 0.744. Esto quiere decir que el resultado de los 15 encuestados, con respecto a los ítems considerados, tienen un grado de confiabilidad alta del instrumento.

#### Tabla 6

*Alfa de Cronbach de la variable Percepción de los pacientes*

#### **Alfa de Cronbach percepción de los pacientes**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,869	08

*Nota.* Elaboración propia – SPSS 26.

Según la tabla 6. Los resultados demuestran un alfa de Cronbach = 0.869. Esto quiere decir que el resultado de los 15 encuestados, con respecto a los ítems considerados, tienen un grado de confiabilidad alta del instrumento.

**Tabla 7**

*Interpretación de los coeficientes de Alfa de Cronbach*

ESCALA	CATEGORÍA
$r = 1$	Confiabilidad perfecta
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Confiabilidad muy alta
$0,70 \leq r \leq 0,89$	Confiabilidad alta
$0,60 \leq r \leq 0,69$	Confiabilidad aceptable
$0,40 \leq r \leq 0,59$	Confiabilidad moderada
$0,30 \leq r \leq 0,39$	Confiabilidad baja
$0,10 \leq r \leq 0,29$	Confiabilidad muy baja
$0,01 \leq r \leq 0,09$	Confiabilidad despreciable
$r = 0$	Confiabilidad nula

*Nota:* Valderrama (2018).

#### **3.7.4. Validación**

El proceso de validación de instrumentos, fue a través de la revisión de preguntas del cuestionario, para luego ser aprobados por expertos, este procedimiento se relaciona a la medida de los procedimientos a emplearse en la investigación. Según Bernal (2010), La validez de un instrumento es aceptable, cuando mide certeramente aquello para lo que fue creado.

**Tabla 8***Expertos que validaron el instrumento*

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
1 Dra. García Bayona Juana Rosa	Contadora Pública Colegiada	Aplicable
2 Mg. Enciso Huamán Mirian Julia	Docente metodólogo en investigación y tesis	Aplicable
3 Mg. Fuchs Ángeles Oscar Enrique	Docente metodólogo en investigación y estadística para investigación	Aplicable

*Nota.* Elaboración propia.

### **3.8 Procesamiento y análisis de datos**

Se realizó a través del Excel, que es un software usado a nivel mundial, para datos numéricos, y que tiene diseño de plantillas para cálculos (Jelen, 2015). Por otro lado, el SPSS es un programa estadístico, que facilita emplear técnicas estadísticas para el estudio de datos (Hurtado, 2010).

En este caso, el Excel fue de gran ayuda para la obtención de base de datos numéricos, una vez obtenidos los cuestionarios con las respuestas, fue exportada al SPSS 26, para poder realizar los análisis correspondientes de la información numérica, y luego demostrarlos en tablas y gráficos que facilitaron la interpretación.

## Capítulo IV: Resultados

### 4.1. Análisis de resultados

#### 4.1.1. Resultados relacionados con la variable servicio de Housekeeping

**Tabla 9**

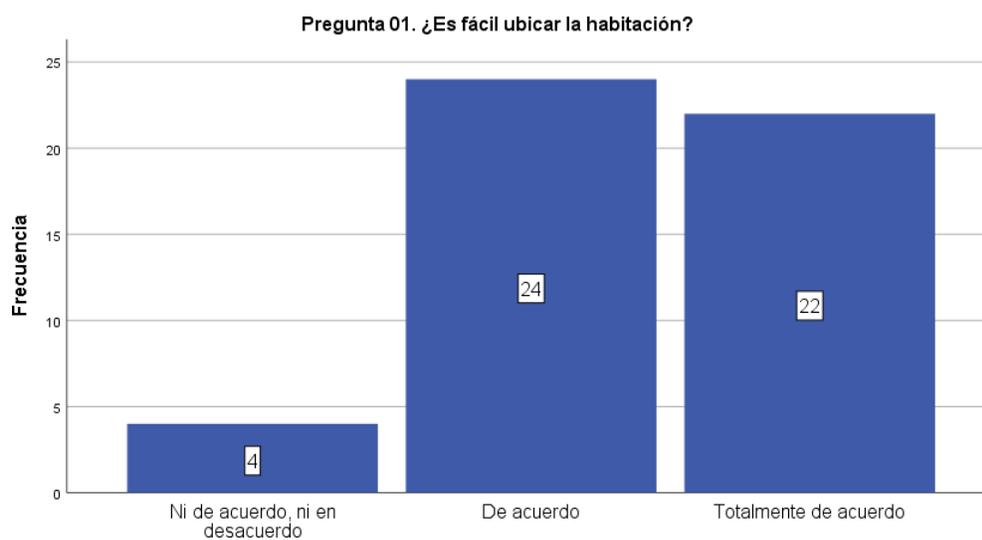
*Pregunta 01. ¿Es fácil ubicar la habitación?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	8,0	8,0	8,0
	De acuerdo	24	48,0	48,0	56,0
	Totalmente de acuerdo	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 3**

*Pregunta 01. ¿Es fácil ubicar la habitación?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 04 indicaron estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 24 de acuerdo, 22 totalmente de acuerdo con que es fácil ubicar la habitación en la clínica. La percepción de los pacientes fue en su mayoría favorable a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 10**

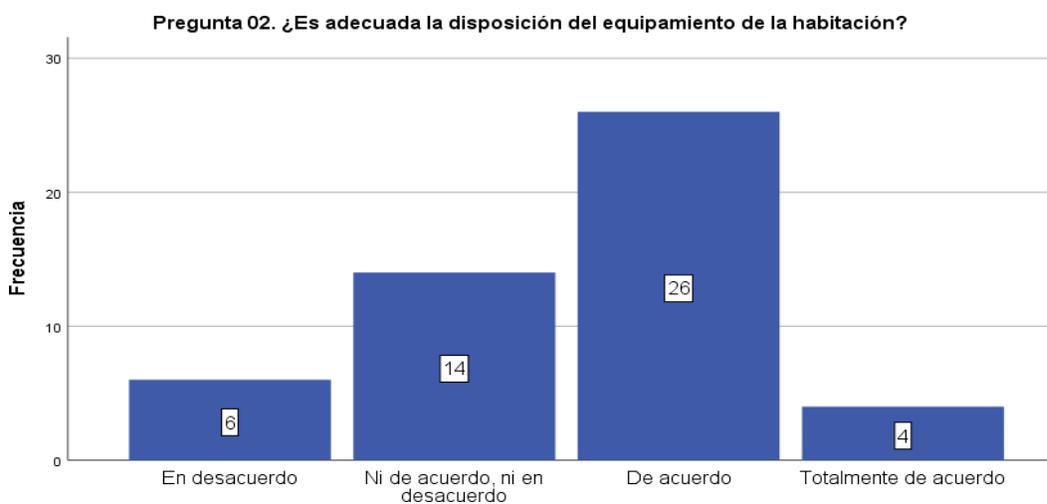
*Pregunta 02. ¿Es adecuada la disposición del equipamiento de la habitación?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	12,0	12,0	12,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14	28,0	28,0	40,0
	De acuerdo	26	52,0	52,0	92,0
	Totalmente de acuerdo	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 4**

*Pregunta 02. ¿Es adecuada la disposición del equipamiento de la habitación?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 06 estuvieron en desacuerdo, 14 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 26 de acuerdo, 04 totalmente de acuerdo con que es adecuada la disposición del equipamiento de la habitación. La percepción de los pacientes fue en su mayoría favorable y de incertidumbre a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 11**

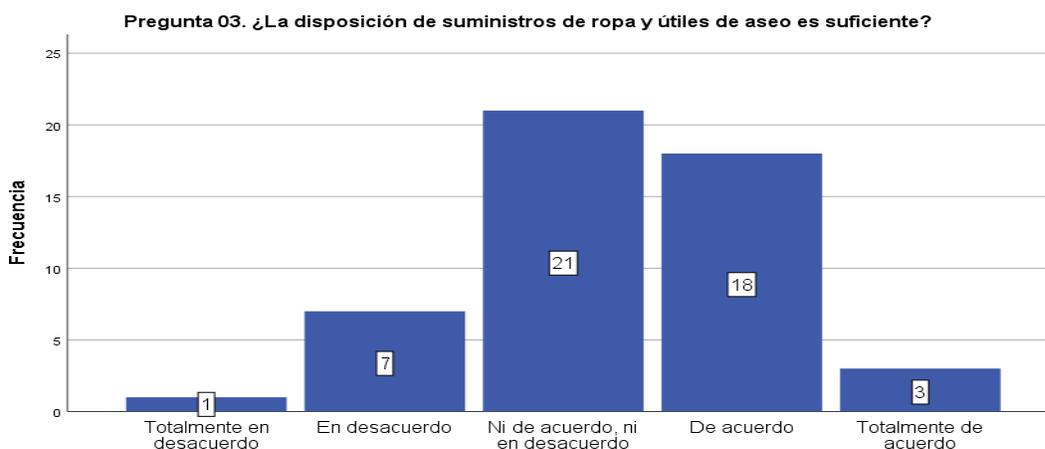
*Pregunta 03. ¿La disposición de suministros de ropa y útiles de aseo es suficiente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	7	14,0	14,0	16,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	42,0	42,0	58,0
	De acuerdo	18	36,0	36,0	94,0
	Totalmente de acuerdo	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 5**

*Pregunta 03. ¿La disposición de suministros de ropa y útiles de aseo es suficiente?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 01 estuvo totalmente en desacuerdo, 07 en desacuerdo, 21 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 18 de acuerdo, 03 totalmente de acuerdo con que la disposición de suministros de ropa y útiles de aseo es suficiente. La percepción de los pacientes fue en su mayoría favorable y con incertidumbre a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 12**

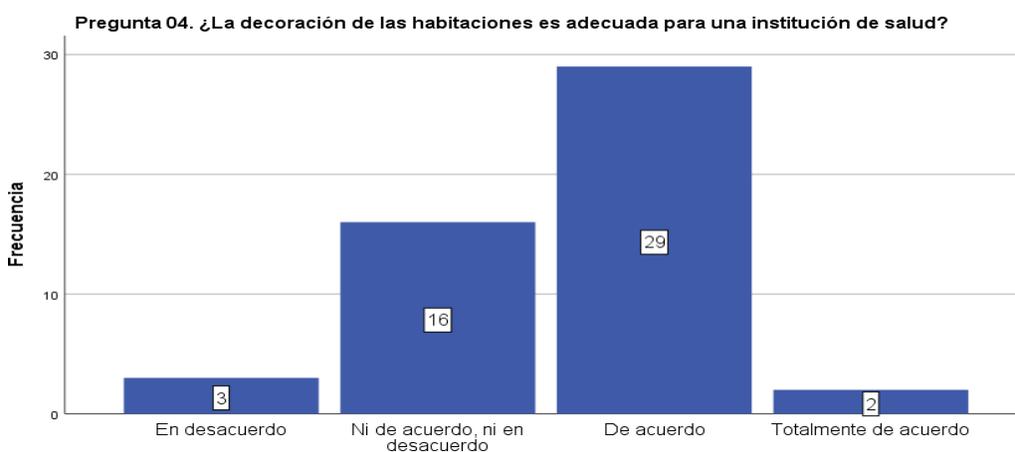
*Pregunta 04. ¿La decoración de las habitaciones es adecuada para una institución de salud?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	32,0	32,0	38,0
	De acuerdo	29	58,0	58,0	96,0
	Totalmente de acuerdo	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 6**

