



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA**

TESIS

**CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDO POR LOS
USUARIOS EN EL HOTEL CINCO ESTRELLAS CASA
ANDINA DE LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2018**

PRESENTADA POR

KAMLAN CALIXTO CAMPOS ACOSTA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA**

PUCALLPA – PERÚ

2018

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre Calixto, al esfuerzo de mi madre Victoria por el apoyo incondicional en mi vida universitaria, al aliento de mi esposa Ziorsi y de mis hijas Ivanna y Amoy que son el principal motivo de mis deseos de superación.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mis hermanas Luisa y Amoy, por el apoyo incondicional brindado y a mi tío Isaac que parte de este logro es por su valioso apoyo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Alas Peruanas – Filial Pucallpa mi alma mater.

A los diferentes docentes que fueron parte de mi formación profesional, brindándome sus conocimientos.

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Calidad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018”, tiene como finalidad determinar el nivel de la calidad de servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018.

La metodología es de tipo aplicada, porque adquiere conocimientos de diferentes fuentes de información, para ser aplicados en el estudio, asimismo se empleó el diseño descriptivo simple, porque indaga en un grupo de personas, sobre las características de las situaciones, para establecer hipótesis con cifras o valores. La muestra está representada por 144 usuarios del Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, a los cuales se les aplico el instrumento denominado cuestionario de preguntas que consta de 19 ítems.

El análisis descriptivo de la percepción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa es aceptable en 54.72%.

Palabras claves: Calidad de servicio, usuarios, análisis descriptivo.

ABSTRACT

This research entitled: "Quality of service perceived by users in the five-star Casa Andina hotel in the city of Pucallpa, 2018", aims to determine the level of quality of service perceived by users in the five-star hotel Casa Andean city of Pucallpa, 2018.

The methodology is of applied type, because it acquires knowledge from different sources of information, to be applied in the study, also the simple descriptive design was used, because it investigates in a group of people, about the characteristics of the situations, to establish hypotheses with figures or values. The sample is represented by 144 users of the Casa Andina Hotel in the city of Pucallpa, to whom the instrument called questionnaire consisting of 19 items was applied.

The descriptive analysis of the perception of users regarding the quality of service at the five-star Casa Andina hotel in the city of Pucallpa is acceptable at 54.72%.

Keywords: Quality of service, users, descriptive analysis.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
TABLA DE CONTENIDO	vi
LISTA DE TABLAS	x
LISTA DE GRÁFICOS	xii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I	1
EL PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema	3
1.2.1. Problema general	3
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.3. Objetivos de la investigación	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4. Justificación del estudio.....	5
1.5. Limitaciones	6

CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes del estudio	7
2.1.1. A nivel internacional.....	7
2.1.2. A nivel nacional.....	10
2.2. Bases teóricas.....	14
2.2.1. Calidad del servicio.....	14
2.2.2. Modelo SERVQUAL.....	15
2.2.3. Beneficios del método SERVQUAL	16
2.2.4. Desventajas del método SERVQUAL.....	16
2.2.5. Aplicaciones del SERVQUAL	16
2.2.6. Concepto de un hotel.....	17
2.3. Definición de términos	18
2.4. Hipótesis.....	20
2.4.1. Hipótesis general	20
2.4.2. Hipótesis específicas	20
2.5. Variables	21
2.5.1. Definición conceptual de la variable.....	21
2.5.2. Definición operacional de la variable	21
2.5.3. Operacionalización de la variable	22
CAPÍTULO III	23

METODOLOGÍA	23
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	23
3.1.1. Tipo de investigación	23
3.1.2. Nivel de investigación	23
3.2. Diseño y descripción del ámbito de la investigación.....	24
3.2.1. Diseño de la investigación	24
3.2.2. Descripción del ámbito de la investigación	24
3.3. Población y muestra	25
3.3.1. Población.....	25
3.3.2. Muestra.....	25
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	26
3.5. Confiabilidad del instrumento	26
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos	26
3.6.1. Plan de recolección de datos.....	26
3.6.2. Procesamiento de datos	27
CAPÍTULO IV	28
RESULTADOS.....	28
4.1. Análisis de tablas y gráficos	28
4.2. Prueba de hipótesis.....	47
CAPÍTULO V	50
DISCUSIÓN	50

CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
ANEXO	59

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Requerimientos mínimos de cumplimiento por los hoteles según su categoría de estrellas	18
Tabla 2. Variables, dimensiones e indicadores	22
Tabla 3. Plan de recolección y procesamiento de datos	26
Tabla 4. PREG 01. ¿Cómo califica al personal que labora en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?.....	28
Tabla 5. PREG 02. ¿Cómo califica las instalaciones del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	29
Tabla 6. PREG 03. ¿Cómo califica la iluminación de los ambientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?.....	30
Tabla 7. PREG 04. ¿Cómo califica la calefacción y el aire acondicionado del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	31
Tabla 8. PREG 05. ¿Cómo califica el servicio que brinda el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa de principio a fin?.....	32
Tabla 9. PREG 06. ¿Cómo califica el cumplimiento de las promesas establecidas en la página web del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	33
Tabla 10. PREG 07. ¿Cómo califica el interés del personal en resolver los inconvenientes de los clientes en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	34
Tabla 11. PREG 08. ¿Cómo califica el respeto a la privacidad de los clientes por parte del personal en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	35
Tabla 12. PREG 09. ¿Cree usted que las habitaciones son confortables para el cliente en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	36

Tabla 13. PREG 10. ¿Cree usted que el cliente se encuentra satisfecho por el servicio que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	37
Tabla 14. PREG 11. ¿Cómo califica el tiempo de espera que establece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es adecuado para el cliente?.....	38
Tabla 15. PREG 12. ¿Cómo califica la rapidez en la atención del personal hacia los clientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	39
Tabla 16. PREG 13. ¿Cómo califica la atención de personal está siempre disponible para el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	40
Tabla 17. PREG 14. ¿Considera que la atención que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es personalizada?	41
Tabla 18. PREG 15. ¿Considera que el acceso a las diferentes áreas (restaurant, cochera, sala de conferencias, entre otros) del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es fácil?	42
Tabla 19. PREG 16. ¿Considera que el comportamiento del personal del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es confiable?	43
Tabla 20. PREG 17. ¿Considera que el cliente se siente seguro con el servicio del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	44
Tabla 21. PREG 18. ¿Considera que el personal es amable con el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	45
Tabla 22. PREG 19. ¿Considera que el empleado tiene capacidad en la atención dentro del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?.....	46
Tabla 23. Estadísticos descriptivos para una muestra	48
Tabla 24. Prueba T, para una muestra	49

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. SERVQUAL – Modelo de medición de la satisfacción de clientes.....	15
Gráfico 2. Ubicación de Casa Andina – Sede Pucallpa	24
Gráfico 3. PREG 01. ¿Cómo califica al personal que labora en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?.....	28
Gráfico 4. PREG 02. ¿Cómo califica las instalaciones del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	29
Gráfico 5. PREG 03. ¿Cómo califica la iluminación de los ambientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?.....	30
Gráfico 6. PREG 04. ¿Cómo califica la calefacción y el aire acondicionado del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	31
Gráfico 7. PREG 05. ¿Cómo califica el servicio que brinda el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa de principio a fin?	32
Gráfico 8. PREG 06. ¿Cómo califica el cumplimiento de las promesas establecidas en la página web del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	33
Gráfico 9. PREG 07. ¿Cómo califica el interés del personal en resolver los inconvenientes de los clientes en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	34
Gráfico 10. PREG 08. ¿Cómo califica el respeto a la privacidad de los clientes por parte del personal en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	35
Gráfico 11. PREG 09. ¿Cree usted que las habitaciones son confortables para el cliente en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	36

Gráfico 12. PREG 10. ¿Cree usted que el cliente se encuentra satisfecho por el servicio que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	37
Gráfico 13. PREG 11. ¿Cómo califica el tiempo de espera que establece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es adecuado para el cliente?.....	38
Gráfico 14. PREG 12. ¿Cómo califica la rapidez en la atención del personal hacia los clientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	39
Gráfico 15. PREG 13. ¿Cómo califica la atención de personal está siempre disponible para el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	40
Gráfico 16. PREG 14. ¿Considera que la atención que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es personalizada?.....	41
Gráfico 17. PREG 15. ¿Considera que el acceso a las diferentes áreas (restaurant, cochera, sala de conferencias, entre otros) del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es fácil?	42
Gráfico 18. PREG 16. ¿Considera que el comportamiento del personal del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es confiable?	43
Gráfico 19. PREG 17. ¿Considera que el cliente se siente seguro con el servicio del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	44
Gráfico 20. PREG 18. ¿Considera que el personal es amable con el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	45
Gráfico 21. PREG 19. ¿Considera que el empleado tiene capacidad en la atención dentro del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?	46

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la calidad de servicio, viene convirtiéndose en una variable clave para la competitividad en el rubro hotelero.

El Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa tiene muy en claro que si desean posicionarse frente a su competencia, deben ofrecer una elevada calidad de servicio, que supere las expectativas del cliente. Mediante el modelo Servqual se establece cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad; para establecer indicadores que sean medibles cuantitativamente.

La estructura actual de la investigación es la siguiente:

En el capítulo I se explica acerca de la calidad del servicio actual dentro del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, para luego formularse interrogantes, objetivos, justificación y limitaciones del informe.

En el capítulo II se realiza un marco teórico, donde se obtiene antecedentes del estudio, bases teóricas, definición de términos, la hipótesis y operacionalización de las variables.

En el capítulo III se explica la metodología, es decir el tipo, nivel y diseño de la investigación, también se considera la población y muestra que estuvo conformada por los usuarios, así mismo se realiza que técnicas e instrumentos se aplicaron.

En el capítulo VI se determina los resultados, procesándose los datos, para el análisis descriptivo de cada pregunta, y también se realiza la validación la hipótesis planteada.

En el capítulo V se realiza la discusión de los resultados con los diferentes autores que señala el marco teórico.

Finalmente tenemos las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

EL PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En el Perú la industria hotelera es considerada como una de las actividades de mayor importancia, debido al turismo que presenta. Siendo necesario tener en cuenta que los visitantes buscan conocer culturas auténticas y ancestrales, es por ello que se percibe y evalúa la calidad de servicio dentro de los hoteles. La calidad es un componente esencial para obtener un cliente satisfecho, el cual genera un impacto positivo en el desarrollo de este sector empresarial.

La ciudad de Pucallpa debido a su gran diversidad de flora, fauna y sus diversas culturas, la hacen una maravilla natural, lo que propicia diversas propuestas turísticas para su desarrollo, en la cual se encuentra el turismo generando mayor demanda en los servicios hoteleros.

Es de vital importancia destacar que las investigaciones del sector servicio, han tomado la iniciativa de trabajar e investigar la calidad del servicio en los hoteles, por lo que dichos estudios demostraron la existencia de poca relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

La calidad se ha convertido en un requisito fundamental en la prestación de los servicios hoteleros, puesto que es considerado de suma importancia para el huésped, pues de ellos depende el crecimiento de dicho sector empresarial, resulta inaceptable el hecho de que los hoteles cinco estrellas en la ciudad de Pucallpa, no reúnan los requerimientos necesarios para dicha categoría, con respecto al servicio que brinda su personal.

Es necesario conocer la calidad de servicio en los hoteles para lograr que esta actividad sea competitiva. Por ello no basta con solo ofrecer productos físicos, sino que se debe tener en cuenta la materialización de los servicios, puesto que el objetivo es buscar superar y optimizar las expectativas del huésped.

La percepción de la calidad por parte del usuario, puede estar ligada a un conjunto de factores, como los atributos intrínsecos y extrínsecos las cuales tienen la función de proyectar al cliente una imagen del servicio que desee adquirir.

En la actualidad la calidad de servicio hotelero en los establecimientos de cinco estrellas dentro de la ciudad de Pucallpa se percibe una problemática, por ello se busca una estrategia de mejora, que permita el crecimiento de este sector, de tal modo que al medir la percepción del usuario, mantenga conformidad con los resultados de satisfacción.

Sin embargo cabe destacar que en los servicios, la calidad es el cumplimiento de los estándares, puesto que se pueden lograr con facilidad, pero con referencia a la calidad de servicio básicamente se trata de poner una diferencia representativa en la percepción de cada cliente trayendo como resultado la satisfacción su retorno.

Los hoteles en la ciudad de Pucallpa, son en su mayoría de escala dos y tres estrellas, es por ello que en este sector es poco frecuente el uso de metodologías para medir la calidad de los servicios brindados. Algunos de los hoteles obtienen información de sus servicios mediante encuestas a sus huéspedes, las cuales son procesadas de forma regular.

Hoy en día no existe una manera que optar de forma sistemática la percepción de los huéspedes acerca de la calidad de los servicios en los hoteles de cinco estrellas en la ciudad de Pucallpa, es por ello que se utilizan instrumentos de recolección de datos, como es la encuesta, con fin de obtener información. Por otro lado la mayoría de hoteles no reúnen las características necesarias para categorizarse como tres, cuatro o cinco estrellas, debido a la falta de infraestructura, la atención brindada dentro y fuera del hotel, etc.

La importancia de brindar un servicio de calidad ha sido destacada por cuantiosos investigadores. En concreto, varias empresas son conscientes que ofrecer un buen servicio proporciona una poderosa ventaja competitiva o bien, podemos considerar que la calidad de servicio es la vía apropiada para que la empresa pueda conseguir su objetivo.

En la industria hotelera altamente competitiva, el servicio se convierte en uno de los elementos con mayor importancia para la obtención de una ventaja competitiva sostenible en el mercado.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de la calidad de servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a los elementos tangibles del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?
- b) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a la fiabilidad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?
- c) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a la capacidad de respuesta del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?
- d) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a la empatía del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?
- e) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a la seguridad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de la calidad de servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Establecer el nivel de calidad con respecto a los elementos tangibles del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.
- b) Establecer el nivel de calidad con respecto a la fiabilidad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.
- c) Establecer el nivel de calidad con respecto a la capacidad de respuesta del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.
- d) Establecer el nivel de calidad con respecto a la empatía del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.
- e) Establecer el nivel de calidad con respecto a la seguridad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.

1.4. Justificación del estudio

Justificación teórica:

Los nuevos conocimientos sirven para conocer la problemática y deficiencias en el servicio que presentan los hoteles cinco estrellas en la ciudad de Pucallpa.

Justificación práctica:

La información que se obtenga a través de la investigación sirve como antecedente de estudio para otras investigaciones locales, asimismo para que los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Pucallpa, mejoren los

servicios que ofrecen, y eso solo se podrá a través de la identificación de la problemática y la acertada toma de decisiones de los directivos.

Justificación metodológica:

Metodológicamente se justifica en el análisis descriptivo que muestren los resultados, debido que la encuesta recolectara datos de los usuarios para conocer su opinión del servicio que percibieron.

1.5. Limitaciones

No se dispone de suficientes antecedentes del estudio con referencia al ámbito local, con lo cual la discusión de resultados se realizara en base a los antecedentes nacionales e internacionales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. A nivel internacional

Vergara, Quesada & Blanco (2011) en su investigación *“Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales”*, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad de Cartagena, tiene como objetivo determinar el grado de satisfacción que presentan los usuarios en dos hoteles de la ciudad de Cartagena de Indias (Colombia) clasificados en la categoría cinco estrellas (en la ciudad se puede contar un total de 15 hoteles con esta clasificación). Teniendo como conclusiones: (a) a partir del uso del modelo, se pudo demostrar la influencia que tienen unas variables sobre otras, y el grado de incidencia de éstas a la hora de evaluar la calidad del servicio, demostrándose así la aplicabilidad del modelo en hoteles de esta categoría, (b) para poder aumentar la calidad del servicio percibido se debe hacer énfasis en las percepciones (la rapidez al momento del registro, capacidad de los empleados para resolver problemas, la tranquilidad de la habitación y la limpieza de los lobbies), (c) el modelo permite en forma

exitosa evaluar la calidad del servicio en los hoteles, identificando los puntos clave en los cuales debe centrar la atención la firma, para mejorar la satisfacción de los clientes y aumentar la intención de recompra.