*Pregunta 04. ¿La decoración de las habitaciones es adecuada para una institución de salud?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 03 estuvieron en desacuerdo, 16 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 29 de acuerdo, 02 totalmente de acuerdo con que la decoración de las habitaciones es adecuada para una institución de salud. La percepción de los pacientes fue en su mayoría favorable y de incertidumbre a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 13**

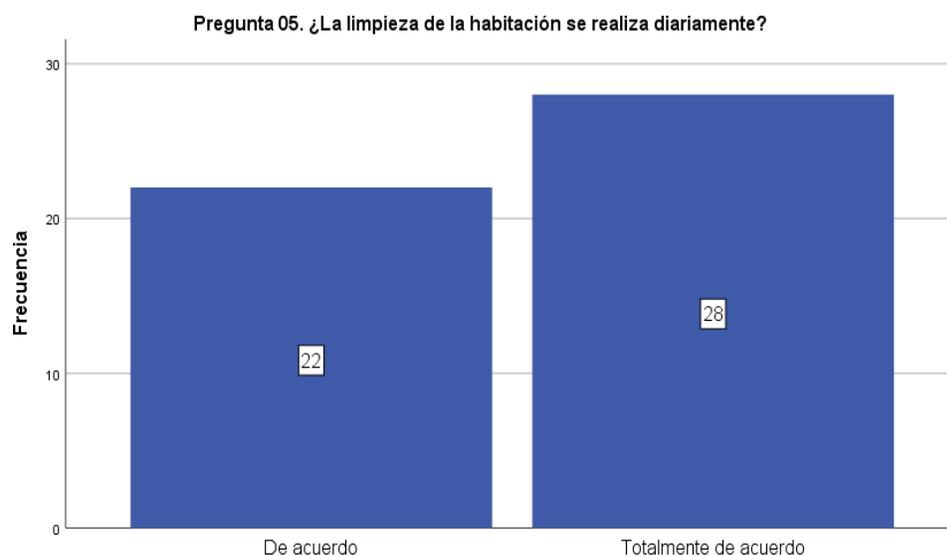
*Pregunta 05. ¿La limpieza de la habitación se realiza diariamente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	22	44,0	44,0	44,0
	Totalmente de acuerdo	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 7**

*Pregunta 05. ¿La limpieza de la habitación se realiza diariamente?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 22 estuvieron de acuerdo, 28 totalmente de acuerdo con que la limpieza de la habitación se realiza diariamente. La percepción de los pacientes fue en su totalidad favorable a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 14**

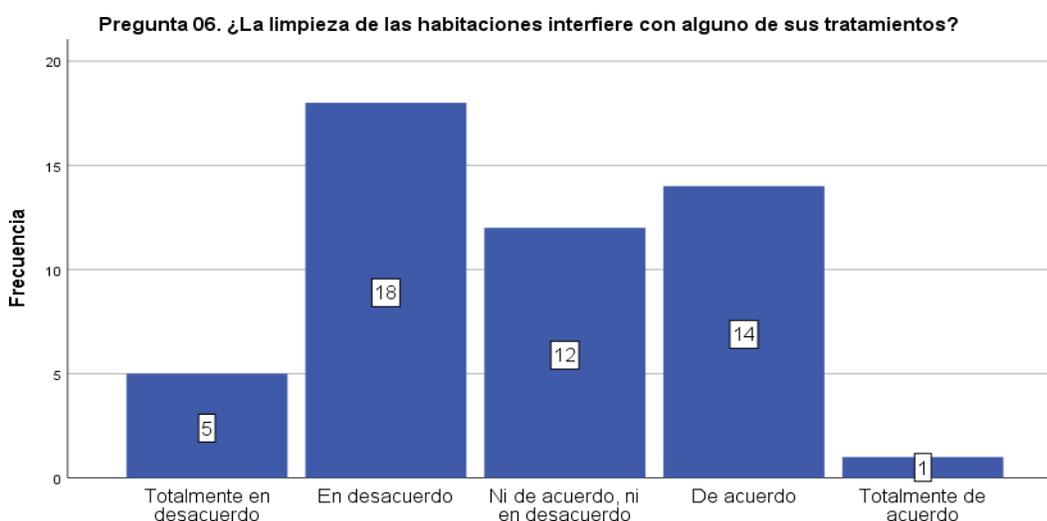
*Pregunta 06. ¿La limpieza de las habitaciones interfiere con alguno de sus tratamientos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	10,0	10,0	10,0
	En desacuerdo	18	36,0	36,0	46,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	24,0	24,0	70,0
	De acuerdo	14	28,0	28,0	98,0
	Totalmente de acuerdo	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 8**

*Pregunta 06. ¿La limpieza de las habitaciones interfiere con alguno de sus tratamientos?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 05 estuvieron totalmente en desacuerdo, 18 en desacuerdo, 12 ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 14 de acuerdo, 01 totalmente de acuerdo con que la limpieza de las habitaciones interfiere con alguno de sus tratamientos. La percepción de los pacientes en su mayoría fue negativa y de incertidumbre a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 15**

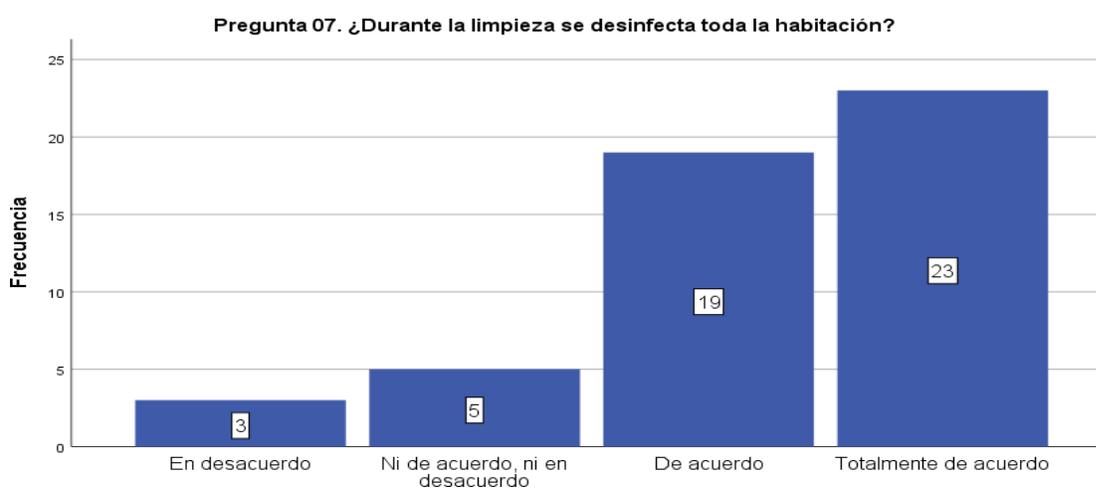
*Pregunta 07. ¿Durante la limpieza se desinfecta toda la habitación?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	10,0	10,0	16,0
	De acuerdo	19	38,0	38,0	54,0
	Totalmente de acuerdo	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 9**

*Pregunta 07. ¿Durante la limpieza se desinfecta toda la habitación?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 03 estuvieron en desacuerdo, 05 ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 19 de acuerdo, 23 totalmente de acuerdo con que durante la limpieza se desinfecta toda la habitación. La mayoría referente a lo propuesto en la interrogante percibe de forma positiva.

**Tabla 16**

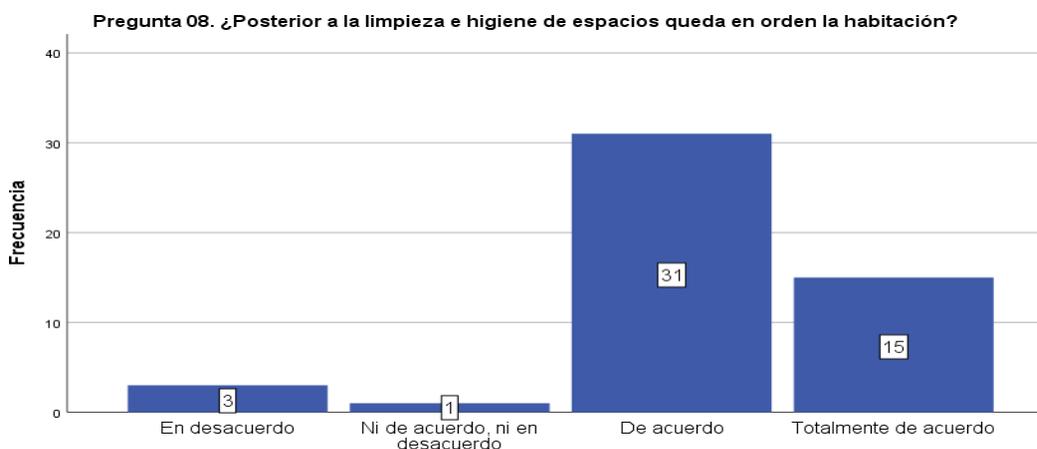
*Pregunta 08. ¿Posterior a la limpieza e higiene de espacios queda en orden la habitación?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,0	2,0	8,0
	De acuerdo	31	62,0	62,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 10**

*Pregunta 08. ¿Posterior a la limpieza e higiene de espacios queda en orden la habitación?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 03 estuvieron en desacuerdo, 01 ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 31 de acuerdo, 15 totalmente de acuerdo con que posterior a la limpieza e higiene de espacios queda en orden la habitación. La percepción de los pacientes en su mayoría fue positiva a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 17**

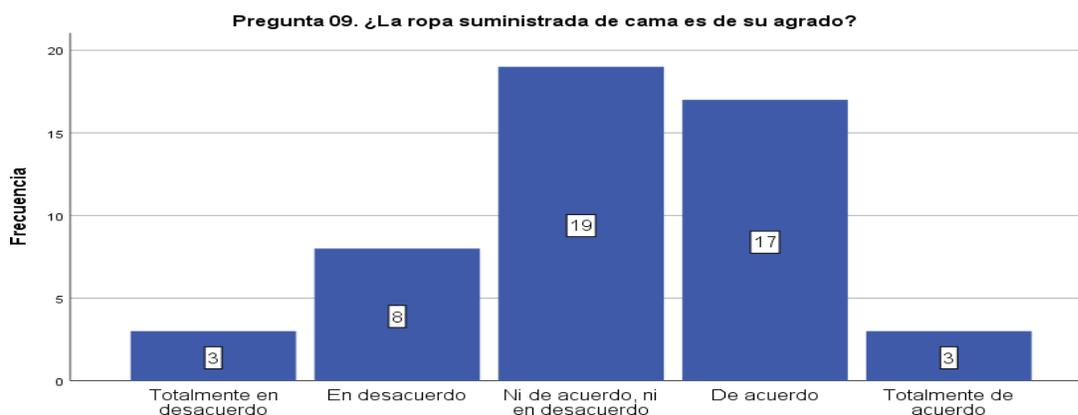
*Pregunta 09. ¿La ropa suministrada de cama es de su agrado?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	En desacuerdo	8	16,0	16,0	22,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	19	38,0	38,0	60,0
	De acuerdo	17	34,0	34,0	94,0
	Totalmente de acuerdo	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 11**

*Pregunta 09. ¿La ropa suministrada de cama es de su agrado?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 03 estuvieron totalmente en desacuerdo, 08 en desacuerdo, 19 ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 17 de acuerdo, 03 totalmente de acuerdo con que la ropa suministrada de cama es de su agrado. La percepción de los pacientes en su mayoría fue positiva y de incertidumbre a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 18**

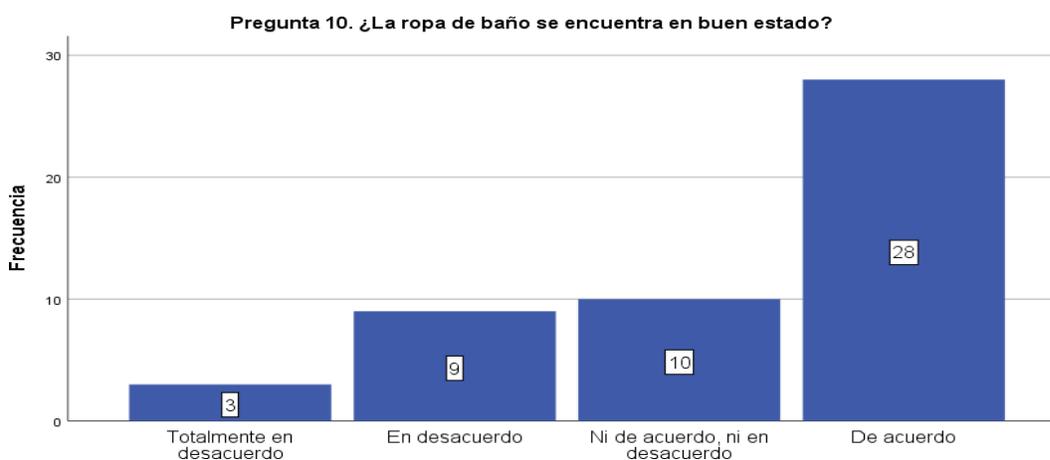
*Pregunta 10. ¿La ropa de baño se encuentra en buen estado?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	En desacuerdo	9	18,0	18,0	24,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	20,0	20,0	44,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 12**

*Pregunta 10. ¿La ropa de baño se encuentra en buen estado?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 03 estuvieron totalmente en desacuerdo, 09 en desacuerdo, 10 ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 28 de acuerdo con que la ropa de baño se encuentra en buen estado. La percepción de los pacientes en su mayoría fue positiva y de incertidumbre a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 19**

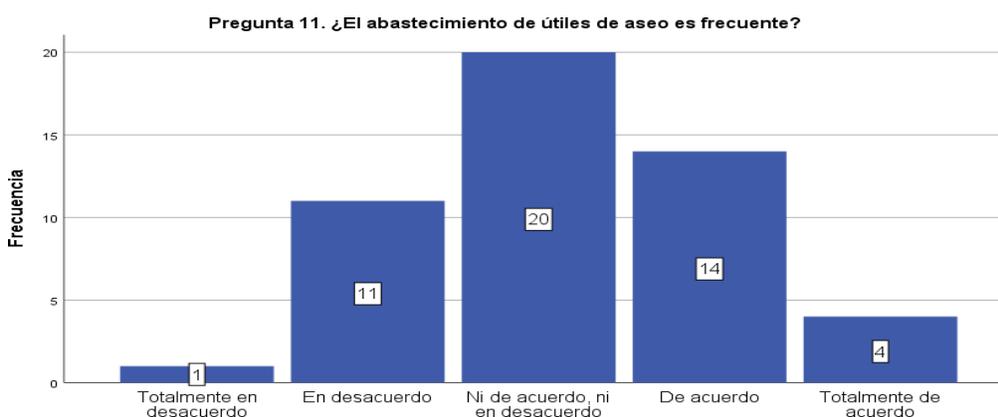
*Pregunta 11. ¿El abastecimiento de útiles de aseo es frecuente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	11	22,0	22,0	24,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	20	40,0	40,0	64,0
	De acuerdo	14	28,0	28,0	92,0
	Totalmente de acuerdo	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 13**

*Pregunta 11. ¿El abastecimiento de útiles de aseo es frecuente?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 01 estuvo totalmente en desacuerdo, 11 en desacuerdo, 20 ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 14 de acuerdo, 04 totalmente de acuerdo con que el abastecimiento de útiles de aseo es frecuente. La percepción de los pacientes está equilibrada entre positiva y negativo, a su vez también hay una cantidad considerable de incertidumbre a lo propuesto por la pregunta.

#### 4.1.2. Resultados relacionados con la variable percepción de los pacientes

**Tabla 20**

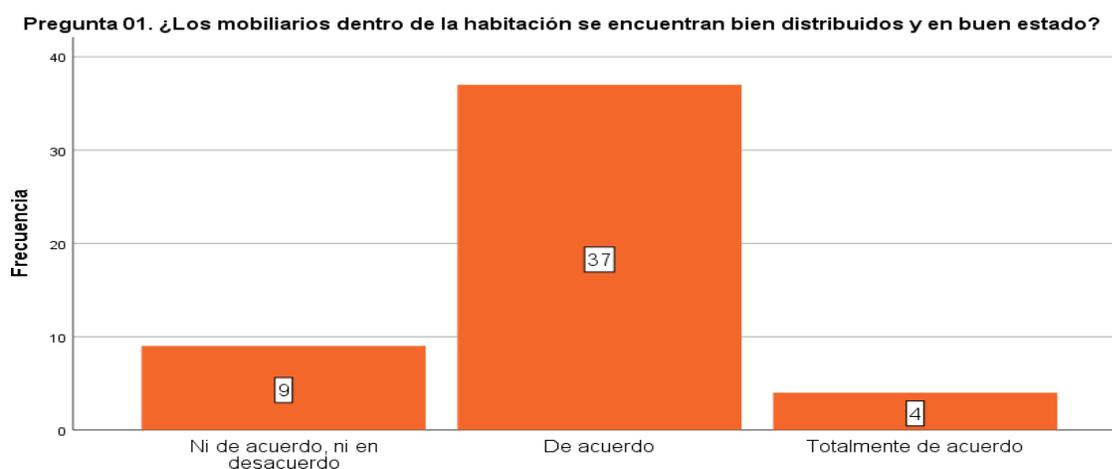
*Pregunta 01. ¿Los mobiliarios dentro de la habitación se encuentran bien distribuidos y en buen estado?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	18,0	18,0	18,0
	De acuerdo	37	74,0	74,0	92,0
	Totalmente de acuerdo	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 14**

*Pregunta 01. ¿Los mobiliarios dentro de la habitación se encuentran bien distribuidos y en buen estado?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 09 estuvieron ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 37 de acuerdo, 04 totalmente de acuerdo con que los mobiliarios dentro de la habitación se encuentran bien distribuidos y en buen estado. La percepción de los pacientes fue positiva en su mayoría frente a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 21**

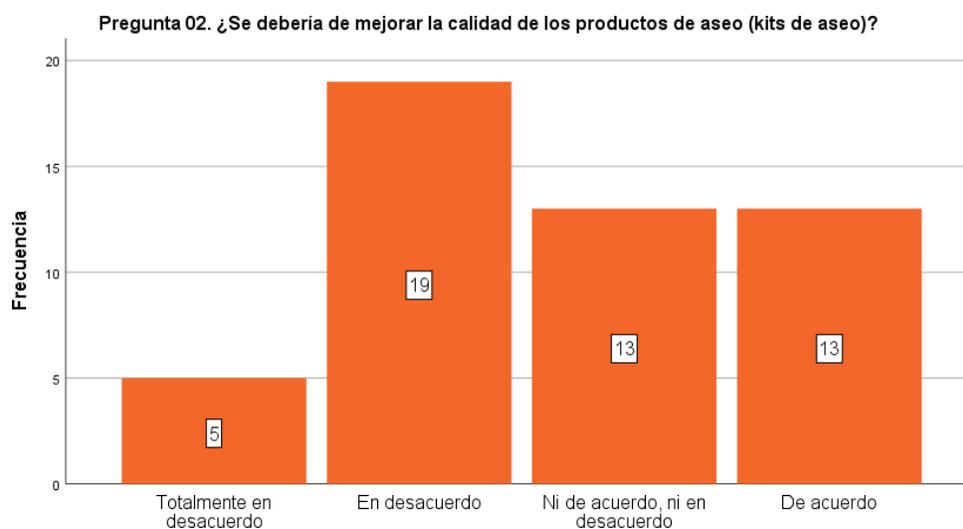
*Pregunta 02. ¿Se debería de mejorar la calidad de los productos de aseo (kits de aseo)?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	10,0	10,0	10,0
	En desacuerdo	19	38,0	38,0	48,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	26,0	26,0	74,0
	De acuerdo	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 15**

*Pregunta 02. ¿Se debería de mejorar la calidad de los productos de aseo (kits de aseo)?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 05 estuvieron totalmente en desacuerdo, 19 en desacuerdo, 13 ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 13 de acuerdo con que se debería de mejorar la calidad de los productos de aseo (kits de aseo). La percepción de los pacientes fue negativa y de incertidumbre en su mayoría frente a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 22**