Prado & Rivera (2011) en su investigación *“Evaluación de la calidad en el servicio al cliente en los hoteles mediante la escala de Servqual”*, para optar el título de licenciado en administración en la Universidad de Guadalajara, tiene como objetivo evaluar la calidad en los servicios del cliente en hoteles de montaña de Tapalpa, Jalisco, para conocer las áreas de mejora en el servicio brindado, el estudio es exploratorio, se centra en la medición de expectativas y percepciones utilizando la escala SERVQUAL diseñada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988). Teniendo como conclusiones: (a) la expectativa de los huéspedes fue superior a la percepción del servicio recibido en la mayoría de las dimensiones, por lo cual se considera que no existe calidad en el servicio en los hoteles 3, 4 y 5 de Tapalpa, Jalisco, sin embargo en los hoteles 1, 2, 6 y 7 la percepción fue mayor que la expectativa, considerando que el cliente está satisfecho existiendo calidad en el servicio, (b) la escala permite detectar la existencia de problemas con el servicio o a una demanda cada vez más exigente. No todos los ítems tienen la misma importancia para los huéspedes, (c) la capacidad de respuesta de los empleados, la eficacia del servicio o la atención personalizada, como no se percibe este servicio pueda implicar una percepción deficiente de la calidad del producto y su insatisfacción.

Sánchez, Sánchez, & Hernández (2010) en su investigación *“Estudio de la satisfacción del usuario de hoteles cinco estrellas de la ZMG: una aplicación del instrumento Servqual”*, para el título de maestría en dirección de mercadotecnia en la Universidad de Guadalajara, tiene como objetivo analizar los índices de percepción y satisfacción del usuario de los hoteles de cinco estrellas en la zona metropolitana de Guadalajara para crear un modelo de estrategias de satisfacción. Teniendo como conclusiones: (a) los resultados indican que el hotel A registró puntajes promedios más altos, comparados con los puntajes para el hotel B en cada una de las cinco dimensiones. Esto indica que, previo a su paso por el hotel,

en promedio los usuarios del hotel A tenían mayores expectativas del servicio, comparados con sus pares del hotel B, (b) los estándares de la calidad no están en función solamente de cómo los usuarios perciben el servicio que recibieron por parte de los hoteles, sino también de toda una serie de ideas preconcebidas y expectativas que los usuarios tenían sobre el servicio que podrían recibir del hotel donde se hospedaron, previo a su estancia en el mismo, lo que constituye un medio por el cual puede entenderse qué tan satisfecho queda el huésped conforme a los servicios que se le ofrecen, (c) para la calidad en el servicio no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre ambos hoteles en ninguna de las cinco dimensiones del cuestionario Servqual.

González, Jiménez, & Gómez (2015) en su investigación *“Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera”*, para optar el título de ingeniería industrial en la Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos, tiene como objetivo describir un instrumento científico capaz de evaluar la relación de los niveles de calidad percibida del servicio desde la perspectiva de satisfacción del cliente externo. Teniendo como conclusiones: (a) se diseñó el procedimiento que hizo operativo el proceso de medición y análisis de los niveles de la calidad percibida del servicio; la propuesta cuenta con tres fases divididas en once etapas, (b) se evaluó la calidad percibida del servicio en una instalación hotelera nombrado “Hotel X”, a partir del cálculo del valor percibido, obteniéndose valores por encima del valor neutro y relativamente próximos al valor máximo de la escala de medición aplicada, (c) la calidad del servicio se ha convertido en un elemento estratégico y un requisito indispensable, que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a todas aquellas entidades u organizaciones que tratan de alcanzarla.

Duque & Palacios (2017) en su investigación *“Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó”*, para optar el título de magíster en administración en la Universidad Nacional de Colombia, teniendo como objetivo aplicar un instrumento de medida validado previamente, que permita a los administradores y

propietarios de hoteles en la ciudad de Quibdó medir la calidad percibida de los servicios en forma sistemática e integral. Teniendo como conclusiones: (a) se encuentra que hay tres áreas de acción específica que el servicio hotelero en Quibdó debe reevaluar y considerar fortalecer la relación con los clientes a través de acciones concretas como la rapidez en el momento del registro, (b) es necesario un proceso de mejora continua para generar mayor confort a los huéspedes con instalaciones adecuadas, altos niveles de limpieza y pulcritud en sus empleados, (c) seguramente, es posible encontrar resultados diferentes si el estudio se amplía a otras poblaciones del departamento, otras regiones, o países diferentes. Un análisis comprehensivo del servicio hotelero del país nos permitió generar la mejora del servicio, y la estrategia para fomentar el turismo en el país.

2.1.2. A nivel nacional

Trujillo (2017) en su investigación *“Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017”*, para optar el título profesional de licenciada en administración en turismo y hotelería en la Universidad César Vallejo, tiene como objetivo determinar la calidad de servicio en el hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017. Teniendo como conclusiones: (a) la calidad de servicio del hospedaje Anra es regular ya que los huéspedes mostraron un grado de aceptación en la atención recibida durante su estadía, pero en gran parte los resultados indican que los huéspedes están de acuerdo mas no totalmente satisfechos con los servicios recibidos, se debe a la falta de conocimiento de los estándares de calidad ya que no logran sobre pasar las expectativas que pudieron tener al momento de ingresar al hospedaje, (b) los usuarios del hospedaje Anra se encuentran en su mayoría conformes con el desempeño de los colaboradores puesto que muestran interés en resolver los problemas presentados de forma eficaz, pero sin antes recalcar que se debe trabajar en conjunto para un mejor servicio, así mismo se busca tener clientes fiables que puedan recomendar al hospedaje, (c) la gran parte de

huéspedes se encuentran satisfechos ante la interacción constante con la parte administrativa, manteniendo un lazo familiar.

Quispe (2015) en su investigación *“Nivel de percepción de la calidad y su relación con el nivel de satisfacción esperado del servicio de los clientes en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Cajamarca. 2014”*, para optar el título profesional de licenciado en turismo hotelería y gastronomía en la Universidad de Huánuco, tiene como objetivo determinar la relación del nivel de percepción de la calidad con el nivel de satisfacción esperado del servicio, de los clientes en hoteles de tres estrellas de la ciudad de Cajamarca. Teniendo como conclusiones: (a) se hizo la prueba de hipótesis, utilizando el método de correlación de PEARSON y se determinó que la correlación es muy baja de 0.009 y podemos decir que no existe relación significativa entre las medias del nivel de percepción de la calidad y el nivel de satisfacción esperado del servicio en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Cajamarca, (b) la relación del nivel de percepción de la calidad en cuanto a los elementos tangibles con el nivel de satisfacción esperado es alto, tiene un promedio de diferencia de medias de 2.48, por lo que se concluye que los clientes no están satisfechos en su totalidad en lo referente a los servicios tangibles, (c) la relación del nivel de percepción de la calidad en cuanto a los elementos de fiabilidad con el nivel de satisfacción esperado, es relativamente bajo en los clientes en hoteles de tres estrellas en la ciudad de Cajamarca pues tiene un promedio de diferencia de medias de 1.94.

Perez & Calancho (2015) en su investigación *“Calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, agosto – octubre del 2015”*, para optar el título profesional de licenciada en administración en turismo, hotelería y gastronomía en la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, tiene como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio desde la percepción del cliente con la gestión hotelera en hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Puno, Agosto - Octubre 2015. Teniendo como conclusiones: (a) la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad

de Puno, es eficiente en un 67%, fundamentado en una eficiente planificación con un 54%, organización 63%, dirección 50%, coordinación 46% y control 58% que ejercen los funcionarios durante el trabajo que realizan; por tanto se rechaza la hipótesis planteada, (b) la calidad de servicio que brindan los hoteles 4 estrellas es buena 75%, fundamentado en la buena percepción que tienen los clientes turistas sobre la tangibilidad del servicio 71%, confiabilidad 68%, capacidad de respuesta 58%, seguridad 76% y empatía 72%, en efecto se rechaza la hipótesis planteada, (c) al relacionar la calidad de servicio desde la percepción del cliente con la gestión hotelera en hoteles de 4 estrellas, encontramos relación significativa ($r=0.673$), porque dentro de una gestión eficiente se generó en la mayoría percepción buena 41% sobre la calidad de servicio que brindan los hoteles.

Cueva (2015) en su investigación *“Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones”*, para optar el título profesional de ingeniero en la Universidad de Piura, tiene como objetivo introducir el modelo SERVQUAL como un útil instrumento para cuantificar la satisfacción del cliente, teniendo como conclusiones: (a) entre las preguntas que más se relacionan con la calidad global está la pregunta 18, relacionada a la rapidez con que funcionan los distintos servicios, y la pregunta 13, que se refiere al compromiso por cumplir algo que se ha prometido al huésped del hotel. Recordemos que la pregunta 18 obtuvo un gap negativo, por lo cual si mejoramos en cuanto a la rapidez del servicio brindado en el restaurante, la calidad global mejorara de manera considerable, (b) algo parecido sucede con la pregunta 13, ya que su gap está muy por debajo de la media. Sería interesante implementar acciones que refuercen en la mente del cliente el compromiso que tiene el personal con él, ya que según los resultados, el personal está realizando un excelente trabajo y se obtiene este resultado en esta pregunta al parecer contradictorio. Lo más probable es que el mensaje del compromiso del personal con el cliente no está muy claro, (c) la confiabilidad está fuertemente relacionada con la calidad global.

A partir de esta conclusión, se debería tener especial atención con las preguntas 16 y 13, dado que presentan un gap negativo o muy por debajo de la media. Realizar un cambio en la percepción del cliente con respecto a estos atributos, podría generar un cambio significativo en la calidad global.

Nizama (2018) en su investigación *“La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017”*, para optar el grado académico de maestra en marketing turístico y hotelero en la Universidad San Martín de Porres, teniendo como objetivo analizar la relación existente entre la calidad percibida en la percepción del cliente Miraflores – 2017. Caso Hotel León de Oro Inn & Suites. Teniendo como conclusiones: (a) existe relación significativa entre el la Calidad percibida y la percepción del cliente en el Hotel León Suites, Miraflores, 2017. Con niveles de correlación de 89.4%. Además, se puede ver que los huéspedes prefieren la empatía, confiabilidad y buen trato del personal y esto lo reflejan en una alta calidad de servicio, (b) como se puede observar existe correlación entre el grado de confiabilidad y la percepción del cliente en un 89.4% y la sigma bilateral es $0,0001 < 0.05$. El cliente percibe que existe confiabilidad por parte de los colaboradores del Hotel, en el manejo de información de los servicios prestados, (c) la empatía del personal del área de front desk se relaciona significativamente con la percepción del cliente en el Hotel León de Oro Suites, distrito de Miraflores, 2017; arrojando niveles de 70%. La empatía es parte de los elementos intangibles de la calidad percibida, esto permite al hotel demostrar eficiencia en el servicio.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Calidad del servicio

Según Martínez-Tur, Peiró & Ramos (2001), consideran que la calidad de servicio percibida es tanto un antecedente como un consecuente de la satisfacción, al igual que otros investigadores. La satisfacción en una transacción concreta que viene determinada, entre otros factores, por la calidad de servicio percibida. A su vez, la satisfacción influye en la evaluación a largo plazo de la calidad de servicio que perciben los individuos.

Según Paz (2005) indica que la calidad del servicio al usuario corresponde a un instrumento intangible de medición por ende, es la confianza obtenida por el cliente. Los usuarios califican a la calidad basándose a las interrelaciones con quienes atienden directamente por eso toda acción comercial corresponde una relación de confianza; el objeto es optimizar la fidelidad del cliente.

Según Setó (2004) apunta que la calidad de servicio debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido.

Según Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) definen a la calidad de servicio como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre el resultado del servicio ofrecido.

2.2.2. Modelo SERVQUAL

Para Benavides (2011) es un método de evaluación de los factores claves para medir la calidad de los servicios prestados. El cuestionario SERVQUAL está basado en el modelo clásico de evaluación al cliente, que considera que todo cliente que adquiere un servicio genera unas expectativas del servicio que va a recibir a través de distintos canales y una vez recibido hay una serie de factores, dimensiones, que le permite tener una percepción del servicio recibido. La diferencia entre ambas actitudes es el índice de satisfacción del cliente y es el indicador que se obtiene mediante el tratamiento adecuado de la información que se obtiene al aplicar ésta herramienta de evaluación de la calidad del servicio que es SERVQUAL.

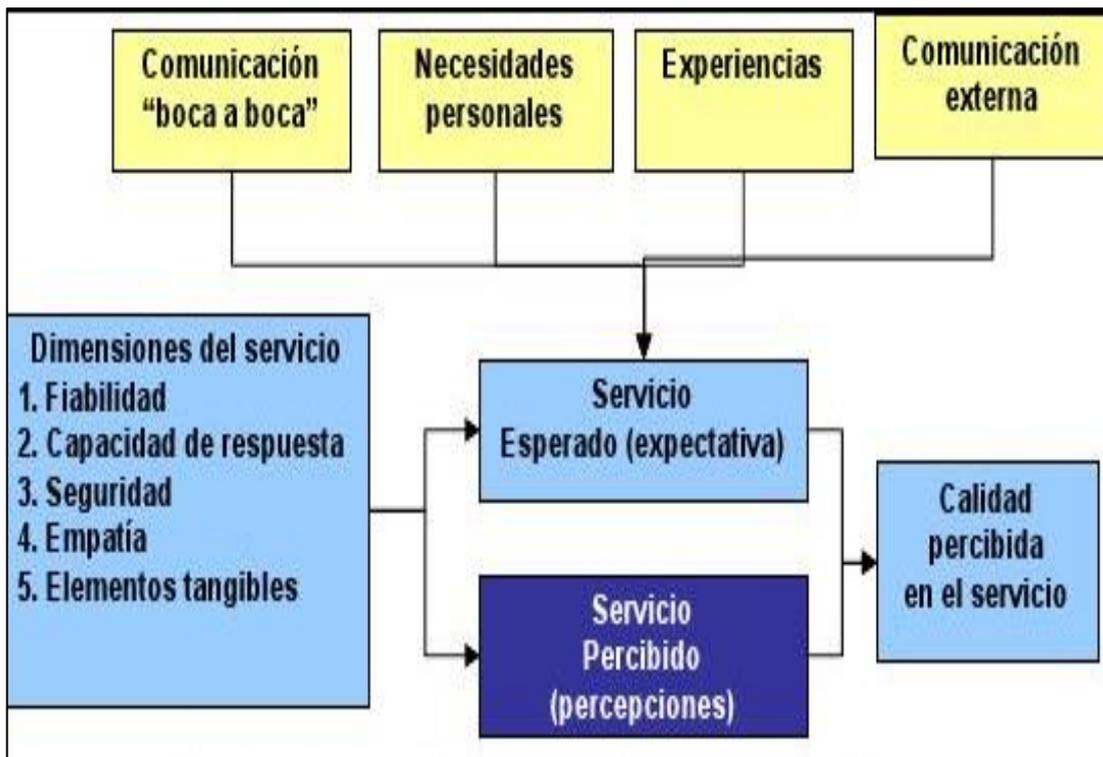


Gráfico 1. SERVQUAL – Modelo de medición de la satisfacción de clientes

2.2.3. Beneficios del método SERVQUAL

Ferrada & Barahona (2012) consideran que la mayoría de los usuarios coincidirían que una exanimación comprensiva y cuidadosa de las necesidades y calidad de servicio proporciona un acercamiento inestimable para mejorar la calidad del mismo. El SERVQUAL proporciona la información detallada sobre:

- a) Opiniones del cliente sobre el servicio (una medición de comparación con la competencia establecida por sus propios clientes).
- b) Niveles de desempeño según lo percibido por los clientes.
- c) Comentarios y sugerencias del cliente Impresiones de empleados con respecto a la expectativa y nivel de satisfacción de los clientes.