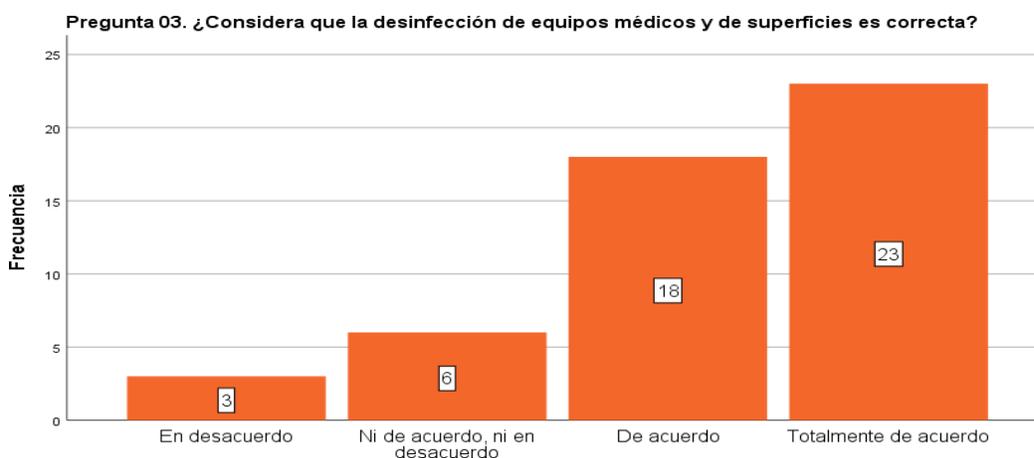
*Pregunta 03. ¿Considera que la desinfección de equipos médicos y de superficies es correcta?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	12,0	12,0	18,0
	De acuerdo	18	36,0	36,0	54,0
	Totalmente de acuerdo	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 16**

*Pregunta 03. ¿Considera que la desinfección de equipos médicos y de superficies es correcta?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 03 estuvieron en desacuerdo, 06 ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 18 de acuerdo, 23 totalmente de acuerdo con que considera que la desinfección de equipos médicos y de superficies es correcta. La percepción de los pacientes fue positiva y de incertidumbre en su mayoría frente a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 23**

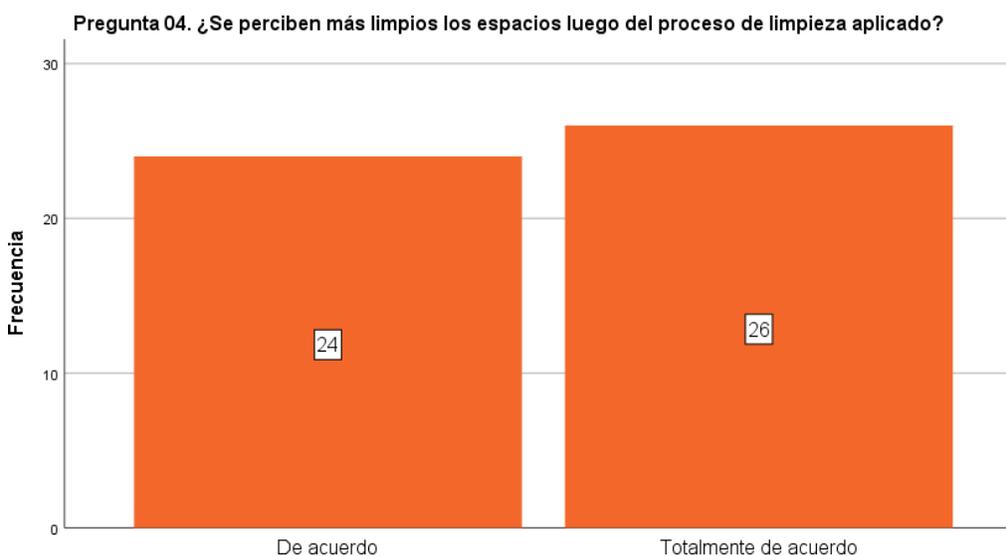
*Pregunta 04. ¿Se perciben más limpios los espacios luego del proceso de limpieza aplicado?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	24	48,0	48,0	48,0
	Totalmente de acuerdo	26	52,0	52,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 17**

*Pregunta 04. ¿Se perciben más limpios los espacios luego del proceso de limpieza aplicado?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 24 estuvieron de acuerdo, 26 totalmente de acuerdo con que se perciben más limpios los espacios luego del proceso de limpieza aplicado. La percepción de los pacientes fue positiva en su totalidad frente a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 24**

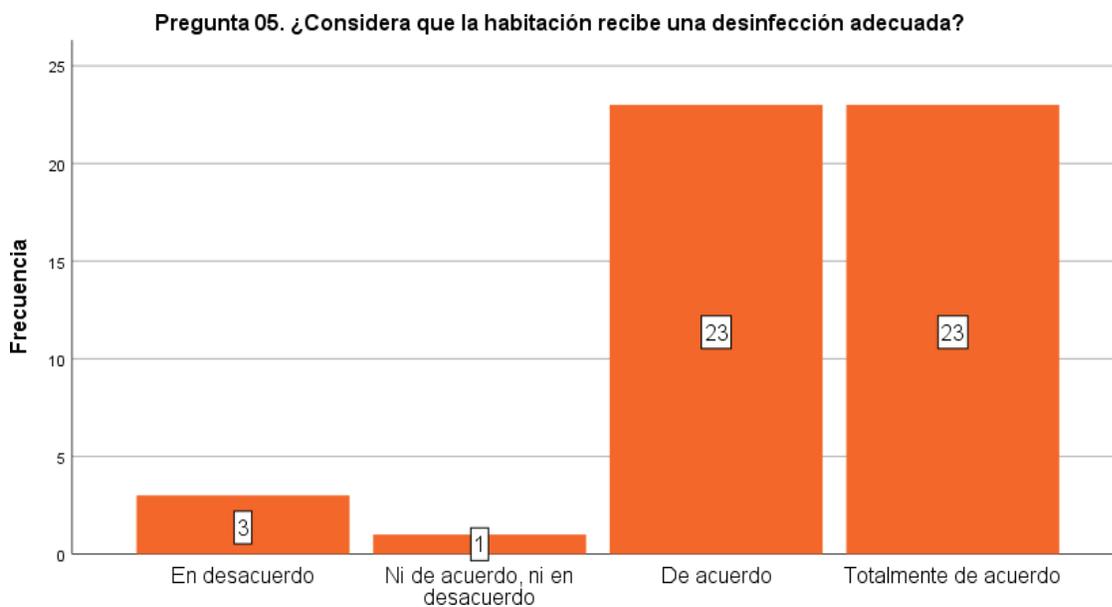
*Pregunta 05. ¿Considera que la habitación recibe una desinfección adecuada?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,0	2,0	8,0
	De acuerdo	23	46,0	46,0	54,0
	Totalmente de acuerdo	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 18**

*Pregunta 05. ¿Considera que la habitación recibe una desinfección adecuada?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 03 estuvieron en desacuerdo, 01 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 23 de acuerdo, 23 totalmente de acuerdo con que consideran que la habitación recibe una desinfección adecuada. La percepción de los pacientes fue positiva en casi su totalidad frente a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 25**

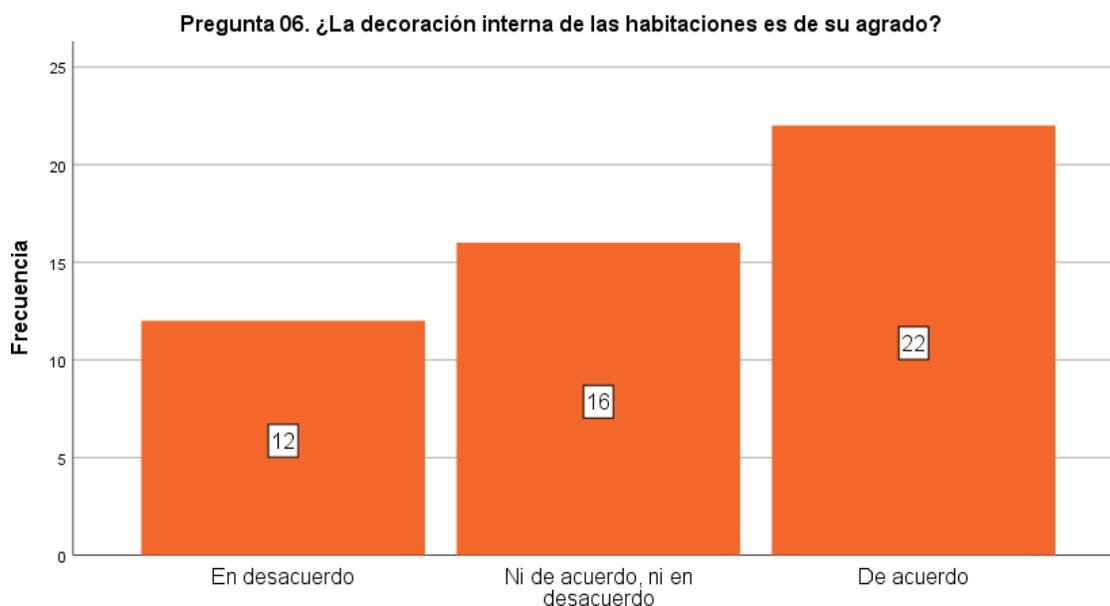
*Pregunta 06. ¿La decoración interna de las habitaciones es de su agrado?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	24,0	24,0	24,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	32,0	32,0	56,0
	De acuerdo	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 19**

*Pregunta 06. ¿La decoración interna de las habitaciones es de su agrado?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 12 estuvieron en desacuerdo, 16 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 22 de acuerdo con que la decoración interna de las habitaciones es de su agrado. La percepción de los pacientes fue en su mayoría positiva y de incertidumbre frente a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 26**

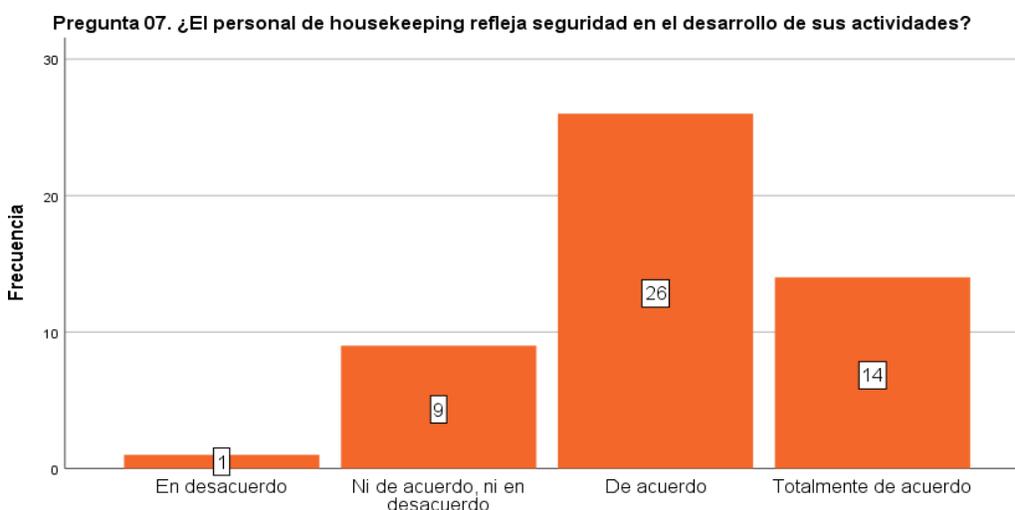
*Pregunta 07. ¿El personal de housekeeping refleja seguridad en el desarrollo de sus actividades?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	18,0	18,0	20,0
	De acuerdo	26	52,0	52,0	72,0
	Totalmente de acuerdo	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 20**

*Pregunta 07. ¿El personal de housekeeping refleja seguridad en el desarrollo de sus actividades?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 01 estuvo en desacuerdo, 09 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 26 de acuerdo, 14 totalmente de acuerdo con que el personal de housekeeping refleja seguridad en el desarrollo de sus actividades. La percepción de los pacientes fue en su mayoría positiva frente a lo propuesto por la pregunta.