2.2.4. Desventajas del método SERVQUAL

SERVQUAL puede contribuir a los problemas en materia de confiabilidad, validez discriminante, validez convergente y validez predictiva de la medición. Por ello, los puntajes de SERVQUAL deben utilizarse con cuidado. Por último, SERVQUAL presupone que los resultados de los estudios de mercado son precisos, así como que las necesidades de los clientes pueden documentarse y capturarse, y que permanecen estables durante todo el proceso (Ferrada & Barahona, 2012).

2.2.5. Aplicaciones del SERVQUAL

Este método es ampliamente utilizado dentro de industrias de servicios para entender las metas de servicio de los clientes de acuerdo con sus necesidades de servicio y para proporcionar una medición de la calidad del servicio de la organización.

Se puede también aplicar internamente para entender las opiniones de los empleados respecto de la calidad del servicio. Con el objetivo de lograr la mejoría del servicio (Ferrada & Barahona, 2012).

2.2.6. Concepto de un hotel

Según Flotats, Guijarro, & Navarré (2012) un hotel es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente.

Los hoteles, también ofrecen servicios anexos, como piscinas, guarderías para niños, centros de convención, centros de negocios, lavanderías, restaurantes y algunos servicios a la habitación.

Categorías de hoteles

Los hoteles están normalmente, clasificados en categorías según el grado de confort y el nivel de servicios ofrecidos. Una categoría para posicionar los hoteles son las estrellas, aunque según el país en el que nos encontremos tendremos diferentes formas de asignar la categoría del hotel.

Los hoteles en la zona de estudio se clasifican por medio de estrellas, y el rango va de una estrella a cinco estrellas. Una estrella representa a un hotel con características básicas, lo mínimo requerido para un establecimiento, y en el otro extremo las cinco estrellas sólo las obtienen los hoteles de lujo, con todas las comodidades posibles.

Es por medio de estos elementos o servicios que entregan los hoteles, por los cuales se clasifican. Esta clasificación, tiende a ser estandarizada, aunque varían los detalles de país en país.

Tabla 1. Requerimientos mínimos de cumplimiento por los hoteles según su categoría de estrellas

Requerimientos mínimos	1*	2*	3*	4*	5*
Habitación doble (m ²)	12	14	15	16	17
Habitación individual (m ²)	7	7	8	9	10
Cuarto de baño (m ²)	3.5	3.5	4	4.5	5
Otros servicios	Calefacción y ascensor.	Calefacción, ascensor, teléfono y servicio de caja de seguridad.	Calefacción, ascensor, teléfono, servicio de caja de seguridad, aire acondicionado en zonas comunes y bar.	Calefacción, ascensor, teléfono, servicio de caja de seguridad, aire acondicionado en habitación y bar	Calefacción, ascensor, teléfono, servicio de caja de seguridad, aire acondicionado en habitación y bar

2.3. Definición de términos

- **Actividad**, se entiende por actividad al conjunto de acciones que se llevan a cabo para cumplir las metas, consiste en la ejecución de ciertos procesos o tareas, y que queda a cargo de una entidad administrativa de nivel intermedio o bajo.
- **Administración**, es la acción de gestionar los recursos humanos, financieros y materiales a nivel empresarial.
- **Atención**, es el servicio que se presta a los clientes que adquieren un bien o servicio. La atención comprende desde la recepción y la información hasta el seguimiento postventa. En las grandes empresas existen departamentos dedicados exclusivamente a la atención del usuario.
- **Atributo**, son las características del bien o servicio.
- **Calidad**, se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas, un cumplimiento de requisitos.

- **Capacitación**, desarrollo de talleres para mejorar el dinamismo del personal.
- **Cliente**, es aquel individuo que, mediando una transacción financiera o un trueque, adquiere un producto y/o servicio de cualquier tipo (tecnológico, gastronómico, decorativo, mueble o inmueble, etcétera). Un cliente es sinónimo de comprador o de consumidor y se los clasifica en activos e inactivos, de compra frecuente u ocasional, de alto o bajo volumen de compra, satisfecha o insatisfecha, y según si son potenciales. El vendedor o encargado de marketing debe asegurarse de tomar en cuenta tanto las necesidades como las expectativas de cada cliente.
- **Dirección**, se entiende como el proceso que consiste en orientar las acciones de una empresa, organización o persona hacia un determinado fin. Los líderes o gestores deben fijar metas, tomar decisiones y guiar a sus empleados para así poder alcanzar determinados fines.
- **Eficacia**, realización de una actividad en un tiempo previsto.
- **Eficiencia**, ejecución de las metas con la utilización mínima de los recursos.
- **Empresa**, unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica y cuyo objetivo es la consecución de algún beneficio económico o comercial.
- **Estrategia**, propuesta cualitativa sobre el modo de asignar tiempos, recursos, realizar actividades y aplicación de otros medios para lograr las metas de un objetivo.
- **Expectativas**, son las suposiciones que se centran en el futuro, lo cual puede ser real o no.

- **Lealtad del usuario**, se premia a la empresa por la calidad del servicio percibido, mediante un comportamiento leal y recomendaciones a otros potenciales usuarios.
- **Meta**, es la cuantificación del objetivo que pretende alcanzar una empresa en un tiempo límite.
- **Percepción**, es el conocimiento que se adquiere de las impresiones que da el servicio.
- **Planeación**, es una acción que está vinculada al análisis y formulación de planes a nivel estratégico de una organización para fijarse una meta. Este proceso tiene una estrategia que requiere realizar un análisis del contexto y otros elementos, con los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos establecidos.
- **Satisfacción del cliente**, es la diferencia entre el valor que perciben y las expectativas del cliente, con respecto a su satisfacción.
- **Servicio**, se denomina a los servicios básicos y complementarios que reciben los usuarios en la empresa.
- **Usuario**, es la persona que adquiere los servicios de la empresa.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

El nivel de la calidad de servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a) El nivel de calidad con respecto a los elementos tangibles del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.

- b) El nivel de calidad con respecto a la fiabilidad del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.
- c) El nivel de calidad con respecto a la capacidad de respuesta del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.
- d) El nivel de calidad con respecto a la empatía del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.
- e) El nivel de calidad con respecto a la seguridad del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.

2.5. Variables

2.5.1. Definición conceptual de la variable

Según Setó (2004) apunta que la calidad de servicio debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido.

2.5.2. Definición operacional de la variable

Calidad del servicio percibido, se define a través de cinco dimensiones establecidos por modelo SERVQUAL, los cuales son: (a) Elementos tangibles, (b) Fiabilidad, (c) Capacidad de respuesta, (d) Empatía y (e) Seguridad.

2.5.3. Operacionalización de la variable

Tabla 2. Variables, dimensiones e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDO	Según Setó (2004) apunta que la calidad de servicio debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido.	ELEMENTOS TANGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personal del hotel. ▪ Instalaciones del hotel. ▪ Iluminación de los ambientes del hotel. ▪ Calefacción y aire acondicionado del hotel. ▪ El hotel transmite buen servicio de principio a fin.
		FIABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplimiento de las promesas establecidas por el hotel, ofrecidas en su página web. ▪ Interés del personal en resolver los inconvenientes de los clientes. ▪ Respeto a la privacidad de los clientes. ▪ Habitaciones confortables para el cliente. ▪ El cliente se encuentra satisfecho por el servicio que ofrece el hotel.
		CAPACIDAD DE RESPUESTA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El tiempo de espera que establece el hotel es adecuado para el cliente. ▪ Rapidez en la atención del personal. ▪ La atención de personal está siempre disponible para el cliente.
		EMPATÍA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La atención que ofrece el hotel es personalizada. ▪ El acceso a las diferentes áreas del hotel (restaurant, cochera, sala de conferencias, entre otros) es fácil.
		SEGURIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comportamiento confiable del personal. ▪ El cliente se siente seguro con el servicio del hotel. ▪ El personal es amable con el cliente. ▪ El empleado tiene capacidad en la atención.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Para Hernández, Fernández & Baptista (2006) la investigación que se plantea es de tipo **aplicada** porque se adquiere conocimientos de diferentes fuentes de información, para ser aplicados en el estudio.

3.1.2. Nivel de investigación

Para Hernández, Fernández & Baptista (2006) es de nivel **descriptivo** porque se conoce la situación de la problemática actual, a través de la descripción exacta de las actividades y procesos de la empresa, siendo su meta la identificación de la problemática y no solo el recojo y procesamiento de datos.

3.2. Diseño y descripción del ámbito de la investigación

3.2.1. Diseño de la investigación

Según Hernández, Fernández & Baptista (2006) el diseño de investigación es **descriptivo simple**, y tiene como fin indagar en un grupo de personas, sobre la descripción de las situaciones, por lo tanto el estudio va establecer hipótesis con cifras o valores.

$$M \rightarrow O$$

Donde:

M: Muestra.

O: Observación de la muestra.

3.2.2. Descripción del ámbito de la investigación

Casa Andina Select Pucallpa es un hotel moderno, funcional y se encuentra a tan solo 15 minutos del aeropuerto con infraestructura de primera y una ubicación estratégica. Cuenta con habitaciones funcionales, diseñadas para satisfacer a nuestros huéspedes.

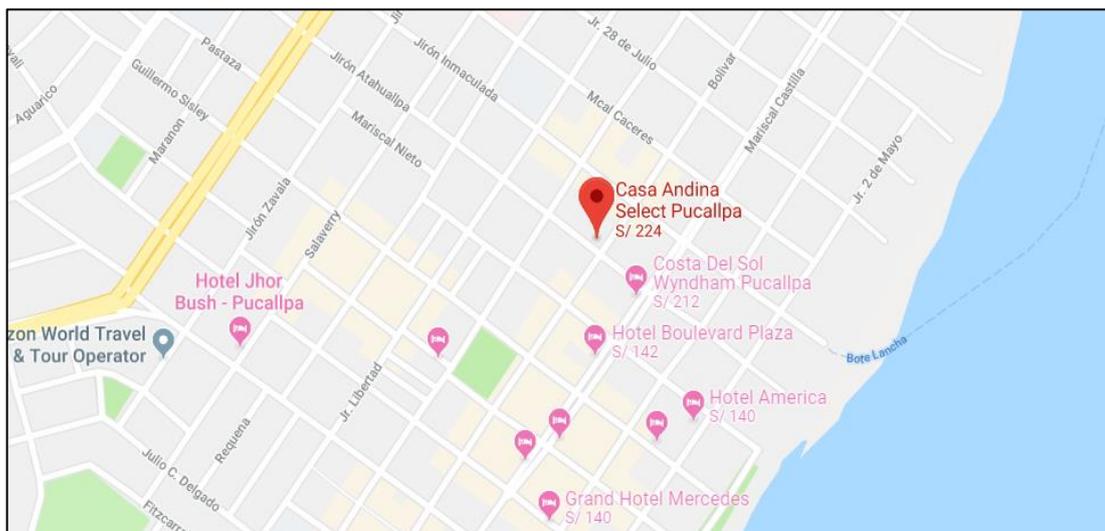


Gráfico 2. Ubicación de Casa Andina – Sede Pucallpa

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Según los registros del hotel Casa Andina – Sede Pucallpa, los usuarios que asisten a la semana están compuesto por 230 clientes aproximadamente.

3.3.2. Muestra

Se estimó siguiendo los criterios que ofrece la estadística, por ello se hizo uso del **MÉTODO PROBABILÍSTICO**, mediante la técnica del **MUESTREO PROPORCIONAL**, teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

N	Población.
n	Tamaño de la muestra realizada.
P	Probabilidad de que el evento ocurra (50%).
Q	Probabilidad de que el evento no ocurra (50%).
Z ($\alpha/2$)	1.96
E	0.05 = 5%

Fórmula para el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{Z^2(\alpha/2)PQN}{\varepsilon^2(N - 1) + Z^2PQ}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 230 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(230 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 144.100 \equiv 144$$

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

La técnica de la **encuesta** recoge información a través de un instrumento que es el **cuestionario** de preguntas que está dirigido a una muestra de estudio.

Con la encuesta se conoce la opinión de un grupo de personas, mediante una serie de preguntas formuladas sobre el tema de investigación, siguiendo criterios de metodología, coherencia y objetividad.

3.5. Confiabilidad del instrumento

Se realizó la confiabilidad del instrumento a través del alfa de Cronbach, donde se obtuvo la fiabilidad del cuestionario de preguntas.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_T^2} \right)$$

$$\alpha = \frac{19}{19-1} * \left(1 - \frac{30.334}{136.395} \right)$$

$$\alpha = 1.056 * 0.778$$

$$\alpha = 0.821$$

Obteniendo una aceptabilidad del instrumento que se evaluó.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

3.6.1. Plan de recolección de datos

Tabla 3. Plan de recolección y procesamiento de datos

Fuentes	Técnicas	Instrumentos	Agentes
Primaria	Encuesta	Cuestionarios	Dirigido a los usuarios.

3.6.2. Procesamiento de datos

El procesamiento de datos se realizó en el software estadístico SPSS 23, a través de tablas y gráficos, que precisan el análisis de resultados obtenidos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de tablas y gráficos

Tabla 4. PREG 01. ¿Cómo califica al personal que labora en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 01		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	23	15.97%
	Malo	31	21.53%
	Regular	26	18.06%
	Bueno	25	17.36%
	Muy bueno	39	27.08%
	Total	144	100.00%

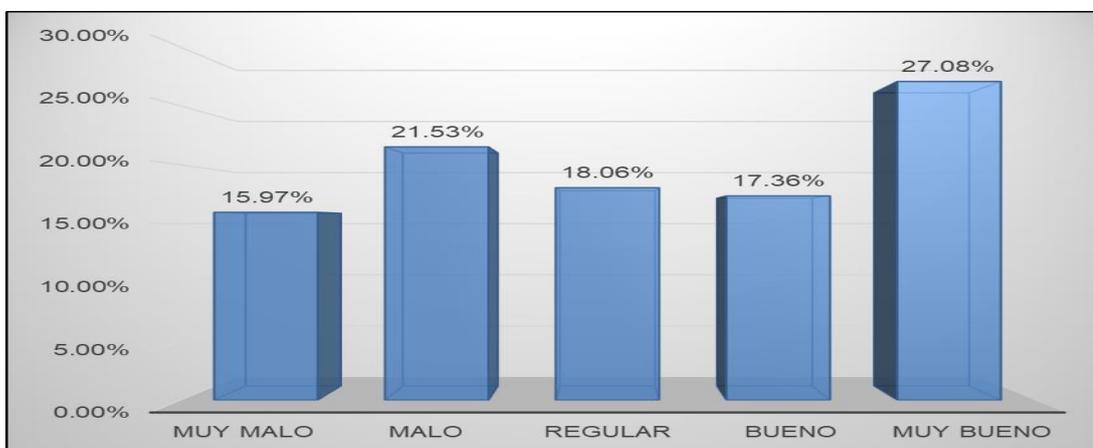


Gráfico 3. PREG 01. ¿Cómo califica al personal que labora en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 27.08% de los usuarios califican Muy bueno al personal que labora en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 21.53% Malo, el 18.06% Regular, el 17.36% Bueno y el 15.97% Muy malo.

Tabla 5. PREG 02. ¿Cómo califica las instalaciones del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 02		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	13	9.03%
	Malo	15	10.42%
	Regular	40	27.78%
	Bueno	32	22.22%
	Muy bueno	44	30.56%
	Total	144	100.00%

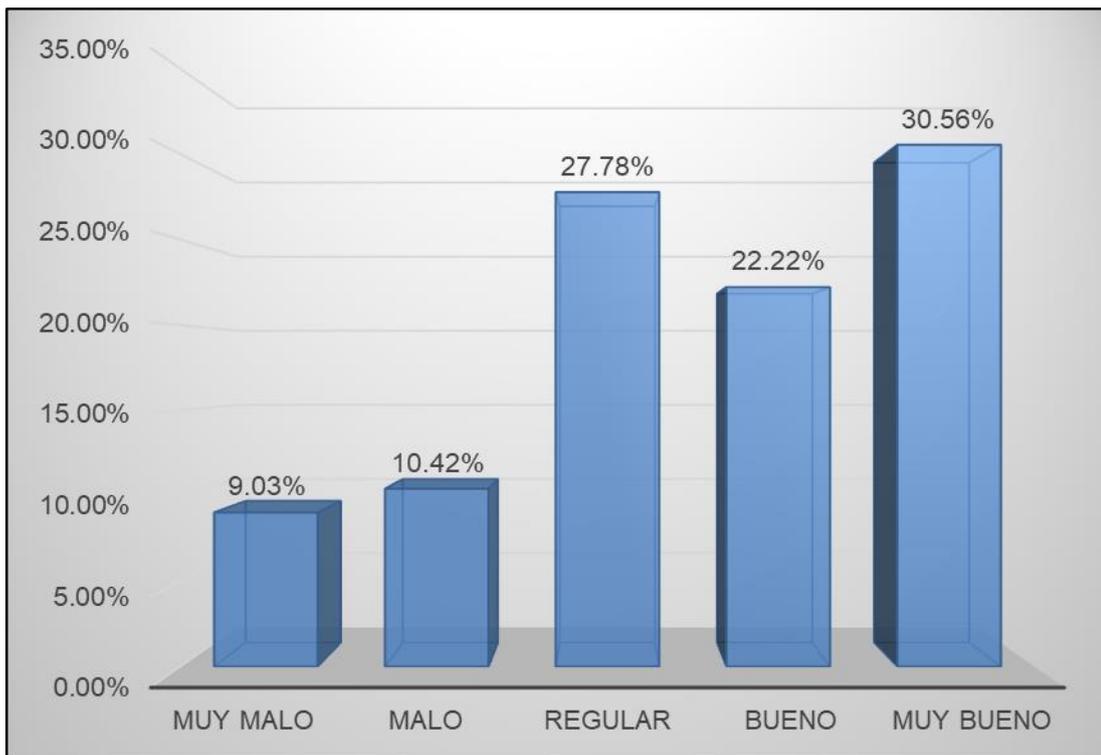


Gráfico 4. PREG 02. ¿Cómo califica las instalaciones del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 30.56% de los usuarios califican Muy bueno las instalaciones del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 27.78% Regular, el 22.22% Bueno, el 10.42% Malo y el 9.03% Muy malo.

Tabla 6. PREG 03. ¿Cómo califica la iluminación de los ambientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 03		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	14	9.72%
	Malo	16	11.11%
	Regular	23	15.97%
	Bueno	48	33.33%
	Muy bueno	43	29.86%
	Total	144	100.00%

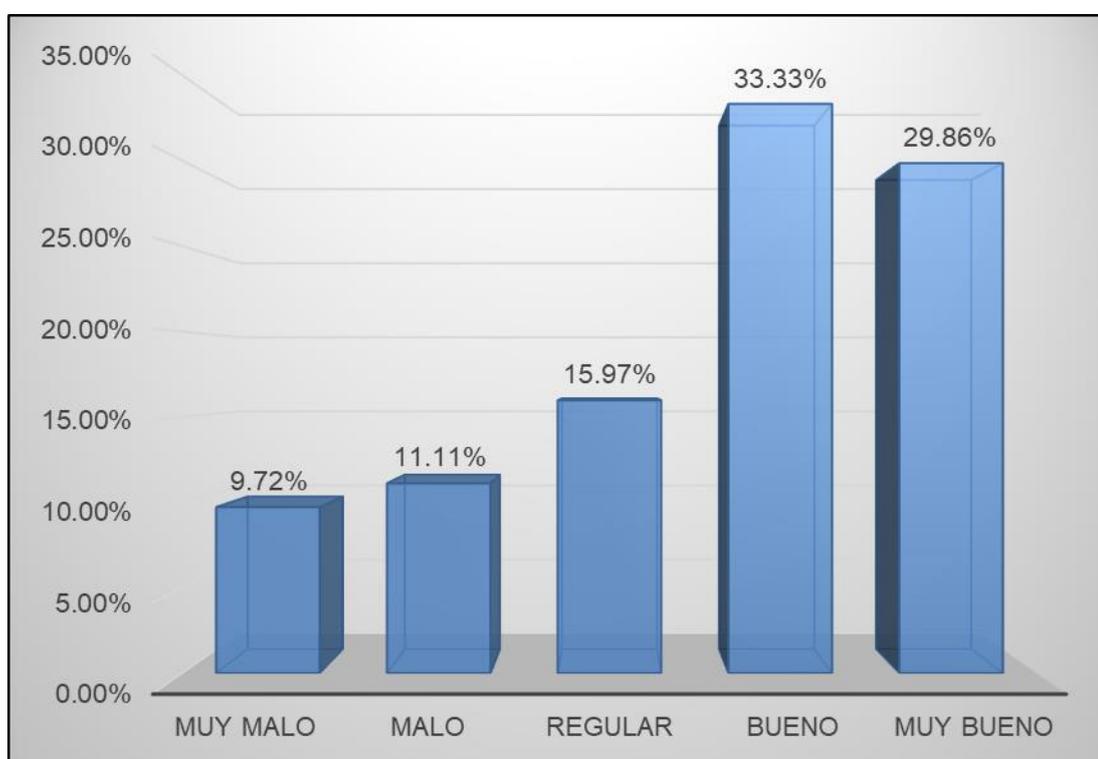


Gráfico 5. PREG 03. ¿Cómo califica la iluminación de los ambientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 33.33% de los usuarios califican Bueno la iluminación de los ambientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 29.86% Muy bueno, el 15.97% Regular, el 11.11% Malo y el 9.72% Muy malo.

Tabla 7. PREG 04. ¿Cómo califica la calefacción y el aire acondicionado del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 04		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	15	10.42%
	Malo	24	16.67%
	Regular	48	33.33%
	Bueno	26	18.06%
	Muy bueno	31	21.53%
	Total	144	100.00%

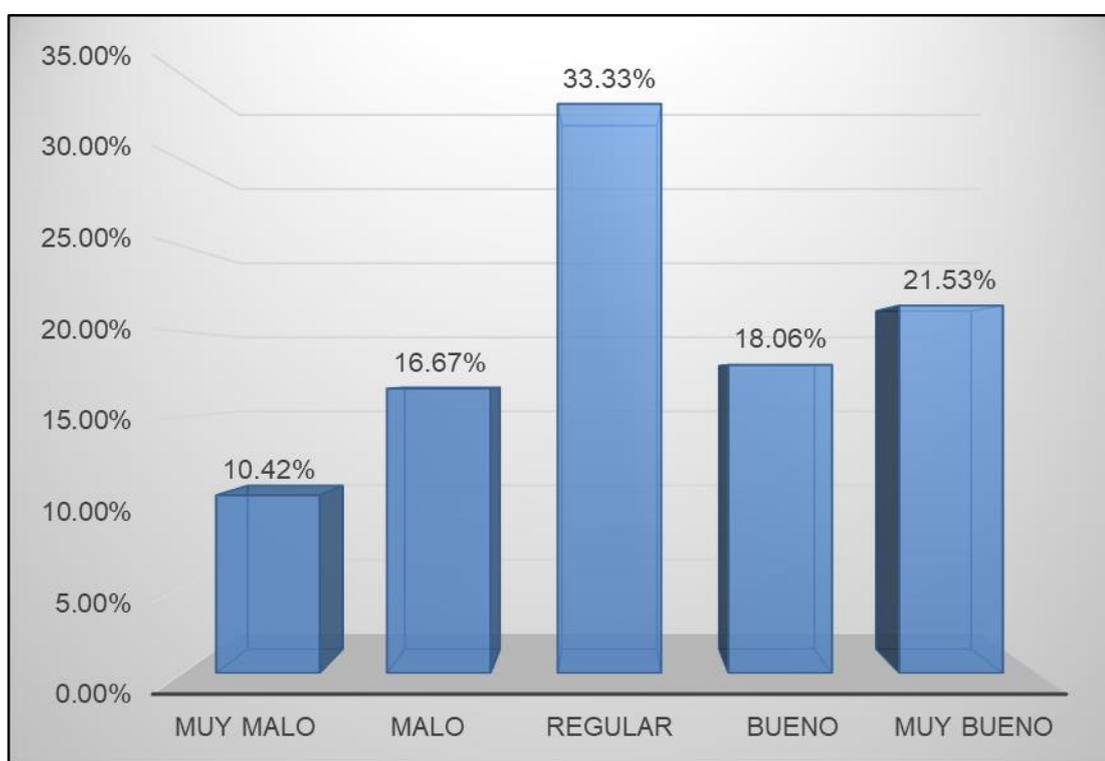


Gráfico 6. PREG 04. ¿Cómo califica la calefacción y el aire acondicionado del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 33.33% de los usuarios califican Regular la calefacción y el aire acondicionado del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 21.53% Muy bueno, el 18.06% Bueno, el 16.67% Malo y el 10.42% Muy malo.

Tabla 8. PREG 05. ¿Cómo califica el servicio que brinda el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa de principio a fin?

PREG 05		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	20	13.89%
	Malo	26	18.06%
	Regular	24	16.67%
	Bueno	35	24.31%
	Muy bueno	39	27.08%
	Total	144	100.00%

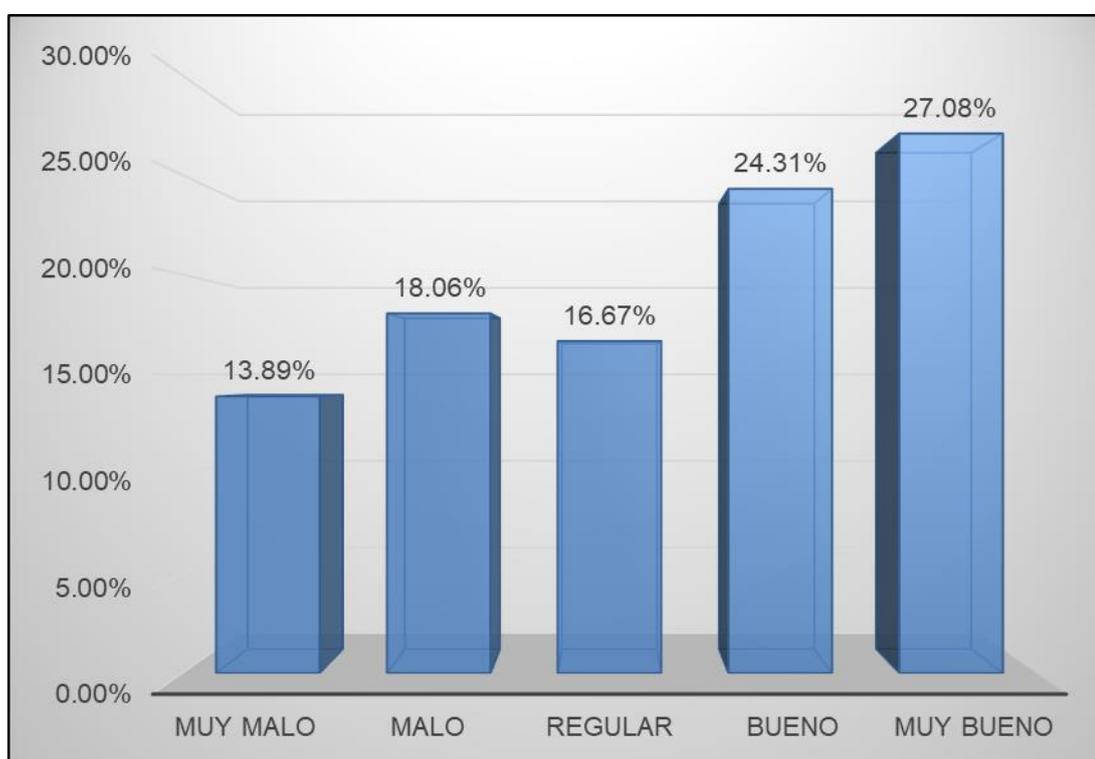


Gráfico 7. PREG 05. ¿Cómo califica el servicio que brinda el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa de principio a fin?

Lectura: El 27.08% de los usuarios califican Muy bueno el servicio que brinda el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa de principio a fin, el 24.31% Bueno, el 18.06% Malo, el 16.67% Regular y el 13.89% Muy malo.

Tabla 9. PREG 06. ¿Cómo califica el cumplimiento de las promesas establecidas en la página web del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 06		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	23	15.97%
	Malo	30	20.83%
	Regular	36	25.00%
	Bueno	28	19.44%
	Muy bueno	27	18.75%
	Total	144	100.00%

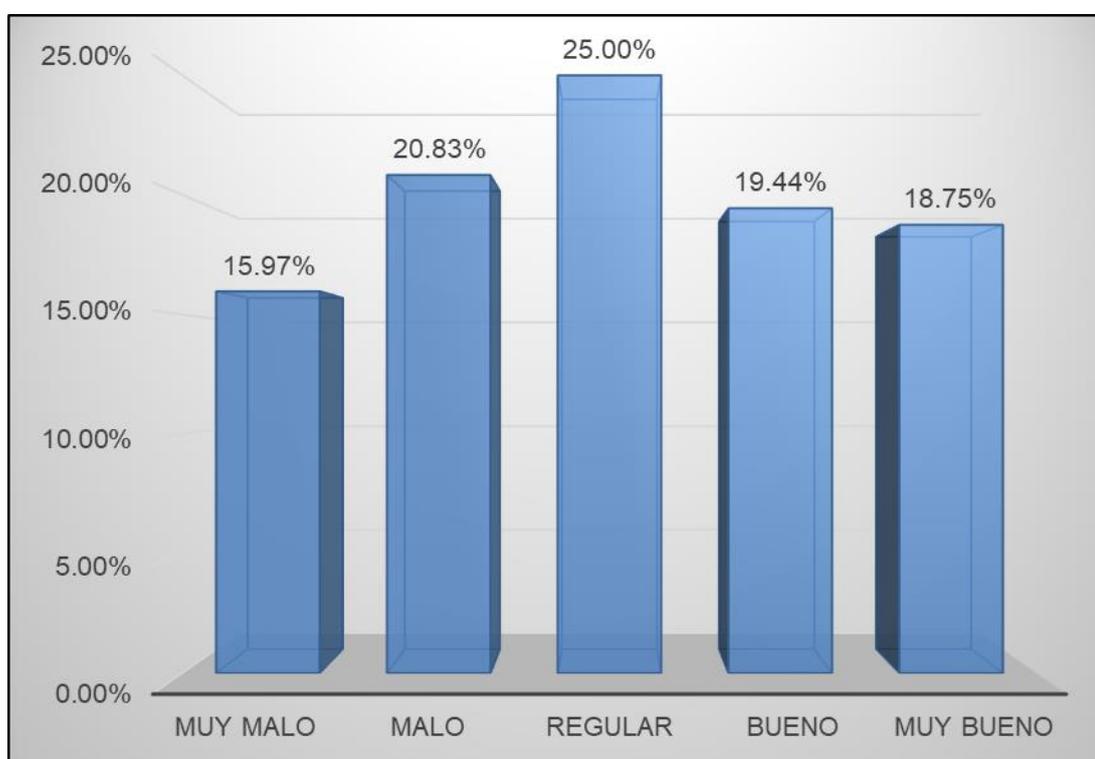


Gráfico 8. PREG 06. ¿Cómo califica el cumplimiento de las promesas establecidas en la página web del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 25.00% de los usuarios califican Regular el cumplimiento de las promesas establecidas en la página web del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 20.83% Malo, el 19.44% Bueno, el 18.75% Muy bueno y el 15.97% Muy malo.