**Tabla 27**

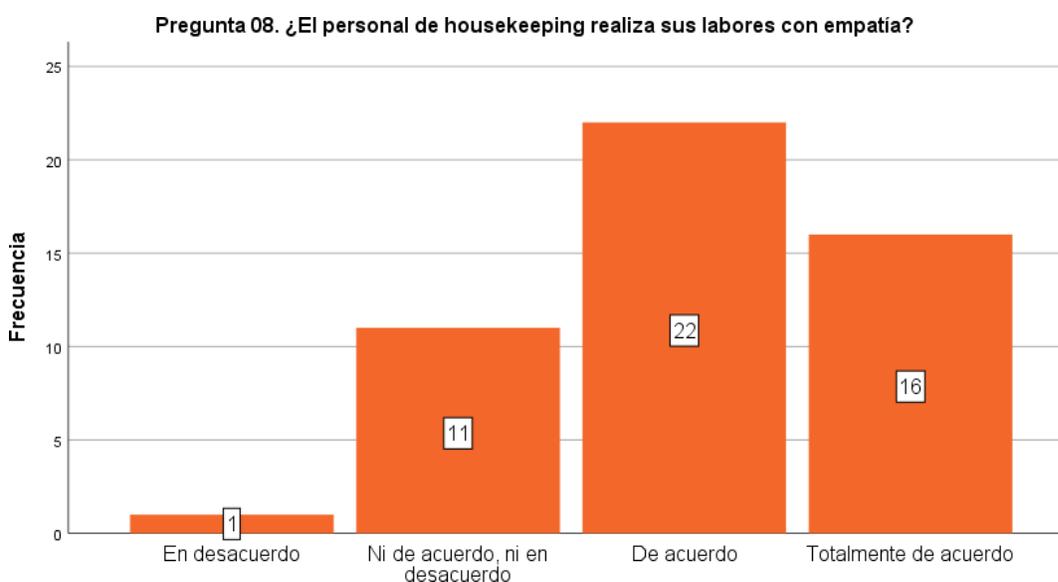
*Pregunta 08. ¿El personal de housekeeping realiza sus labores con empatía?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	22,0	22,0	24,0
	De acuerdo	22	44,0	44,0	68,0
	Totalmente de acuerdo	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

**Figura 21**

*Pregunta 08. ¿El personal de housekeeping realiza sus labores con empatía?*



Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

De total de 50 pacientes encuestados; 01 estuvo en desacuerdo, 11 ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 22 de acuerdo, 16 totalmente de acuerdo con que el personal de housekeeping realiza sus labores con empatía. La percepción de los pacientes fue en su mayoría positiva y de incertidumbre frente a lo propuesto por la pregunta.

### **Análisis inferencial**

Antes de comprobar las hipótesis se realizó la **Prueba de Normalidad** de los datos para elegir una prueba estadística:

H<sub>1</sub>: Los datos de las variables provienen de una distribución no Normal.

H<sub>0</sub>: Los datos de las variables provienen de una distribución Normal.

Se estableció una significancia teórica del 0,05.

Se aplicó la prueba de Normalidad para la variable servicio de housekeeping y la variable percepción de los pacientes, y se obtuvo el siguiente resultado:

### **Tabla 28**

*Normalidad – variables servicio de housekeeping y percepción de los pacientes.*

	<b>Pruebas de normalidad</b>					
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Servicio de Housekeeping	,191	50	,000	,904	50	,001
Percepción de los pacientes	,130	50	,033	,942	50	,016

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

Debido a que se trabajó la recolección de datos con 50 pacientes, se escogió la prueba de Normalidad de *Shapiro – Wilk*, y se observó que en ambas variables de estudio; las sig. son menores al 0,05 establecido como significancia teórica para la prueba de Normalidad, las cuales 0,001 y 0,016 respectivamente. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula (H<sub>0</sub>), y se concluyó, que

ambas variables tuvieron una distribución no normal, por ende, se aplicó la prueba de correlación de Rho de Spearman.

### Prueba de correlación de Rho de Spearman

#### Comprobación de hipótesis.

#### Comprobación de hipótesis general.

H<sub>1</sub>: El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021.

H<sub>0</sub>: El servicio de housekeeping no se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021.

Se estableció la significancia del 0,05 para la comprobación de la hipótesis.

Se aplicó la prueba de Correlación de Rho de Spearman y el resultado fue:

#### Tabla 29

*Correlación Rho de Spearman para servicio de housekeeping y percepción de los pacientes*

<b>Correlaciones</b>				
			Servicio de Housekeeping	Percepción de los pacientes
Rho de Spearman	Servicio de Housekeeping	Coeficiente de correlación	1,000	,704
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Percepción de los pacientes	Coeficiente de correlación	,704	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

Se puede apreciar que la sig. Bilateral fue 0,000, y fue menor a 0,05 de significancia teórica, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>). Se concluye que el servicio de housekeeping se

relaciona significativamente con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue 0,704; el cual indica una correlación alta y directa entre las dos variables.

### **Comprobación de hipótesis específica 01:**

H<sub>1</sub>: El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021.

H<sub>0</sub>: El servicio de housekeeping no se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021.

Se estableció la significancia teórica del 0,05 para la comprobación de la hipótesis.

Se aplicó la prueba de Correlación de Rho de Spearman y el resultado fue:

### **Tabla 30**

*Correlación Rho de Spearman para servicio de housekeeping y percepción de los pacientes referente a elementos tangibles.*

<b>Correlaciones</b>				
			Servicio de Housekeeping	Elementos tangibles
Rho de Spearman	Servicio de Housekeeping	Coeficiente de correlación	1,000	,627
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Elementos tangibles	Coeficiente de correlación	,627	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

Se puede apreciar que la sig. Bilateral fue 0,000, y fue menor a 0,05 de significancia teórica, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>). Se concluye que el servicio de housekeeping se

relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue 0,627; el cual indica una correlación alta y directa el servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles de la clínica privada.

### Comprobación de hipótesis específica 02:

H<sub>1</sub>: El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021.

H<sub>0</sub>: El servicio de housekeeping no se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021.

Se estableció la significancia teórica del 0,05 para la comprobación de la hipótesis.

Se aplicó la prueba de Correlación de Rho de Spearman y el resultado fue:

### Tabla 31

*Correlación Rho de Spearman para servicio de housekeeping y percepción de los pacientes referente a los servicios*

<b>Correlaciones</b>				
		Servicio de Housekeeping    Servicios		
Rho de Spearman	Servicio de Housekeeping	Coeficiente de correlación	1,000	,625
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Servicios	Coeficiente de correlación	,625	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: elaboración propia – SPSS 26.

Se puede apreciar que la sig. Bilateral fue 0,000, y fue menor a 0,05 de significancia teórica, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>). Se concluye que el servicio de housekeeping se

relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue 0,625; el cual indica una correlación alta y directa el servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes referente a los servicios de la clínica privada.

**Tabla 32**

*Rangos de coeficientes de correlación de la Rho de Spearman para su interpretación.*

ESCALA	CATEGORÍA	
$r = 1$	Correlación perfecta	
$0,81 \leq r \leq 0,99$	Correlación muy alta	
$0,61 \leq r \leq 0,80$	Correlación alta	
$0,41 \leq r \leq 0,60$	Correlación moderada	<b>CORRELACIÓN DIRECTA - POSITIVA</b>
$0,21 \leq r \leq 0,40$	Correlación baja	
$0,01 \leq r \leq 0,20$	Correlación muy baja	
$r = 0$	No hay correlación	
ESCALA	CATEGORÍA	
$r = 1$	Correlación perfecta	
$-0,01 \leq r \leq -0,20$	Correlación muy alta	
$-0,21 \leq r \leq -0,40$	Correlación alta	
$-0,41 \leq r \leq -0,60$	Correlación moderada	<b>CORRELACIÓN INVERSA -NEGATIVA</b>
$-0,61 \leq r \leq -0,80$	Correlación baja	
$-0,81 \leq r \leq -0,99$	Correlación muy baja	
$r = 0$	No hay correlación	

Fuente: Valderrama (2018).

## 4.2. Discusión

El objetivo general del estudio planteó determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021. El cumplimiento de este objetivo fue posible posterior a la recolección de datos a través del cuestionario, y el análisis de los mismos.

Por medio del Alfa de Cronbach se determinó que el instrumento aplicado en esta investigación es de alta confiabilidad debido a sus resultados de 0,744 de la primera variable y 0,869 de la segunda variable.

Los resultados estadísticos que se obtuvieron entre ambas variables “servicio de housekeeping” y la “percepción de los pacientes”, es través del programa estadístico SPSS 26. En cuanto al coeficiente de Rho de Spearman para el servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles es 0,627, donde indica una correlación alta y directa entre ambas variables. Por otro lado, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman referente a los servicios fue 0,625; el cual indica una correlación alta y directa. Esto determina que el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021.

En cuanto a las preguntas de la variable servicio de housekeeping que se presta en la clínica privada demuestra que cuenta con fortalezas en el proceso de higiene y desinfección de las mismas, Vizcarra (2019), señala que la limpieza es una actividad de gran importancia para la recuperación del paciente, dándole bienestar y comodidad en el proceso de su internamiento. De igual manera, Soria (2018), confirma en su conclusión que uno de los factores de gran significación para la satisfacción son: la limpieza y comodidad.

Sin embargo, hay inconvenientes referentes a la programación del proceso porque un considerable 70% manifiesta que hubo interferencias con sus revisiones y tratamientos médicos, generando una negativa percepción. Del Estal y Melián (2021), demuestran que el compromiso organizativo confirma la influencia positiva en los pacientes, por ello es importante el compromiso del personal sanitario con su labor para generar satisfacción en cuanto servicio durante los días de internamiento.

También hay una opinión no favorable en cuanto al abastecimiento de los útiles de aseo debido a que un 64% de pacientes manifiesta no estar de acuerdo. Méndez et al. (2021), mencionan que el cliente valora los procedimientos de la oferta que se ofreció, entiéndase como productos y servicios ofrecidos al momento de realizarse la compra de estos, por ende, es un proceso que al parecer no se está considerando en la clínica.