Tabla 10. PREG 07. ¿Cómo califica el interés del personal en resolver los inconvenientes de los clientes en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 07		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	28	19.44%
	Malo	33	22.92%
	Regular	35	24.31%
	Bueno	29	20.14%
	Muy bueno	19	13.19%
Total	144	100.00%	

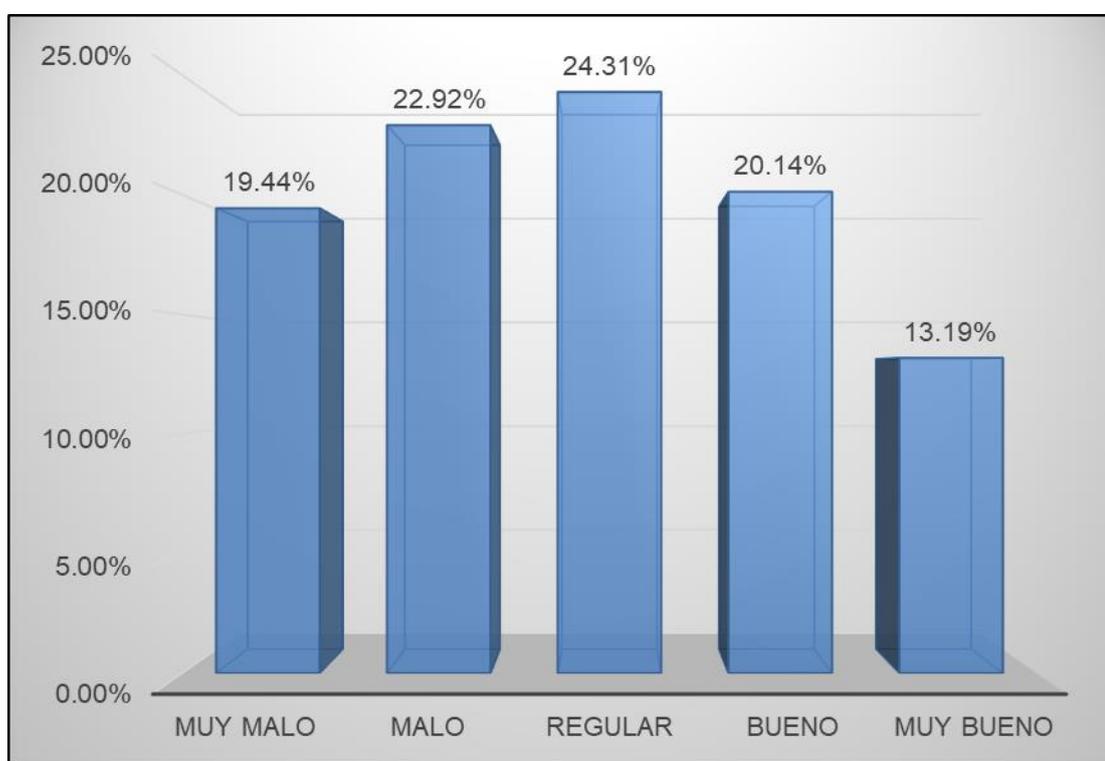


Gráfico 9. PREG 07. ¿Cómo califica el interés del personal en resolver los inconvenientes de los clientes en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 24.31% de los usuarios califican Regular el interés del personal en resolver los inconvenientes de los clientes en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 22.92% Malo, el 20.14% Bueno, el 19.44% Muy malo y el 13.19% Muy bueno.

Tabla 11. PREG 08. ¿Cómo califica el respeto a la privacidad de los clientes por parte del personal en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 08		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	21	14.58%
	Malo	28	19.44%
	Regular	26	18.06%
	Bueno	35	24.31%
	Muy bueno	34	23.61%
	Total	144	100.00%

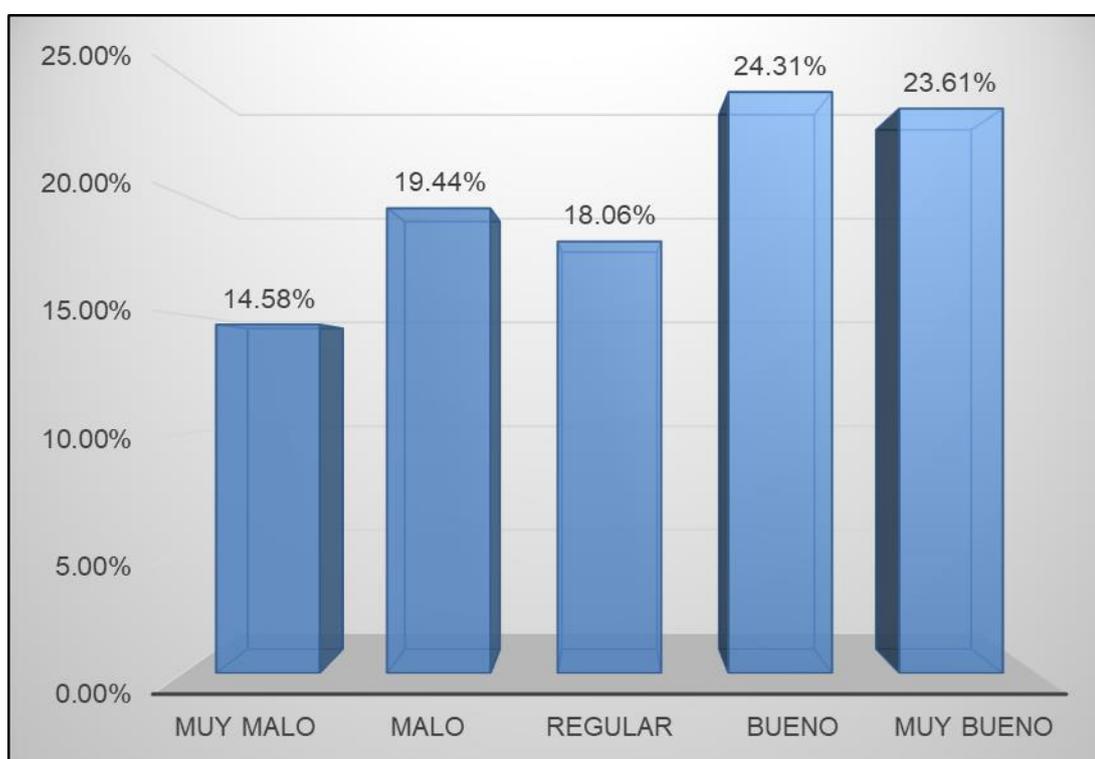


Gráfico 10. PREG 08. ¿Cómo califica el respeto a la privacidad de los clientes por parte del personal en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 24.31% de los usuarios califican Bueno el respeto a la privacidad de los clientes por parte del personal en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 23.61% Muy bueno, el 19.44% Malo, 18.06% Regular y el 14.58% Muy malo.

Tabla 12. PREG 09. ¿Cree usted que las habitaciones son confortables para el cliente en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 09		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	17	11.81%
	Malo	21	14.58%
	Regular	32	22.22%
	Bueno	35	24.31%
	Muy bueno	39	27.08%
	Total	144	100.00%

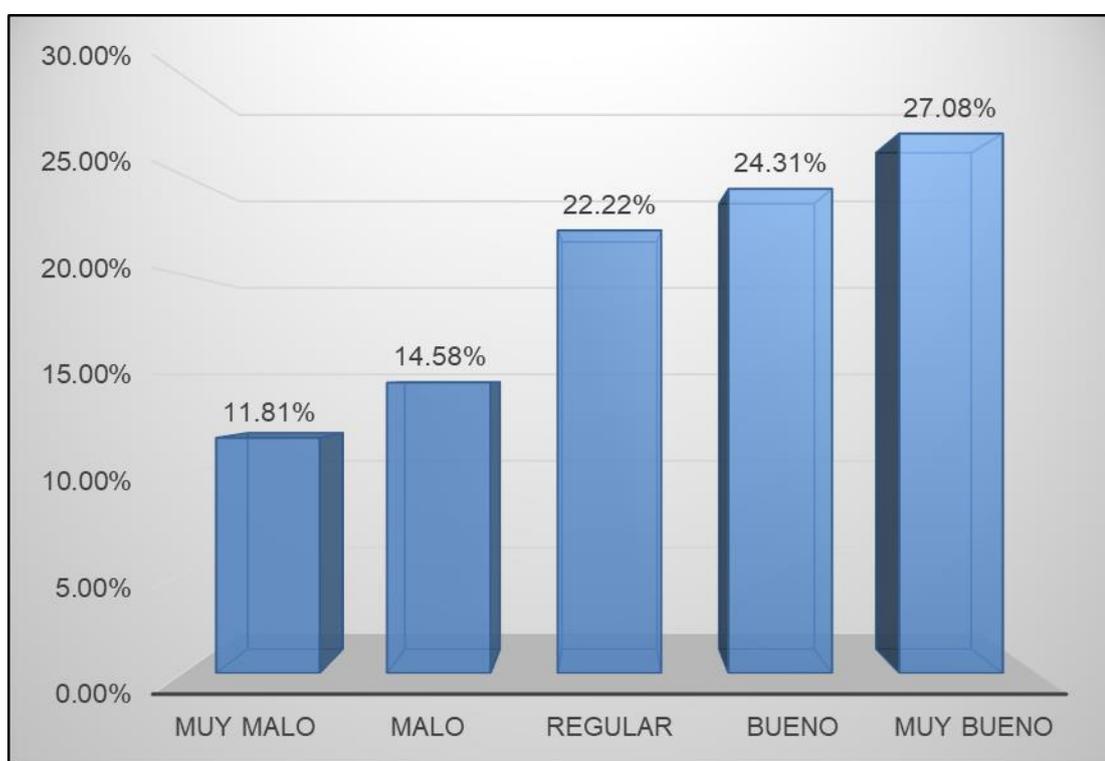


Gráfico 11. PREG 09. ¿Cree usted que las habitaciones son confortables para el cliente en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 27.08% de los usuarios califican Muy bueno las habitaciones que son confortables para el cliente en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 24.31% Bueno, el 22.22% Regular, 14.58% Malo y el 11.81% Muy malo.

Tabla 13. PREG 10. ¿Cree usted que el cliente se encuentra satisfecho por el servicio que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 10		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	22	15.28%
	Malo	28	19.44%
	Regular	37	25.69%
	Bueno	31	21.53%
	Muy bueno	26	18.06%
	Total	144	100.00%

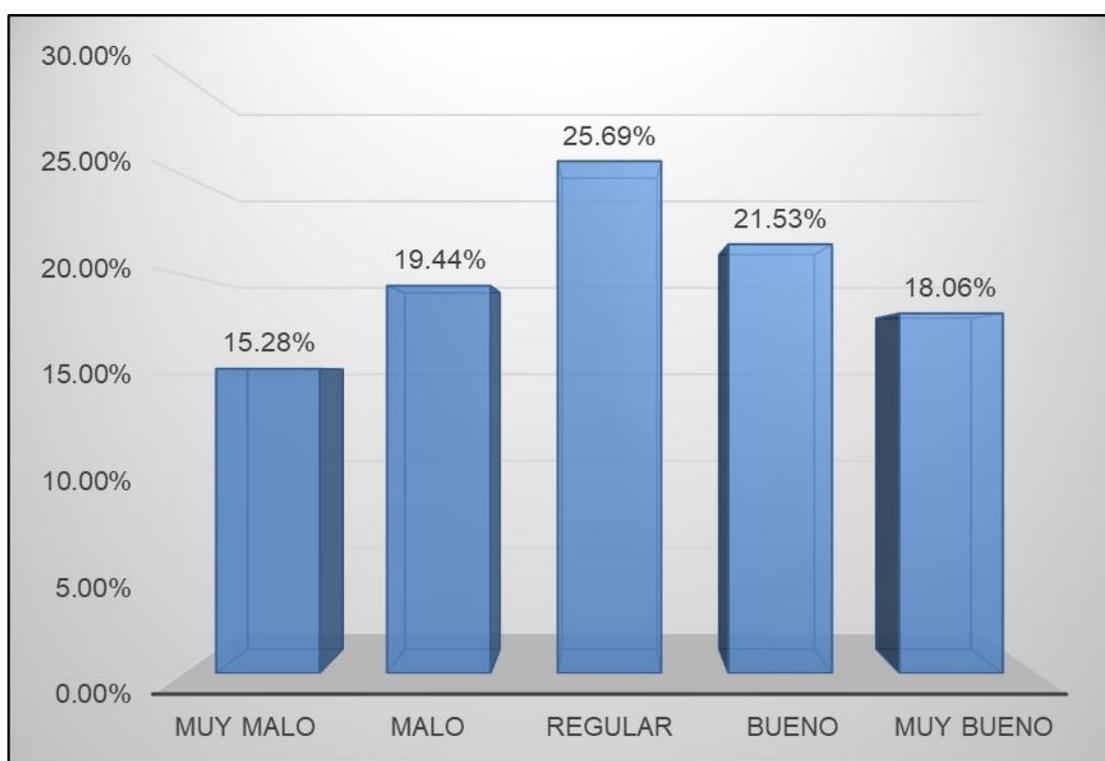


Gráfico 12. PREG 10. ¿Cree usted que el cliente se encuentra satisfecho por el servicio que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 25.69% de los usuarios califican Regular que el cliente se encuentra satisfecho por el servicio que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 21.53% Bueno, el 19.44% Malo, 18.06% Muy bueno y el 15.28% Muy malo.

Tabla 14. PREG 11. ¿Cómo califica el tiempo de espera que establece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es adecuado para el cliente?