Por otro lado, en cuanto a las preguntas de la variable percepción de los pacientes referente al servicio de housekeeping, demuestra que cuenta con fortalezas en cuanto a los elementos tangibles como equipamiento y servicios como seguridad y empatía. Indica que los gestores deben de estar pendientes de cada uno de los procedimientos al detalle tanto en la parte tangible “Amenities” como intangibles.

Sin embargo, un considerable 74% de pacientes manifiestan no estar conformes con la calidad de los productos de aseo, determinándose que este kit no siempre es bien recibido por los pacientes, dejando entrever que han reportado que los jabones resecan la piel y el shampoo les genera caspa, lo que hace que ellos soliciten a sus familiares sus propios productos de higiene personal. Méndez et al. (2021), relacionan la calidad con la satisfacción, demuestran en su investigación que mientras más cualidades en la calidad percibida en diferentes aspectos existe mayor probabilidad de recomendación por la percepción obtenida en la empresa hotelera.

Por ultimo un 56% de pacientes, manifiesta que la decoración interna de las habitaciones es muy pobre a diferencia de otras clínicas, estos resultados no coinciden con lo comentado con Vizcarra (2019), refiere que el ambiente donde se encuentra el paciente debe de procurar confort, para que así influya de manera positiva. Por otro lado, Garis (2016), menciona que las clínicas deben de adecuarse a las nuevas tendencias del mercado, así como los hoteles, debido a que las personas se informan antes de elegir un lugar, y dentro de ello tiene mucho que ver las instalaciones y experiencias que estos ofrezcan.

## Conclusiones

- 1) El servicio de housekeeping se relaciona de manera significativa con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue 0,704; el cual indica una correlación alta y directa entre las dos variables.
- 2) El servicio de housekeeping se relaciona de manera significativa con la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue 0,627; el cual indica una correlación alta y directa el servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes referente a los elementos tangibles de la clínica privada.
- 3) El servicio de housekeeping se relaciona de manera significativa con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue 0,625; el cual indica una correlación alta y directa el servicio de housekeeping y la percepción de los pacientes referente a los servicios de la clínica privada.
- 4) En la clínica privada prevalecen deficiencias respecto a la programación de limpieza debido a que el paciente percibe que interfiere con sus tratamientos médicos, de igual manera perciben mal el abastecimiento de suministros “kits de aseo personal”, también existe poco agrado hacia la decoración de las habitaciones, y por último no hay una buena percepción con respecto a la calidad de los productos de aseo personal.

### **Recomendaciones**

- 1) Se recomienda al encargado del área de housekeeping, verificar la entrega diaria de los kits de aseo personal a los pacientes e implementar medios que permitan solicitar de manera adicional los suministros y ropas para los pacientes.
- 2) Se recomienda establecer una buena comunicación con el personal médico (enfermeros y médicos) para la programación de limpieza y desinfección diaria, para que este no interfiera con algún tratamiento del paciente y así evitar incomodidades.
- 3) Se recomienda mejorar el diseño de las habitaciones, para hacerlo más acogedor y moderno, con sugerencias de diseñadores de interiores, arquitectos o decoradores de interiores, considerando reformas de espacios que contribuyan al bienestar, salud y recuperación de pacientes.
- 4) Se recomienda evaluar al detalle los inconvenientes manifestados referentes a la calidad de los productos de aseo distribuidos, para así buscar productos alternativos de mejor calidad.
- 5) Se recomienda tener un personal profesional del área para que supervise netamente el cumplimiento de la labor diaria del personal de limpieza, que reciba las reclamaciones y sugerencias de los pacientes para la mejora del servicio.

## Referencias

- Agudelo, J., & Bermúdez, F. (2020). *Evaluar la satisfacción de los usuarios respecto al servicio de hotelería y confort en la central hospitalaria de la IPS clínica el prado*. [Trabajo especialización, Universidad tecnológica de Pereira]. <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/b9652d01-5bec-4cdb-a59a-78f36d1eee35/content>
- Andonaire, J. (2015). *Percepción de la calidad de atención por el usuario externo del servicio de emergencia del hospital regional II*. [Tesis de segunda especialidad, Universidad autónoma de Ica].
- Arias, M. & Rodas, V. (2012). *Modelo de servucción basado en el cliente aplicado a latino clínica Cuenca Ecuador*. (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana.
- Aquilla, C. & Capelo, D. (2015). *Manual de procesos operativos del departamento de hotelería, aplicado al hospital universitario del río de la ciudad de cuenca*. (Monografía para Licenciatura). Universidad de Cuenca.
- Báez, S. (2009). *Hotelería*. (4ta ed). México: Grupo editorial patria.
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). *Administración: Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. (8va ed.). McGraw-Hill/Interamericana editores
- Belén, G. & Navarro, D. (2021) *hotelería hospitalaria: metodología para la medición de la calidad percibida. Maternidad del hospital santa Isabel de Hungría, Mendoza, Argentina*. Turismo y patrimonio.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3a. Ed.). Colombia: Pearson educación

- Bonilla, A. (2016). *Buenas prácticas en Housekeeping en el Hotel San Agustín Exclusive desde la perspectiva de los colaboradores, distrito Miraflores 2016*. (Tesis de Licenciatura). [Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20696/Bonilla\\_CA..pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20696/Bonilla_CA..pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bonilla, J. (2018). *La percepción y satisfacción en el servicio al cliente en la Librería Éxito de la ciudad de Riobamba, período 2017*. (Tesis para título de Ingeniero comercial). [Universidad Nacional de Chimborazo].  
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4914/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2018-0022.pdf>
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M., & Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación holística*. Ecuador: Uide.
- Calle, M., Lazo, A., & Granados, M. (2017). *Gestión del sector alojamiento – hotel*. Universidad Técnica de Machala – UTMACH.
- Del Estal, M. & Melián, S. (2021). Importancia del compromiso del personal sanitario para la satisfacción de los pacientes en Atención primaria, *El Servier*, 54(2022), 1-8.  
<https://doi.org/10.1016/j.aprim.2022.102281>.
- Delgado, D. (2019). *La gobernanta y la importancia del asociacionismo profesional*. XI Congreso virtual sobre historia de las mujeres (15 Al 31 de octubre de 2019). Comunicaciones, 221–246.
- Duro, P. (2014). *Servicio de habitaciones*. Pautas para un servicio efectivo. Fehgra.
- Enríquez, A. y Sáenz, C. (2021). *Primeras lecciones y desafíos de la pandemia de covid-19 para los países del sica, serie estudios y perspectivas-Sede subregional de la CEPAL en México*,

- N° 189 (Lc/Ts.2021/38; Lc/Mex/TS.2021/5), Ciudad de México, Comisión económica para américa latina y el caribe (CEPAL), 2021.
- Esan. (5 de marzo de 2019). ¿Cómo mejorar el comportamiento organizacional en tu empresa? <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/03/como-mejorar-el-comportamiento-organizacional-en-tu-empresa/>
- Estornell, A., Álvarez, M. y Tortajada, E. (2019). *Housekeeping en un pequeño alojamiento turístico*. España: Educália editorial
- García, K. (2017). *Análisis del servicio del área de housekeeping y su influencia en la satisfacción de los clientes del hotel Perú hosting – dos estrellas* (Tesis de licenciatura). [Universidad Cesar Vallejo].
- García, G., & Pereira, J. (2016). Teoria geral dos sistemas e turismo: reflexão e trajetória. *Investigaciones turísticas*, 11, 165–195.
- Garis, A. (2016). *Instrumentos de medición y gestión de la calidad en la atención de los servicios hoteleros hospitalarios en base a la percepción de los pacientes*. (Tesis de maestría) [Universidad nacional de mar de la plata]. <http://nulan.mdp.edu.ar/2535/1/garis.2016.pdf>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill.
- Hostelpro. s/f. *Amenities en el hotel, Equipamiento de hoteles*, (72), 72-78. <https://revistahostelpro.com/pdf/HP-20-7.pdf>
- Hurtado, J. (2010). *Metodología de la investigación: guía para una comprensión holística de la ciencia*. (4a. Ed.). Caracas: Quirón Ediciones
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional*. Universidad Autónoma de Baja California Sur.

- Instituto nacional de educación. (2010). *Perfil profesional sector hotelería: ama de llaves* (p. 16). Ministerio de educación. [http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/Extracto\\_2014/JSI/nte\\_inen\\_iso\\_26000extracto.pdf](http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/Extracto_2014/JSI/nte_inen_iso_26000extracto.pdf)
- Lazo, A., & Andrade, A. (2018). *Gestión del departamento de ama de llaves*. In *Gestión del sector alojamiento - hotel* (pp. 172–195). Utmach.
- León, L. (2019). *Capacitación y control del personal en el área de housekeeping para una gestión de calidad del Miraflores park hotel*. (Tesis de título profesional). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú.
- Marianelli, R. (2006). *Protocolo ceremonial y acontecimientos programados, caso práctico: I congreso sobre desarrollo turístico del Mercosur*. (Monografía). [Universidad Nacional de Mar del Plata]. [http://nulan.mdp.edu.ar/1817/1/marianelli\\_rf\\_2006.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1817/1/marianelli_rf_2006.pdf)
- Molinari, G., Alfonso, A., & Scaramellini, N. (2018). *Las áreas funcionales en las organizaciones. Particularidades en las organizaciones turísticas*. [Universidad nacional de la Plata y edulp.].
- Meléndez, G. (2020). *Percepción de los clientes internos respecto a la calidad de servicio que brinda el “hotel el encanto del mundo amazónico*. (Tesis de licenciatura). Universidad privada de la selva peruana.
- Méndez, M, Fernández, J. & Martín, C. (2021): *Medición de la satisfacción a través de los atributos de la calidad percibida en una muestra de clientes de hoteles*. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 15(1): 78-97. <https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.1.5985>
- Minaya, E. (2018). *Calidad de Atención y satisfacción del usuario del servicio de consultorio médico de Medicina, según percepción de los pacientes del Hospital de Huaral, 2016*. (Tesis de Maestría). [Universidad Cesar Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13225/Minaya\\_TDOEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13225/Minaya_TDOEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ministerio de salud. (2020). Directiva sanitaria para el cuidado en ambientes temporales de hospitalización y de atención crítica. Directiva sanitaria N° 109-minsa/2020/Dgain.

Ministerio de salud. (2021). Tiempos de pandemia 2020 – 2021. Lima: Ministerio de salud. 192p.

Moyano, C. (2013). *Espacios interiores para la salud, caso clínica Santa Ana*. Universidad del Azuay. Tesis de titulación como diseñador de interiores.