PREG 11		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	26	18.06%
	Malo	35	24.31%
	Regular	42	29.17%
	Bueno	21	14.58%
	Muy bueno	20	13.89%
	Total	144	100.00%

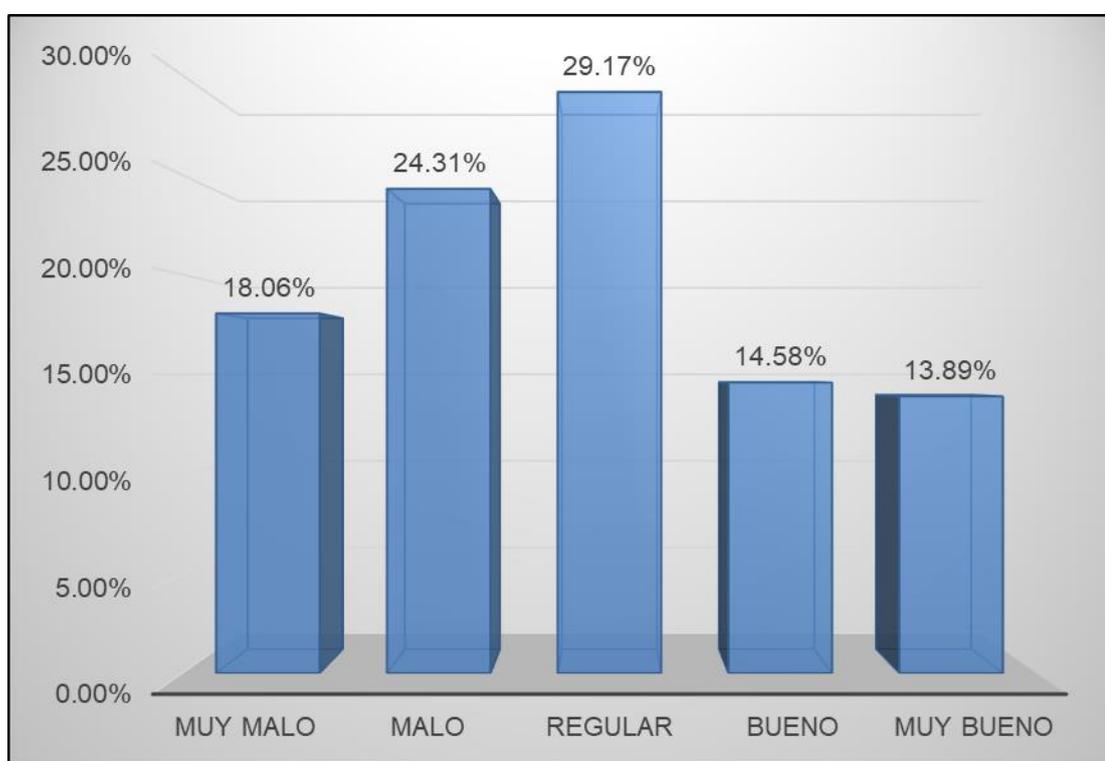


Gráfico 13. PREG 11. ¿Cómo califica el tiempo de espera que establece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es adecuado para el cliente?

Lectura: El 29.17% de los usuarios califican Regular el tiempo de espera que establece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 24.31% Malo, el 18.06% Muy malo, el 14.58% Bueno y el 13.89% Muy bueno.

Tabla 15. PREG 12. ¿Cómo califica la rapidez en la atención del personal hacia los clientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 12		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	28	19.44%
	Malo	30	20.83%
	Regular	39	27.08%
	Bueno	26	18.06%
	Muy bueno	21	14.58%
	Total	144	100.00%

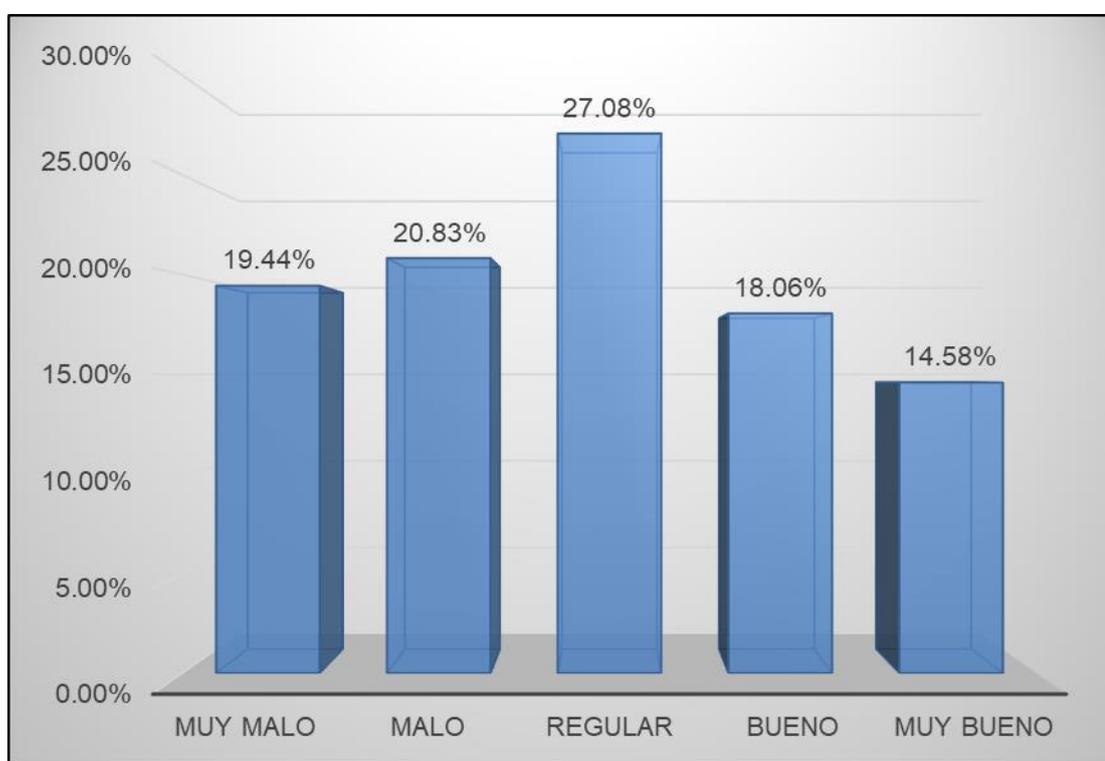


Gráfico 14. PREG 12. ¿Cómo califica la rapidez en la atención del personal hacia los clientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 27.08% de los usuarios califican Regular la rapidez en la atención del personal hacia los clientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 20.83% Malo, el 19.44% Muy malo, el 18.06% Bueno y el 14.58% Muy bueno.

Tabla 16. PREG 13. ¿Cómo califica la atención de personal está siempre disponible para el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 13		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	23	15.97%
	Malo	32	22.22%
	Regular	35	24.31%
	Bueno	29	20.14%
	Muy bueno	25	17.36%
	Total	144	100.00%

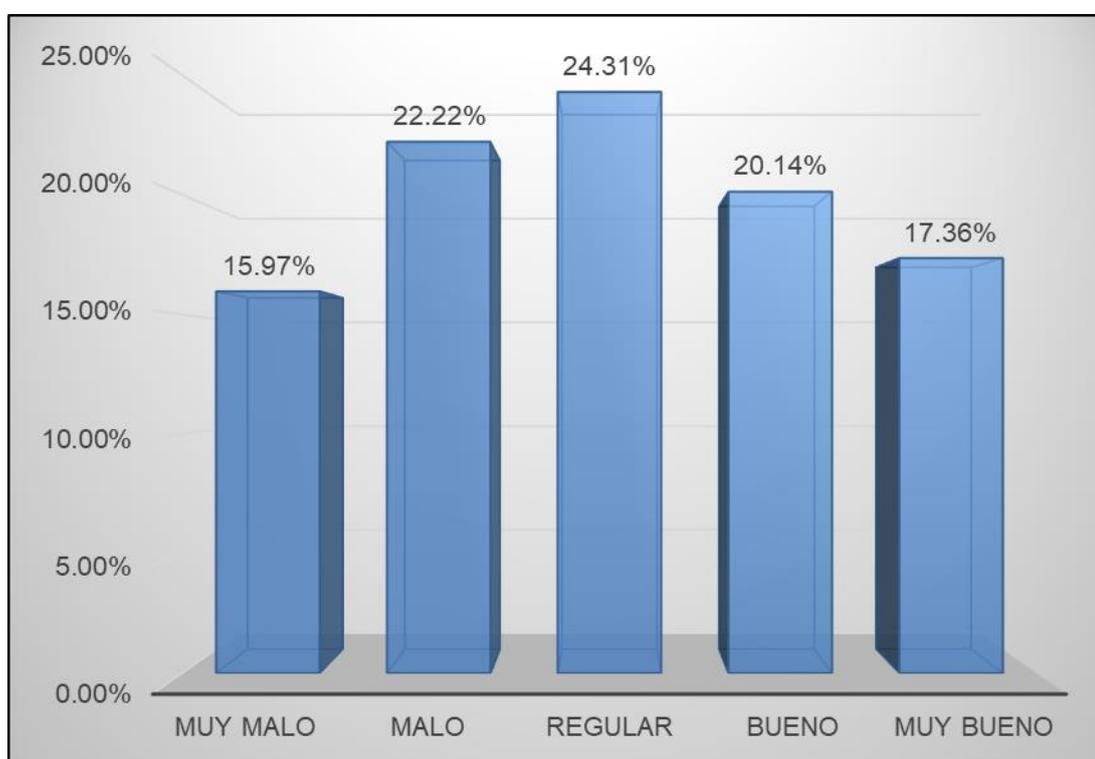


Gráfico 15. PREG 13. ¿Cómo califica la atención de personal está siempre disponible para el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 24.31% de los usuarios califican Regular la atención del personal debido que no siempre están disponibles para el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 22.22% Malo, el 20.14% Bueno, el 17.36% Muy bueno y el 15.97% Muy malo.

Tabla 17. PREG 14. ¿Considera que la atención que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es personalizada?

PREG 14		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	24	16.67%
	Malo	33	22.92%
	Regular	36	25.00%
	Bueno	28	19.44%
	Muy bueno	23	15.97%
	Total	144	100.00%

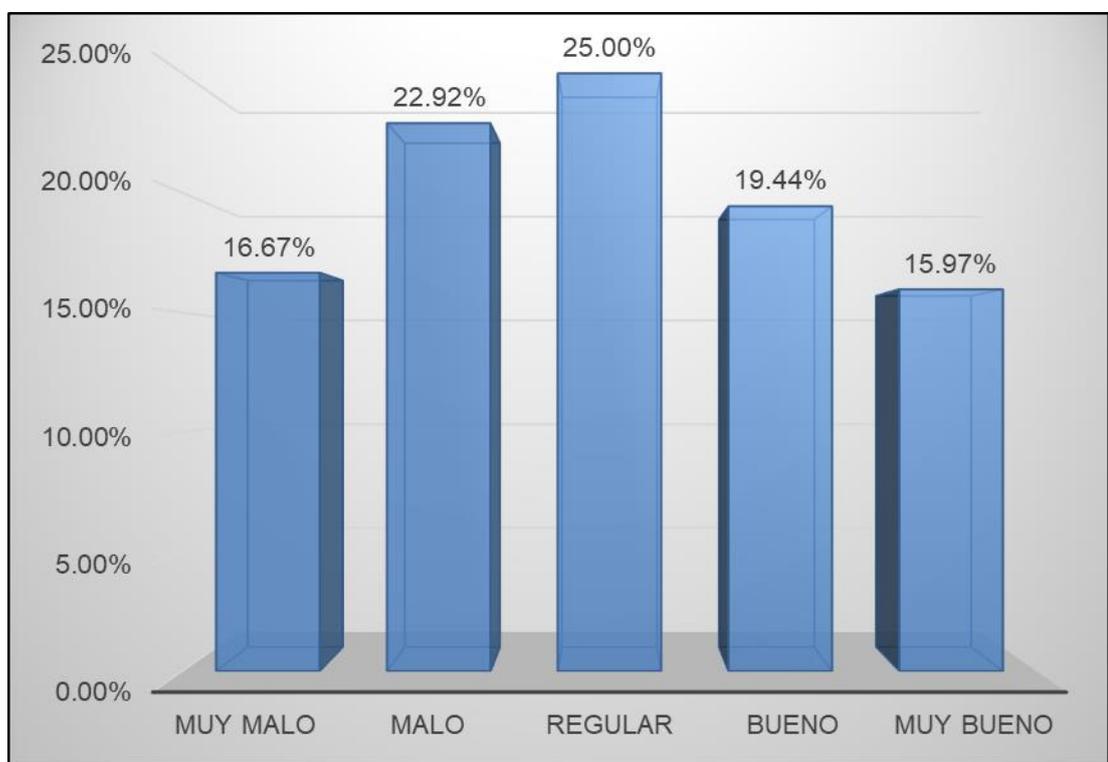


Gráfico 16. PREG 14. ¿Considera que la atención que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es personalizada?

Lectura: El 25.00% de los usuarios califican Regular la atención personalizada que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 22.92% Malo, el 19.44% Bueno, el 16.67% Muy malo y el 15.97% Muy bueno.

Tabla 18. PREG 15. ¿Considera que el acceso a las diferentes áreas (restaurant, cochera, sala de conferencias, entre otros) del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es fácil?

PREG 15		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	23	15.97%
	Malo	26	18.06%
	Regular	35	24.31%
	Bueno	34	23.61%
	Muy bueno	26	18.06%
	Total	144	100.00%

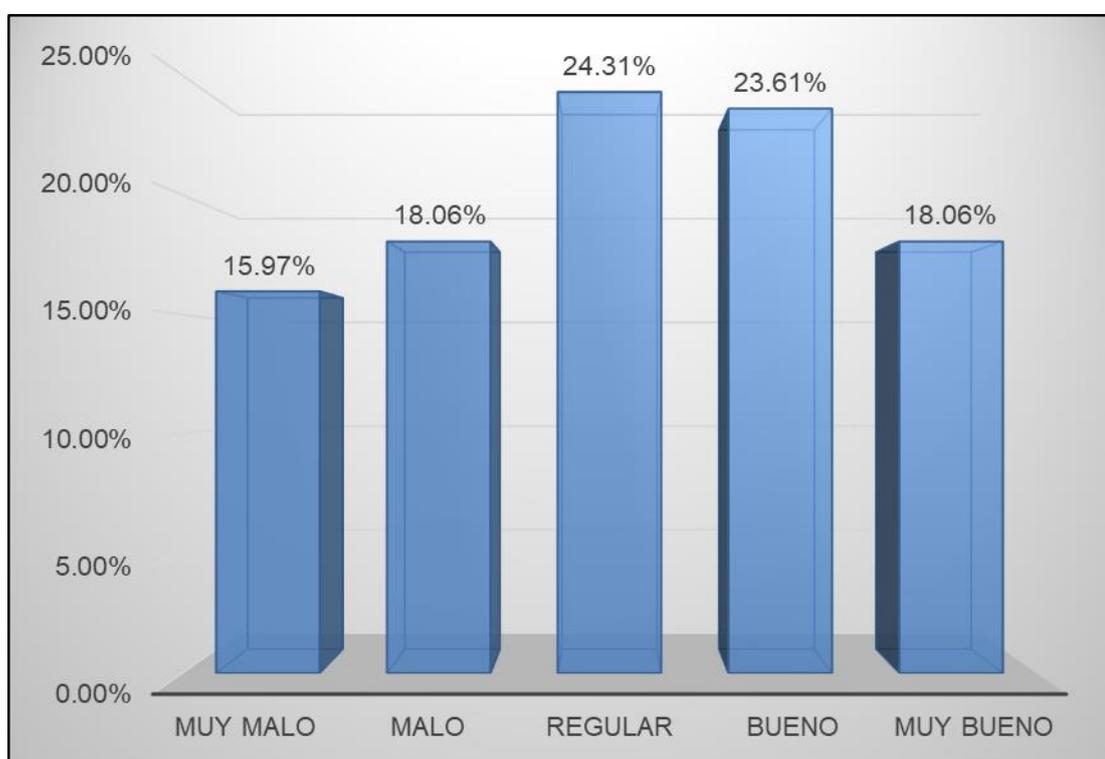


Gráfico 17. PREG 15. ¿Considera que el acceso a las diferentes áreas (restaurant, cochera, sala de conferencias, entre otros) del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es fácil?