Molinari, G., Alfonso, A., & Scaramellini, N. (2018). *Las áreas funcionales en las organizaciones. Particularidades en las organizaciones turísticas*. Universidad nacional de la plata y edulp.

Nizama, G. (2018). *La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: hotel de 3 estrellas león de oro suites, área de front desk*. (Tesis de Maestría). [Universidad de San Martín de Porres]. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3809/nizama\\_rgc.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3809/nizama_rgc.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Núñez (2016/2017). *El Packaging como estrategia de fidelización en el sector hotelero*. Universidad Politécnica de Valencia. [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/90255/PRESENTACION%20TFM\\_15059098878647341768955192641945.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/90255/PRESENTACION%20TFM_15059098878647341768955192641945.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Organización mundial de la salud. (2020). Actualización de la estrategia frente a la Covid-19. Organización Mundial de la Salud, 1–17. [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/covid-strategy-update-14april2020\\_es.pdf?sfvrsn=86c0929d\\_10](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/covid-strategy-update-14april2020_es.pdf?sfvrsn=86c0929d_10)

Organización mundial de la salud (2021). Información básica sobre la Covid-19.

<https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19>

Palomino, E. (2020). *Desafíos de la hotelería hospitalaria colombiana en tiempos de la Covid-19*.

*In hotelería hospitalaria en tiempos de pandemia* (p. 14). Federación Peruana de Administradores de Salud.

Rojas, R. (2020). *Percepción del paciente sobre la calidad del cuidado que brinda la enfermera*

*en los servicios de medicina de un hospital nacional 2019*. (Tesis de licenciatura).

Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Salazar, Y. (2020). *Atención de Hotelería Hospitalaria en la Clínica Anglo Americana del distrito*

*de San Isidro y su relación con la gestión de calidad*. (Trabajo de suficiencia profesional

para licenciatura). [Universidad Inca Garcilazo de la Vega].

[http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5493/TRSUFICIENCIA\\_SALAZAR%20PANTA%20YRENE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5493/TRSUFICIENCIA_SALAZAR%20PANTA%20YRENE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Soria, M. (2018). *Factores que influyen en la satisfacción del paciente dentro de la hotelería*

*hospitalaria de un establecimiento de salud privado en lima metropolitana 2017*. (Tesis de

Licenciatura). [Universidad san Ignacio de Loyola].

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d80be482-ef43-4ced-ac33-08ac8f69fc4f/content>

Vargas, O. (2016) *La Medición de la Percepción de la Calidad de los Servicios Odontológicos*

*como Herramienta para su Mejoramiento. Aplicación en las Clínicas Odontológicas*

*Integradas de Bogotá*. (Trabajo de grado). Universidad Nacional de Colombia.

Vasconcelos, C. (2021). *Hotelería hospitalaria e a Gestão em enfermagem*. Caderno Saúde e

desenvolvimiento, curitiba, 10(18), 52–62. <https://doi.org/10.22533/at.ed.67620101214>

Valderrama, S. (2018). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial San Marcos.

Vizcarra, S. (2019). *Servicio de housekeeping en las habitaciones de la clínica Ricardo palma y su relación con el bienestar del paciente – 2018*. (Tesis de maestría). Universidad Ricardo Palma, Perú.

Vizcarra, S., & Alberca-Sialer, F. (2019). *La importancia del servicio y departamento de housekeeping en centros hospitalarios. Apuntes sobre su definición, características y gestión*. Turismo y patrimonio, 9556(13), 53–66. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2019.n13.04>

## **Apéndices**

## Apéndice A

### Matriz de consistencia

#### TITULO: EL SERVICIO DE HOUSEKEEPING Y LA PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES EN UNA CLÍNICA PRIVADA, LIMA 2021

**Autora: Bach. Jamanca Hurtado Ana Gabriela**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADO	DISEÑO METODOLÓGICO
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPOTESIS GENERAL</b>				
¿De qué manera el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021?	Determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021.	El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021.	<b>VARIABLE 01:</b> Servicio de Housekeeping	1. Control de habitaciones	Ubicación	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b> Básica  <b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</b> Descriptivo- Correlacional
					Disposición Decoración	<b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN :</b> No experimental – De corte Transversal
				2. Higiene de habitaciones	Limpieza Desinfección Orden	<b>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN:</b> Cuantitativo <b>POBLACIÓN:</b> 70 Pacientes que estaban hospitalizados
				3. Abastecimiento de suministros	Ropa de cama Ropa de baño Útiles de aseo	
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>				
¿De qué manera el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes referente a los elementos	Determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes referente a los	El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes	<b>VARIABLE 02:</b> Percepción de los pacientes	4. Elementos tangibles	Equipamiento	<b>MUESTRA:</b> 50 pacientes hospitalizados, con un muestreo no probabilístico a conveniencia del investigador.  <b>TÉCNICA:</b> Encuesta

tangibles en una clínica privada de Lima, 2021?	elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021.	referente a los elementos tangibles en una clínica privada de Lima, 2021.		<u>Producto</u>
¿De qué manera el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021?	Determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021.	El servicio de housekeeping se relaciona significativamente con la percepción de los pacientes referente a los servicios en una clínica privada de Lima, 2021.	5. Servicio	Comodidad <u>Seguridad</u> <u>Empatía</u>

**INSTRUMENTOS:** Cuestionarios

## Apéndice B

### *Cuestionario sobre Servicio de housekeeping*

#### INSTRUMENTO QUE MIDE EL SERVICIO DE HOUSEKEEPING Y LA PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES EN UNA CLÍNICA PRIVADA, LIMA 2021.

#### Instrumento cuantitativo de la Variable: Servicio de Housekeeping

Buen día, la presente investigación tiene como objetivo determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021. Su aporte es valioso, en el sentido de marcar una sola alternativa que desde su percepción sea la correcta.

<b>Totalmente en desacuerdo (1)</b>	<b>En desacuerdo (2)</b>	<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)</b>	<b>De acuerdo (4)</b>	<b>Totalmente de acuerdo (5)</b>
---	------------------------------	---	---------------------------	--------------------------------------

Nro.	Ítems	Valoración				
	<b>DIMENSIONES: Control de habitaciones</b>	1	2	3	4	5
1	¿Es fácil ubicar la habitación?					
2	¿Es adecuada la disposición del equipamiento de la habitación?					
3	¿La disposición de suministros de ropa y útiles de aseo es suficiente?					
4	¿La decoración de las habitaciones es adecuada para una institución de salud?					
<b>DIMENSIONES: Higiene de habitaciones</b>						

5	¿La limpieza de la habitación se realiza diariamente?					
6	¿La limpieza de las habitaciones interfiere con alguno de sus tratamientos?					
7	¿Durante la limpieza se desinfecta toda la habitación?					
8	¿Posterior a la limpieza e higiene de espacios queda en orden la habitación?					
<b>DIMENSIONES: Abastecimiento de suministros</b>						
9	¿La ropa suministrada de cama es de su agrado?					
10	¿La ropa de baño se encuentra en buen estado?					
11	¿El abastecimiento de útiles de aseo es frecuente?					

**Muchas gracias.**

## Apéndice C

### *Cuestionario sobre Percepción de los pacientes*

#### **INSTRUMENTO QUE MIDE EL SERVICIO DE HOUSEKEEPING Y LA PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES EN UNA CLÍNICA PRIVADA, LIMA 2021.**

#### **Instrumento cuantitativo de la Variable: Percepción de los pacientes**

Buen día, la presente investigación tiene como objetivo determinar cómo el servicio de housekeeping se relaciona con la percepción de los pacientes en una clínica privada de Lima, 2021. Su aporte es valioso, en el sentido de marcar una sola alternativa que desde su percepción sea la correcta.

<b>Totalmente en desacuerdo (1)</b>	<b>En desacuerdo (2)</b>	<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)</b>	<b>De acuerdo (4)</b>	<b>Totalmente de acuerdo (5)</b>
---	------------------------------	---	---------------------------	--------------------------------------

<b>DIMENSIONES: Elementos tangibles</b>				
1	¿Los mobiliarios dentro de la habitación se encuentran bien distribuidos y en buen estado?			
2	¿Se debería de mejorar la calidad de los productos de aseo (kits de aseo)?			
<b>DIMENSIONES: Servicio</b>				
3	¿Considera que la desinfección de equipos médicos y de superficies es correcta?			
4	¿Se perciben más limpios los espacios luego del proceso de limpieza aplicado?			
5	¿Considera que la habitación recibe una desinfección adecuada?			

6	¿La decoración interna de las habitaciones es de su agrado?					
7	¿El personal de housekeeping refleja seguridad en el desarrollo de sus actividades?					
8	¿El personal de housekeeping realiza sus labores con empatía?					

**Muchas gracias.**

## Apéndice D

*Base de datos del cuestionario de la variable Servicio de housekeeping*

	Control de habitaciones				Higiene de habitaciones				Abastecimiento de suministros		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
Elemento 1	4	3	4	4	5	2	4	4	2	2	4
Elemento 2	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	2
Elemento 3	4	3	4	3	5	1	5	5	3	4	3
Elemento 4	4	2	4	3	5	3	5	5	3	2	3
Elemento 5	4	2	4	3	5	3	5	5	4	4	2
Elemento 6	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4
Elemento 7	5	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4
Elemento 8	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5
Elemento 9	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
Elemento 10	4	3	4	3	5	2	4	4	4	4	2
Elemento 11	4	3	4	3	5	2	4	4	3	4	2
Elemento 12	4	3	4	3	5	1	5	5	3	4	3
Elemento 13	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
Elemento 14	4	3	2	4	4	2	4	4	2	2	4
Elemento 15	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2
Elemento 16	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
Elemento 17	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4
Elemento 18	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
Elemento 19	5	4	4	4	5	2	5	4	4	3	2
Elemento 20	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3
Elemento 21	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3
Elemento 22	5	2	1	4	4	1	5	5	2	2	3
Elemento 23	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
Elemento 24	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
Elemento 25	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5
Elemento 26	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5
Elemento 27	3	2	3	2	4	4	2	2	1	1	1
Elemento 28	3	2	3	2	4	4	2	2	1	1	2
Elemento 29	3	2	3	2	4	4	2	2	1	1	2
Elemento 30	5	5	5	4	5	2	5	4	3	3	2
Elemento 31	5	4	2	3	5	3	5	5	3	3	3