Lectura: El 24.31% de los usuarios califican Regular el acceso a las diferentes áreas (restaurant, cochera, sala de conferencias, entre otros) del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 23.61% Bueno, el 18.06% Malo, el 18.06% Muy bueno y el 15.97% Muy malo.

Tabla 19. PREG 16. ¿Considera que el comportamiento del personal del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es confiable?

PREG 16		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	21	14.58%
	Malo	23	15.97%
	Regular	35	24.31%
	Bueno	29	20.14%
	Muy bueno	36	25.00%
Total	144	100.00%	

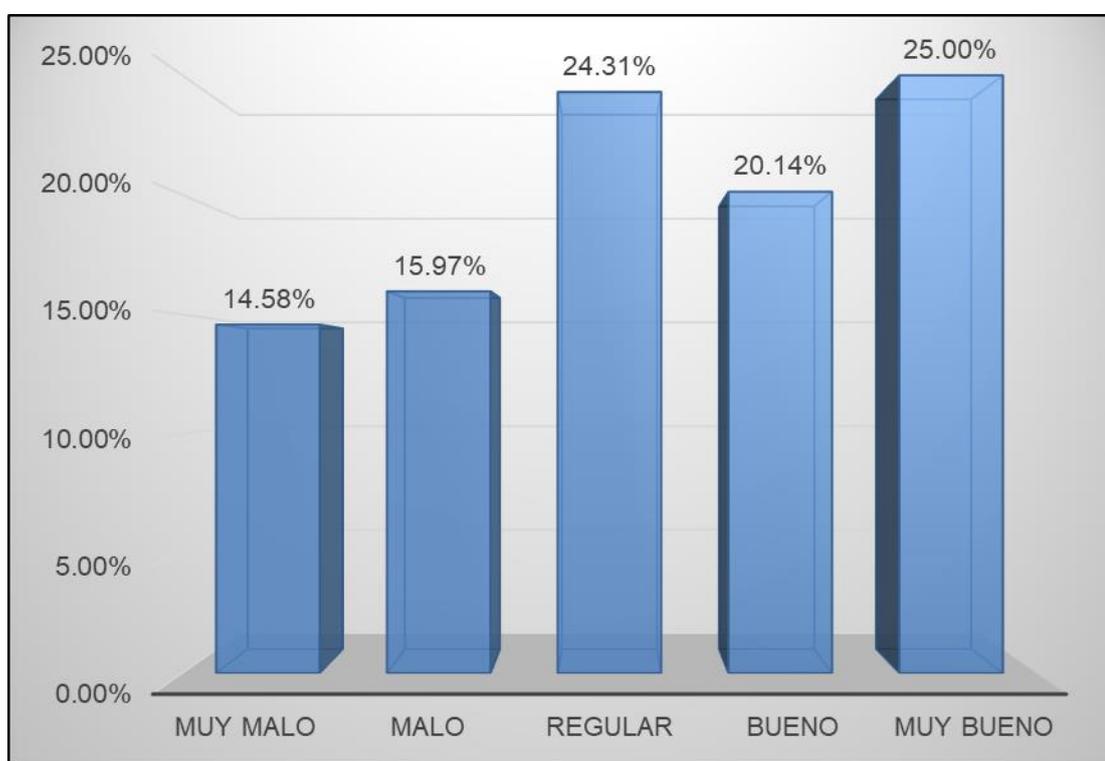


Gráfico 18. PREG 16. ¿Considera que el comportamiento del personal del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es confiable?

Lectura: El 25.00% de los usuarios califican Muy bueno el comportamiento confiable del personal del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 24.31% Regular, el 20.14% Bueno, el 15.97% Malo y el 14.58% Muy malo.

Tabla 20. PREG 17. ¿Considera que el cliente se siente seguro con el servicio del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 17		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	25	17.36%
	Malo	22	15.28%
	Regular	32	22.22%
	Bueno	34	23.61%
	Muy bueno	31	21.53%
	Total	144	100.00%

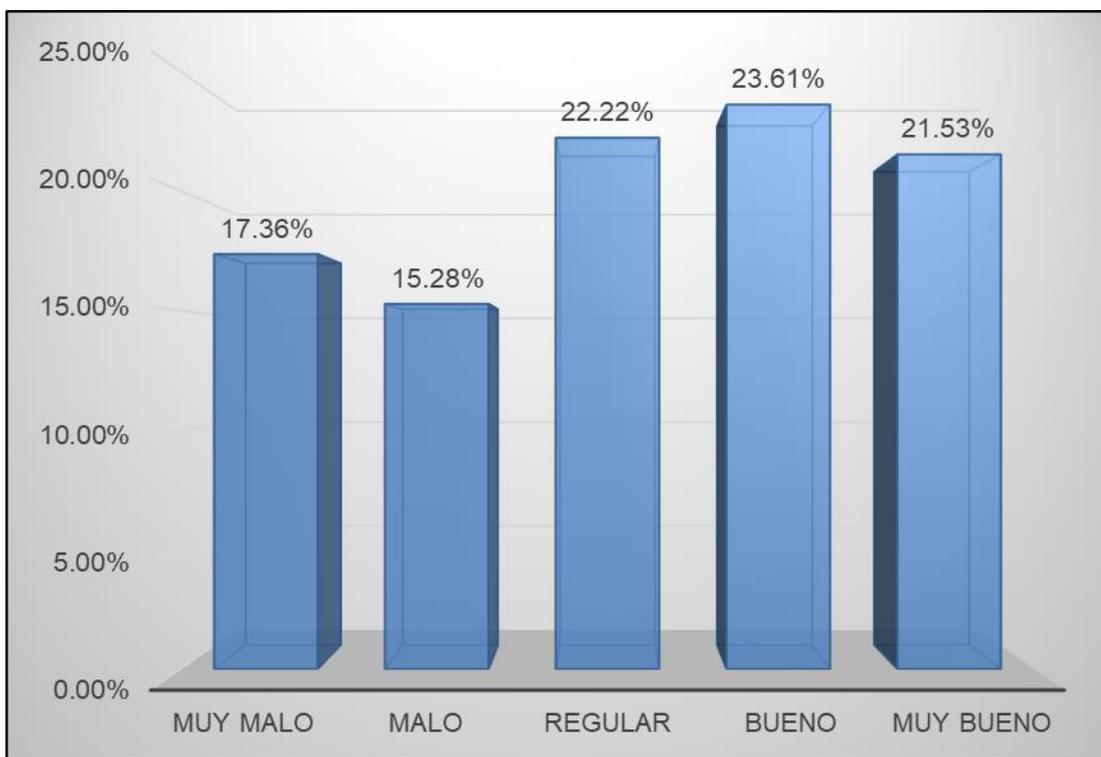


Gráfico 19. PREG 17. ¿Considera que el cliente se siente seguro con el servicio del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 23.61% de los usuarios califican Bueno la satisfacción que perciben del servicio que entrega el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 22.22% Regular, el 21.53% Muy bueno, el 17.36% Muy malo y el 15.28% Malo.

Tabla 21. PREG 18. ¿Considera que el personal es amable con el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 18		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	23	15.97%
	Malo	25	17.36%
	Regular	29	20.14%
	Bueno	32	22.22%
	Muy bueno	35	24.31%
	Total	144	100.00%

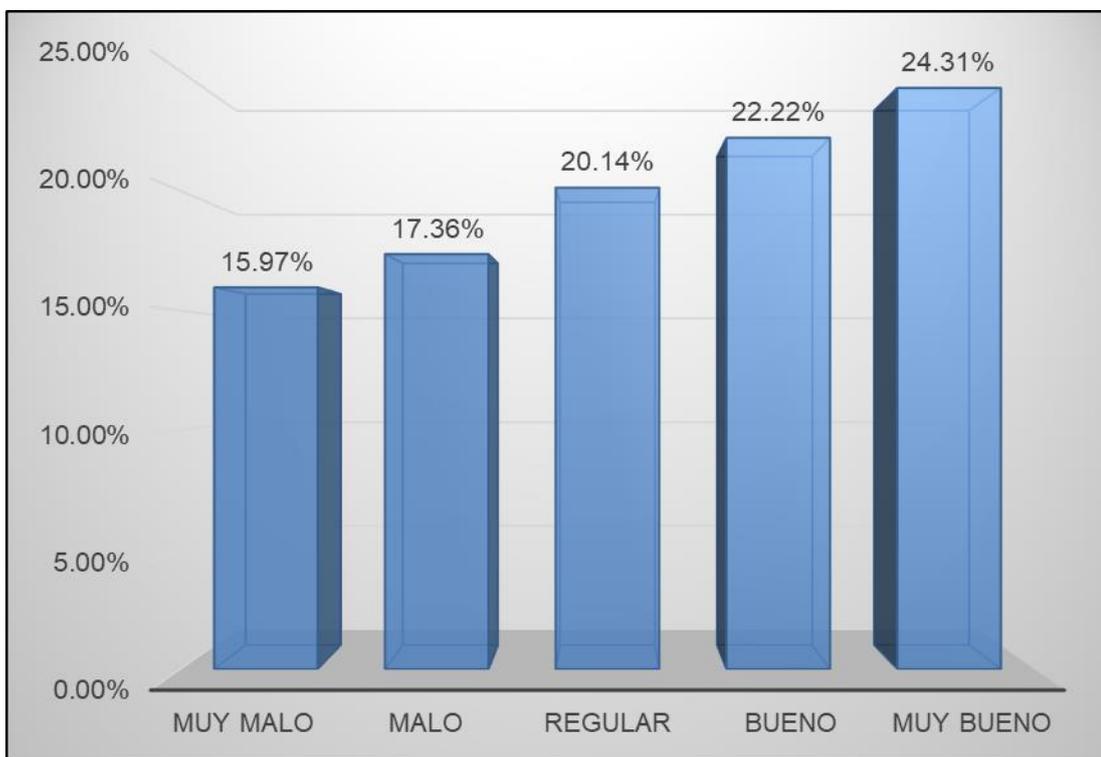


Gráfico 20. PREG 18. ¿Considera que el personal es amable con el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 24.31% de los usuarios califican Muy bueno la amabilidad del personal en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 22.22% Bueno, el 20.14% Regular, el 17.36% Malo y el 15.97% Muy malo.

Tabla 22. PREG 19. ¿Considera que el empleado tiene capacidad en la atención dentro del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

PREG 19		Frecuencia	Porcentaje
	Muy malo	25	17.36%
	Malo	21	14.58%
	Regular	42	29.17%
	Bueno	29	20.14%
	Muy bueno	27	18.75%
	Total	144	100.00%

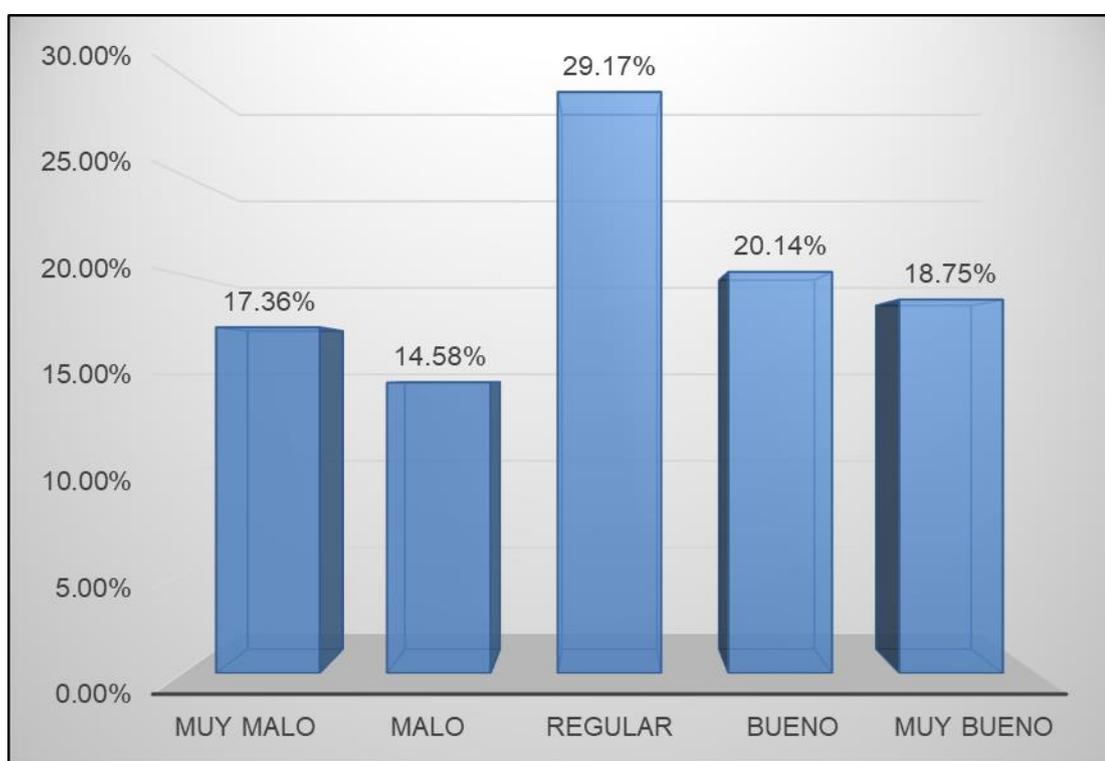


Gráfico 21. PREG 19. ¿Considera que el empleado tiene capacidad en la atención dentro del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?

Lectura: El 29.17% de los usuarios califican Regular la capacidad del personal en la atención dentro del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, el 20.14% Bueno, el 18.75% Muy bueno, el 17.36% Muy malo y el 14.58% Malo.

4.2. Prueba de hipótesis

Supuestos de la prueba de hipótesis.

1. Los 144 clientes del Hotel Casa Andina – Sede Pucallpa, como muestra de estudio, se seleccionó de manera probabilística.
2. La hipótesis alterna es la aceptación de la hipótesis planteada en la investigación, y la hipótesis nula es la negación.
3. Se utilizó el 5% de nivel de significancia y un 95% de nivel de confiabilidad.
4. Para aceptar la hipótesis de la investigación, el Sig. (Bilateral) debe ser menor que el nivel de significancia (5%), caso contrario se acepta la hipótesis nula.

A fin de determinar si las variables en su estudio tienen algún tipo de relación, asociación, se procedió a determinar:

Tabla 23. Estadísticos descriptivos para una muestra

PREG	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
P01	144	2,98	1,232	0,103
P02	144	3,01	1,348	0,112
P03	144	3,08	1,207	0,101
P04	144	3,06	1,267	0,106
P05	144	2,97	1,317	0,110
P06	144	3,22	1,247	0,104
P07	144	3,02	1,209	0,101
P08	144	3,26	1,357	0,113
P09	144	3,17	1,240	0,103
P10	144	3,03	1,229	0,102
P11	144	2,94	1,264	0,105
P12	144	3,22	1,247	0,104
P13	144	3,03	1,301	0,108
P14	144	2,95	1,242	0,104
P15	144	3,06	1,297	0,108
P16	144	3,01	1,265	0,105
P17	144	3,05	1,253	0,104
P18	144	3,03	1,194	0,100
P19	144	3,18	1,277	0,106

La tabla anterior determina la desviación estándar por cada pregunta formulada, permitiendo inducir un equilibrio significativo.