Elemento 32	4	3	4	4	5	2	4	4	4	4	4
Elemento 33	5	4	4	4	5	3	5	5	3	3	4
Elemento 34	5	4	2	3	5	3	5	5	3	3	3
Elemento 35	5	4	3	3	5	4	5	5	3	3	3
Elemento 36	4	4	3	4	4	2	5	5	3	3	3
Elemento 37	5	4	3	3	4	3	5	4	4	4	3
Elemento 38	5	4	3	4	5	2	5	4	2	2	3
Elemento 39	5	5	5	4	5	2	5	4	3	3	2
Elemento 40	4	3	4	3	5	1	5	5	3	4	3
Elemento 41	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2
Elemento 42	4	4	3	4	4	2	5	5	3	4	3
Elemento 43	5	4	3	3	4	3	5	4	4	4	3
Elemento 44	5	4	3	4	5	2	5	4	2	2	3
Elemento 45	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3
Elemento 46	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
Elemento 47	4	3	2	4	4	2	4	4	3	3	4
Elemento 48	4	3	2	4	4	2	4	4	2	2	4
Elemento 49	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
Elemento 50	3	3	2	4	5	2	4	4	4	4	4

## Apéndice E

*Base de datos del cuestionario de la variable Percepción de los pacientes*

	Elementos tangibles		Servicios					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
Elemento 1	3	1	4	4	4	3	4	3
Elemento 2	4	1	3	4	4	4	4	4
Elemento 3	3	2	5	5	5	2	2	2
Elemento 4	4	2	5	5	5	3	4	5
Elemento 5	4	4	5	5	5	3	4	5
Elemento 6	4	4	4	5	4	4	5	5
Elemento 7	4	4	4	5	4	4	5	5
Elemento 8	4	4	5	5	5	4	5	5
Elemento 9	4	3	3	4	4	4	4	4
Elemento 10	3	2	4	4	4	2	4	4
Elemento 11	3	2	4	4	4	2	4	4
Elemento 12	3	2	5	5	5	2	3	3
Elemento 13	4	4	5	5	5	4	5	5
Elemento 14	4	2	4	4	4	2	4	4
Elemento 15	4	2	4	4	4	3	4	4
Elemento 16	4	3	4	4	4	2	3	4
Elemento 17	4	4	3	4	3	3	4	3
Elemento 18	5	4	5	5	5	4	5	5
Elemento 19	4	4	5	5	5	4	4	4
Elemento 20	4	3	3	4	4	3	4	4
Elemento 21	4	2	4	5	4	4	4	4
Elemento 22	3	2	5	5	5	3	3	3
Elemento 23	4	4	4	4	4	4	3	3
Elemento 24	4	4	4	4	4	4	3	3
Elemento 25	4	4	4	4	4	4	4	4
Elemento 26	4	4	4	4	4	4	4	4
Elemento 27	4	1	2	4	2	2	3	3
Elemento 28	4	1	2	4	2	2	3	3
Elemento 29	4	1	2	4	2	2	3	3
Elemento 30	4	2	5	5	5	4	5	5
Elemento 31	5	3	5	5	5	3	5	5
Elemento 32	3	3	4	4	4	3	4	3
Elemento 33	5	3	5	5	5	4	5	5

Elemento 34	5	3	5	5	5	3	5	5
Elemento 35	4	2	5	5	5	3	5	5
Elemento 36	4	3	5	5	5	4	5	5
Elemento 37	4	2	5	5	5	3	4	4
Elemento 38	4	2	5	5	5	3	4	4
Elemento 39	4	2	5	5	5	4	5	5
Elemento 40	3	2	5	5	5	2	3	3
Elemento 41	4	2	4	4	4	3	4	4
Elemento 42	4	3	5	5	5	4	5	5
Elemento 43	4	2	5	5	5	3	4	4
Elemento 44	4	2	5	5	5	3	4	4
Elemento 45	4	3	5	5	5	4	5	5
Elemento 46	4	3	3	4	4	4	4	4
Elemento 47	4	3	4	4	4	2	4	4
Elemento 48	4	2	4	4	4	2	4	4
Elemento 49	4	3	3	4	4	4	4	4
Elemento 50	3	4	4	4	4	4	4	4

## Apéndice F

### *Validación de instrumento por expertos*

---

#### **INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

##### **I. DATOS GENERALES:**

1.1. Apellidos y nombres del validador: Enciso Huamán Mirian Julia

1.2. Grado Académico: Magister en Docencia e Investigación Universitaria

1.3. Institución donde labora: Universidades privadas

1.3.1. Especialidad del validador: Docente Metodólogo en Investigación y tesis

1.3.2. Título de la investigación: **El Servicio de Housekeeping y la Percepción de los pacientes en una Clínica Privada, Lima 2021**

1.3.3. Autor del Instrumento: Br. Ana Gabriela Jamanca Hurtado

1.3.4 Instrumento: **SERVICIO DE HOUSEKEEPING**

**ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO: SERVICIO DE HOUSEKEEPING**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....48..... OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 19 de julio de 2022

Firma del Experto Informante.  
DNI. N°. 06803689

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### II. DATOS GENERALES:

1.4. Apellidos y nombres del validador: Enciso Huamán Mirian Julia

1.5. Grado Académico: Magister en Docencia e Investigación Universitaria

1.6. Institución donde labora: Universidades privadas

1.6.1. Especialidad del validador: Docente Metodólogo en Investigación y tesis

1.6.2. Título de la investigación: **El Servicio de Housekeeping y la Percepción de los pacientes en una Clínica Privada, Lima 2021**

1.6.3. Autor del Instrumento: Br. Ana Gabriela Jamanca Hurtado

1.6.4 Instrumento: **PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES**

**ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO: PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....47..... OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 19 de julio de 2022



\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante.  
DNI. N°. 06803689

Act  
Ir a (

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador: **FUCHS ANGELES OSCAR ENRIQUE**

1.2. Grado Académico: **Mg. en Docencia e Investigación Universitaria**

1.3. Institución donde labora: **Diversas universidades.**

1.3.1. Especialidad del validador: **Docente metodólogo en investigación y estadística para investigación.**

1.3.2. Título de la investigación: **El Servicio de Housekeeping y la Percepción de los pacientes en una Clínica Privada, Lima 2021**

1.3.3. Autor del Instrumento: Br. Ana Gabriela Jamanca Hurtado

1.3.4 Instrumento: **SERVICIO DE HOUSEKEEPING**

**ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO SERVICIO DE HOUSEKEEPING**

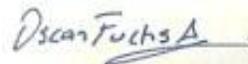
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9..METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45 PUNTOS EN OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

LIMA, 21 de julio de 2022.



Firma del Experto Informante.  
DNI. N°. 07538941

Activar  
Ir a Config

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### II. DATOS GENERALES:

1.4. Apellidos y nombres del validador: **FUCHS ANGELES OSCAR ENRIQUE**

1.5. Grado Académico: **Mg. en Docencia e Investigación Universitaria**

1.6. Institución donde labora: **Diversas universidades**

1.6.1. Especialidad del validador: **Docente metodólogo en investigación y estadística para investigación.**

1.6.2. Título de la investigación: **El Servicio de Housekeeping y la Percepción de los pacientes en una Clínica Privada, Lima  
2021**

1.6.3. Autor del Instrumento: Br. Ana Gabriela Jamanca Hurtado

1.3.4 Instrumento: **PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES**

**ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9..METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 46 PUNTOS DE OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

LIMA, 21 de julio de 2022.

*Oscar Fuchs A.*

Firma del Experto Informante.  
DNI. N°. 07538941

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### L. DATOS GENERALES:

<b>Apellidos y nombres del validador</b>	García Bayona Juana Rosa
<b>Grado Académico</b>	Dra. En Ciencias Administrativas
<b>Institución donde labora</b>	Universidad Peruana de las Américas
<b>Especialidad del validador</b>	Contadora Pública Colegiada
<b>Título de la investigación</b>	EL SERVICIO DE HOUSEKEEPING Y LA PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES EN UNA CLÍNICA PRIVADA, LIMA 2021
<b>Autora del instrumento</b>	JAMANCA HURTADO ANA GABRIELA
<b>Instrumento</b>	Cuestionario

### II. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
<b>1. CLARIDAD</b>	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.					X
<b>2. OBJETIVIDAD</b>	Está expresado en conductas observables.					X
<b>3. ACTUALIDAD</b>	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
<b>4. SUFICIENCIA</b>	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
<b>5. ORGANIZACIÓN</b>	Presentación ordenada					X
<b>6. INTENCIONALIDAD</b>	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X
<b>7. CONSISTENCIA</b>	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
<b>8. COHERENCIA</b>	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	

9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

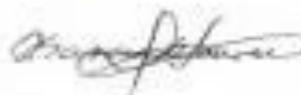
PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

( X ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

LIMA 06 DE AGOSTO 2022



\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante.  
DNI. Nº. 08762007

## Apéndice G

*Base de datos para prueba de confiabilidad de la variable Servicio de housekeeping*

	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>	<b>P7</b>	<b>P8</b>	<b>P9</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>
Sujeto 1	4	3	4	4	5	2	4	4	2	2	4
Sujeto 2	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	2
Sujeto 3	4	3	4	3	5	1	5	5	3	4	3
Sujeto 4	4	2	4	3	5	3	5	5	3	2	3
Sujeto 5	4	2	4	3	5	3	5	5	4	4	2
Sujeto 6	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4
Sujeto 7	5	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4
Sujeto 8	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5
Sujeto 9	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
Sujeto 10	4	3	4	3	5	2	4	4	4	4	2
Sujeto 11	4	3	4	3	5	2	4	4	3	4	2
Sujeto 12	4	3	4	3	5	1	5	5	3	4	3
Sujeto 13	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
Sujeto 14	4	3	2	4	4	2	4	4	2	2	4
Sujeto 15	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2

## Apéndice H

*Base de datos para prueba de confiabilidad de la variable Percepción de los pacientes*

	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>	<b>P7</b>	<b>P8</b>
Sujeto 1	4	2	5	5	5	3	4	5
Sujeto 2	4	4	5	5	5	3	4	5
Sujeto 3	4	4	4	5	4	4	5	5
Sujeto 4	4	4	4	5	4	4	5	5
Sujeto 5	4	4	5	5	5	4	5	5
Sujeto 6	4	3	3	4	4	4	4	4
Sujeto 7	3	2	4	4	4	2	4	4
Sujeto 8	3	2	4	4	4	2	4	4
Sujeto 9	3	2	5	5	5	2	3	3
Sujeto 10	4	4	5	5	5	4	5	5
Sujeto 11	4	2	4	4	4	2	4	4
Sujeto 12	4	2	4	4	4	3	4	4
Sujeto 13	4	3	4	4	4	2	3	4
Sujeto 14	4	4	3	4	3	3	4	3
Sujeto 15	5	4	5	5	5	4	5	5

## Apéndice I

### Resultado de Turnitin

#### EL SERVICIO DE HOUSEKEEPING Y LA PERCEPCIÓN DE LOS PACIENTES EN UNA CLÍNICA PRIVADA, LIMA 2021

##### INFORME DE ORIGINALIDAD



##### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.ulasamericas.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>7%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Wiener</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>ojs.revistaturismoypatrimonio.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>bdigital.unal.edu.co</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Ministerio de Defensa</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>