Tabla 24. Prueba T, para una muestra

	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
P01	29,025	143	0,000	2,979	2,78	3,18
P02	26,823	143	0,000	3,014	2,79	3,24
P03	30,598	143	0,000	3,076	2,88	3,28
P04	28,940	143	0,000	3,056	2,85	3,26
P05	27,090	143	0,000	2,972	2,76	3,19
P06	30,944	143	0,000	3,215	3,01	3,42
P07	29,989	143	0,000	3,021	2,82	3,22
P08	28,792	143	0,000	3,257	3,03	3,48
P09	30,637	143	0,000	3,167	2,96	3,37
P10	29,570	143	0,000	3,028	2,83	3,23
P11	27,890	143	0,000	2,938	2,73	3,15
P12	30,944	143	0,000	3,215	3,01	3,42
P13	27,936	143	0,000	3,028	2,81	3,24
P14	28,511	143	0,000	2,951	2,75	3,16
P15	28,342	143	0,000	3,063	2,85	3,28
P16	28,514	143	0,000	3,007	2,80	3,22
P17	29,187	143	0,000	3,049	2,84	3,26
P18	30,428	143	0,000	3,028	2,83	3,22
P19	29,881	143	0,000	3,181	2,97	3,39

Apreciando la tabla anterior, la sumatoria del Sig. (Bilateral) es 0.000, y de acuerdo a los supuestos de la prueba de hipótesis, el nivel de significancia es 5%, concluyendo lo siguiente:

$$\alpha > \text{Sig. (Bilateral)} \Rightarrow R(H_0) \ \& \ A(H_a)$$

Con un nivel de confianza del 95% aceptamos la hipótesis: “El nivel de la calidad de servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018”.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

La presente investigación tiene como objetivo determinar el nivel de la calidad de servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018. Analizando en primer lugar los resultados descriptivos a través de las dimensiones e indicadores de la variable en estudio, donde el nivel de aceptabilidad del servicio es 54.72% teniendo en consideración que el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa tiene una categoría de cinco estrellas.

Según Vergara, Quesada & Blanco (2011) manifiestan en su investigación *“Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales”*, que para aumentar la calidad del servicio percibido se debe hacer énfasis en las percepciones (la rapidez al momento del registro, capacidad de los empleados para resolver problemas, la tranquilidad de la habitación y la limpieza).

Asimismo considerando la opinión de Setó (2004) apunta que la calidad de servicio debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido.

De acuerdo a la dimensión elementos tangibles en las instalaciones del Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa un 61.46% de los usuarios lo consideran aceptable, debido a ciertos indicadores evaluados.

- El personal del hotel tiene un 53.47% de aceptabilidad.
- Las instalaciones del hotel tienen un 66.67% de aceptabilidad.
- La iluminación de los ambientes del hotel tiene un 71.18% de aceptabilidad.
- La calefacción y aire acondicionado del hotel tiene un 56.26% de aceptabilidad.
- El hotel trasmite buen servicio de principio a fin, tiene un 59.73% de aceptabilidad.

Quispe (2015) en su investigación *“Nivel de percepción de la calidad y su relación con el nivel de satisfacción esperado del servicio de los clientes en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Cajamarca. 2014”*, indica que la relación del nivel de percepción de la calidad en cuanto a los elementos tangibles con el nivel de satisfacción esperado es alto, es decir tiene un promedio de diferencia de medias de 2.48, por lo que se concluye que lo clientes no están satisfechos en su totalidad en lo referente a los servicios tangibles.

De acuerdo a la dimensión fiabilidad del servicio en el Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa un 53.61% de los usuarios lo consideran aceptable, debido a ciertos indicadores evaluados.

- Cumplimiento de las promesas establecidas por el hotel, ofrecidas en su página web tiene un 50.69% de aceptabilidad.
- Interés del personal en resolver los inconvenientes de los clientes tiene un 45.49% de aceptabilidad.
- Respeto a la privacidad de los clientes tiene un 56.95% de aceptabilidad.

- Habitaciones confortables para el cliente tiene un 62.50% de aceptabilidad.
- El cliente se encuentra satisfecho por el servicio que ofrece el hotel tiene un 52.44% de aceptabilidad.

Perez & Calancho (2015) en su investigación *“Calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de puno, agosto – octubre del 2015”*, considera que la calidad de servicio que brindan los hoteles 4 estrellas es confiable en un 68%.

De acuerdo a la dimensión capacidad de respuesta del personal en el Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa un 46.30% de los usuarios lo consideran aceptable, debido a ciertos indicadores evaluados.

- El tiempo de espera que establece el hotel es adecuado para el cliente, y tiene un 43.06% de aceptabilidad.
- La rapidez en la atención del personal tiene un 46.18% de aceptabilidad.
- La atención de personal está siempre disponible para el cliente tiene un 49.66% de aceptabilidad.

Prado & Rivera (2011) en su investigación *“Evaluación de la calidad en el servicio al cliente en los hoteles mediante la escala de Servqual”*, concluye que la capacidad de respuesta de los empleados, la eficacia del servicio o la atención personalizada, como no se percibe este servicio pueda implicar una percepción deficiente de la calidad del producto y su insatisfacción.

De acuerdo a la dimensión empatía del personal en el Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa un 50.87% de los usuarios lo consideran aceptable, debido a ciertos indicadores evaluados.

- La atención que ofrece el hotel es personalizada, tiene un 47.91% de aceptabilidad.

- El acceso a las diferentes áreas del hotel (restaurant, cochera, sala de conferencias, entre otros) es fácil, y tiene un 53.83% de aceptabilidad.

Trujillo (2017) en su investigación *“Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017”* considera que la gran parte de huéspedes se encuentran satisfechos ante la interacción constante con la parte administrativa, manteniendo un lazo familiar.

Nizama (2018) en su investigación *“La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017”*, explica que la empatía del personal del área de front desk se relaciona significativamente con la percepción del cliente en el Hotel León de Oro Suites, distrito de Miraflores, 2017; arrojando niveles de 70%. La empatía es parte de los elementos intangibles de la calidad percibida, esto permite al hotel demostrar eficiencia en el servicio.

De acuerdo a la dimensión seguridad en el Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa un 55.91% de los usuarios lo consideran aceptable, debido a ciertos indicadores evaluados.

- El comportamiento confiable del personal tiene un 57.30% de aceptabilidad.
- El cliente se siente seguro con el servicio del hotel tiene un 56.25% de aceptabilidad.
- El personal es amable con el cliente tiene un 56.60% de aceptabilidad.
- El empleado demuestra capacidad en la atención, y tiene un 53.48% de aceptabilidad.

Perez & Calancho (2015) en su investigación *“Calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, agosto – octubre del 2015”* concluye que un 76% de sus clientes sienten seguridad en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno.

CONCLUSIONES

1. La percepción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa es aceptable en 54.72%.
2. La percepción de los usuarios con respecto a los elementos tangibles en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa es aceptable en 61.46%.
3. La percepción de los usuarios con respecto a la fiabilidad del servicio en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa es aceptable en 53.61%.
4. La percepción de los usuarios con respecto a la capacidad de respuesta del personal en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa es aceptable en 46.30%.
5. La percepción de los usuarios con respecto a la empatía del personal en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa es aceptable en 50.87%.
6. La percepción de los usuarios con respecto a la seguridad dentro del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa es aceptable en 55.91%.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda la supervisión del personal que atiende a los usuarios del Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, para comprobar la satisfacción plena del servicio.
2. Se recomienda que el personal este siempre uniformado dentro de las instalaciones del Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, con la finalidad de atender y resolver las preguntas de los usuarios.
3. Se recomienda el involucramiento del personal de las diferentes áreas del Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, para que el usuario sienta satisfacción completa del servicio que recibe.
4. Se recomienda capacitar al personal que interactúa con los usuarios del Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, debido que los servicios se deben otorgar en tiempos oportunos.
5. Se recomienda al Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa realizar estrategias de comunicación directa entre el personal y los usuarios, para la atención personalizada del servicio.
6. Se recomienda la amabilidad del personal para que el usuario se sienta seguro con el servicio que ofrece el Hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benavides, J. (mayo de 2011). SERVQUAL. Obtenido de <https://abc-calidad.blogspot.com/2011/05/servqual.html>
- Cueva, V. (2015). Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. Piura - Perú: Universidad de Piura.
- Duque, E., & Palacios, D. (2017). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. Bogotá - Colombia: Universidad Libre de Colombia.
- Ferrada, R., & Barahona, E. (2012). Medición de la calidad de servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bio Bio. Chile: Universidad del Bio Bio.
- Flotats, R., Guijarro, A., & Navarré, I. (2012). Implantación del distintivo de garantía de calidad ambiental en hoteles de 3*, 4* y 5* de Sitges. Barcelona - España: Universitat Autònoma de Barcelona.
- González, M., Jiménez, A., & Gómez, O. (2015). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. Matanzas - Cuba: Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, C. (2006). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Martínez-Tur, V., Peiró, J., & Ramos, J. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente: una perspectiva psicosocial. Madrid - España: Síntesis.
- Nizama, G. (2018). La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Lima - Perú: Universidad San Martín de Porres.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). Un modelo conceptual de calidad del servicio y sus implicaciones para futuras investigaciones. Colombia: Diario de Marketing.
- Paz, C. (2005). Servicio al cliente, la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=3hovRPM1Di0C&printsec=frontcover&dq=servicio&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjkmvOPs_LUAhVJHT4KHcU_BF4Q6AEIJDAB#v=onepage&q=servicio&f=false
- Perez, K., & Calancho, P. (2015). Calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, agosto – octubre del 2015. Juliaca - Perú: Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.
- Prado, V., & Rivera, P. (2011). Evaluación de la calidad en el servicio al cliente en los hoteles mediante la escala de Servqual. Jalisco - México: Universidad de Guadalajara.
- Quispe, J. (2015). Nivel de percepción de la calidad y su relación con el nivel de satisfacción esperado del servicio de los clientes en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Cajamarca. 2014. Huánuco - Perú: Universidad de Huánuco.
- Salvador, C. (2008). Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor. Andalucía. España: Universidad de Almería.
- Sánchez, L., Sánchez, J., & Hernández, S. (2010). Estudio de la satisfacción del usuario de hoteles cinco estrellas de la ZMG: una aplicación del instrumento Servqual. Jalisco - México: Universidad de Guadalajara.
- Setó, B. (2004). De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. España: Esic Editorial.

Trujillo, P. (2017). Calidad de servicio en el hospedaje Anra en el departamento de Ancash, 2017. Lima - Perú: Universidad César Vallejo.

Vergara, J., Quesada, V., & Blanco, I. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales. Cartagena - Colombia: Universidad de Cartagena.

ANEXO

Anexo 1. Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN						
¿Cuál es el nivel de la calidad de servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018?	Determinar el nivel de la calidad de servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018.	El nivel de la calidad de servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, 2018.	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADA.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVO.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVO SIMPLE.</p> <p style="text-align: center;">$M \rightarrow O$</p> <p>POBLACIÓN Según los registros del hotel Casa Andina – Sede Pucallpa, los usuarios que asisten a la semana están compuesto por 230 clientes aproximadamente.</p> <p>MUESTRA Se estimó siguiendo los criterios que ofrece la estadística, por ello se hizo uso del MÉTODO PROBABILÍSTICO, mediante la técnica del MUESTREO PROPORCIONAL, siendo un total de 144 usuarios del hotel Casa Andina – Sede Pucallpa.</p> <p>SOFTWARE PARA PROCESAR DATOS: SPSS.</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #d9e1f2;">Fuentes</th> <th style="background-color: #d9e1f2;">Técnicas</th> <th style="background-color: #d9e1f2;">Herramientas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Primaria</td> <td>Encuesta</td> <td>Cuestionario</td> </tr> </tbody> </table>	Fuentes	Técnicas	Herramientas	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Fuentes	Técnicas	Herramientas							
Primaria	Encuesta	Cuestionario							
<p>a) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a los elementos tangibles del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?</p> <p>b) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a la fiabilidad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?</p> <p>c) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a la capacidad de respuesta del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?</p> <p>d) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a la empatía del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?</p> <p>e) ¿Cuál es el nivel de calidad con respecto a la seguridad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?</p>	<p>a) Establecer el nivel de calidad con respecto a los elementos tangibles del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p> <p>b) Establecer el nivel de calidad con respecto a la fiabilidad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p> <p>c) Establecer el nivel de calidad con respecto a la capacidad de respuesta del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p> <p>d) Establecer el nivel de calidad con respecto a la empatía del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p> <p>e) Establecer el nivel de calidad con respecto a la seguridad del servicio percibido por los usuarios en el hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p>	<p>a) El nivel de calidad con respecto a los elementos tangibles del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p> <p>b) El nivel de calidad con respecto a la fiabilidad del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p> <p>c) El nivel de calidad con respecto a la capacidad de respuesta del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p> <p>d) El nivel de calidad con respecto a la empatía del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p> <p>e) El nivel de calidad con respecto a la seguridad del servicio percibido influye en los usuarios del hotel cinco estrellas Casa Andina de la ciudad de Pucallpa.</p>							

Anexo 2. Cuestionario de preguntas



DIRIGIDO A LOS USUARIOS DEL HOTEL CINCO ESTRELLAS CASA ANDINA – SEDE PUCALLPA

Estimado señor: este instrumento sirve para medir la calidad de servicio que ofrece Hotel Casa Andina – Sede Pucallpa, con la finalidad de entregar una opinión concreta, sobre los indicadores evaluados. Es de mucha importancia que sus respuestas sean honestas, se agradece su participación.

Por favor, marca con una “X” la alternativa que cree conveniente.

Alternativas

Muy malo 1 Malo 2 Regular 3
Bueno 4 Muy bueno 5

N°	PREGUNTAS	ALTERNATIVAS				
		1	2	3	4	5
VARIABLE: CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDO						
DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES						
01	¿Cómo califica al personal que labora en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?					
02	¿Cómo califica las instalaciones del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?					
03	¿Cómo califica la iluminación de los ambientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?					
04	¿Cómo califica la calefacción y refrigeración del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?					
05	¿Cómo califica el servicio que brinda el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa de principio a fin?					
DIMENSIÓN: FIABILIDAD						
06	¿Cómo califica el cumplimiento de las promesas establecidas en la página web del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?					
07	¿Cómo califica el interés del personal en resolver los inconvenientes de los clientes en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?					

08	¿Cómo califica el respeto a la privacidad de los clientes por parte del personal en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?						
09	¿Cree usted que las habitaciones son confortables para el cliente en el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?						
10	¿Cree usted que el cliente se encuentra satisfecho por el servicio que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?						
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA							
11	¿Cómo califica el tiempo de espera que establece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es adecuado para el cliente?						
12	¿Cómo califica la rapidez en la atención del personal hacia los clientes del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?						
13	¿Cómo califica la atención de personal está siempre disponible para el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?						
DIMENSIÓN: EMPATÍA							
14	¿Considera que la atención que ofrece el hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es personalizada?						
15	¿Considera que el acceso a las diferentes áreas (restaurant, cochera, sala de conferencias, entre otros) del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es fácil?						
DIMENSIÓN: SEGURIDAD							
16	¿Considera que el comportamiento del personal del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa, es confiable?						
17	¿Considera que el cliente se siente seguro con el servicio del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?						
18	¿Considera que el personal es amable con el cliente del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?						
19	¿Considera que el empleado tiene capacidad en la atención dentro del hotel Casa Andina de la ciudad de Pucallpa?						

¡-----Gracias-----!