



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Académico Profesional de Administración en
Turismo y Hotelería

Satisfacción Laboral y su Relación con la Calidad de
Servicio del Cliente Interno del Hotel Convención, Año
2017

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y
HOTELERIA**

Autor:

Heredia Méndez, Juan Pablo

Asesor:

Mg. Barinotto Roncal, Patricia

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Empresas Turísticas y de Centros de Esparcimiento

Trujillo – Perú

2017

Página de Jurado

**MG. PATRICIA BARINOTTO RONCAL
PRESIDENTA**

**MG. LUZ ALICIA BALTODANO NONTOL
SECRETARIO**

**DR. ALEJANDRO YEPJEN RAMOS
VOCAL**

Dedicatoria

A Dios por haberme dado la oportunidad de tener una excelente y hermosa familia, con mucho cariño principalmente a mis padres y a mi hermano, por su apoyo, paciencia y amor.

A mi asesora Patricia Barinotto por ayudarme a cumplir mis metas y objetivos como estudiante.

Gracias por siempre estar pendiente de mí, apoyándome y haciéndome sentir que a pesar de los obstáculos puedo levantarme y seguir adelante.

A la señora Patricia Camacho Velásquez, dueña del Hotel Convención, por el apoyo y confianza brindado en mi para realizar mi investigación en dicha empresa.

A mis padres, por brindarme los recursos necesarios y estar pendiente de mí, y a mi familia en general, por cuidar de mí y apoyarme en todo.

Agradecimiento

Agradezco a mi familia por el apoyo incondicional en el desarrollo de esta tesis.

A mi asesora metodológica Mg. Patricia Barinotto Roncal que me brindó atención durante el desarrollo de mi investigación, gracias por brindarme su apoyo, paciencia, confianza y su persistente guía.

A la señora Patricia Camacho Velásquez, dueña del Hotel Convencion por la confianza depositada en mi al permitir realizar esta investigación en la empresa; como también, al haberme facilitado la información necesaria para mi investigación.

A la señora Elizabeth Hurtado Iturri, administradora del Hotel Convención, por el apoyo constante brindado para la realización de mi investigación dentro de las instalaciones.

Y sin duda, agradezco a mis amigos por mostrarme su apoyo y por alentarme a seguir adelante.

A Todos Ustedes un Agradecimiento Especial

Declaración de Autenticidad

Yo, Juan Pablo Heredia Méndez con DNI N° 46391857, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Asimismo autorizo a la Universidad a publicar la investigación si así lo creen pertinente y necesario.

Trujillo, Julio del 2017



Juan Pablo Heredia Méndez
46391857

Presentación

Señores:

Miembros del Jurado:

En el cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Satisfacción Laboral y su relación con la calidad de servicio del cliente interno del Hotel Convención, año 2017 finalmente someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos aprobados para obtener el título de Profesional de Administración en Turismo y Hotelería.

Agradezco por anticipado su atención y dedicación brindada al análisis del presente trabajo.

Atentamente

El Autor

Índice

PAGINA DE JURADO	II
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACION	vi
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad Problemática.....	10
1.2. Trabajos Previos.....	11
1.3. Teorias Relacionadas al Tema.....	13
1.4. Formulacion del Problema	17
1.5. Justificacion de Estudio	17
1.6. Hipotesis	18
1.7. Objetivos	18
1.7.1. General.....	18
1.7.2. Específicos	19
II. MÉTODO	19
2.1. Tipo de investigación	19
2.2. Diseño de Investigacion	19
2.3 Variables, Operacionalizacion	19
2.4 Poblacion y Muestra.....	23
2.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos, Validez y Confiabilidad	23
2.6 Métodos de análisis de datos	24
2.7 Aspectos éticos.....	24
III. RESULTADOS.....	24
IV. DISCUSIÓN.....	36
V. CONCLUSIONES	38
VI. RECOMENDACIONES.....	39
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	40
VIII. ANEXOS	42

Resumen

El Desarrollo de la presente investigación tuvo como finalidad Determinar la relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio del hotel Convención en el año 2017. La metodología de investigación aplicada correspondió a un estudio cuantitativo de corte transversal de tipo correlacional. Se utilizó la técnica de encuestas para obtener la información correspondiente y poder desarrollar los objetivos propuestos, para ello se empleó dos cuestionarios estructurados y validados por el alfa de Crombach, mediante los cuales se aplicó la escala de Likert, teniendo niveles del 1 al 5 siendo los siguientes: Casi nunca, Nunca, A veces, Siempre, Casi siempre, los instrumentos fueron aplicados a una población, que fueron los 15 colaboradores del hotel. La satisfacción laboral fue medida en cinco dimensiones, basada en el autor Gil, mientras que la calidad de servicio fue medida en 5 dimensiones según Berry y Parasuraman. Los resultados presentaron que la variable satisfacción laboral se encuentra en un nivel alto de 4.1, mientras que la variable calidad de servicio se encuentra en un nivel alto de 4.3. Luego con los resultados obtenidos se concluye que es una correlación directa positiva moderada de 0,464 que nos dice que existe una muy buena relación entre variables. Al final, se creó un plan de mejora para que el hotel pueda ofrecer un mejor servicio de calidad a través de sus colaboradores.

Palabras claves: satisfacción laboral, calidad de servicio, cliente interno, hotel.

Abstract

The Development of the present investigation took as a purpose to Determine the relation between the labor satisfaction and the quality of service of the hotel Convention in the year 2017. The applied research methodology corresponded to a quantitative study of cross section of type correlacional. The surveys skill was used to obtain the corresponding information and to be able to develop the proposed targets, for it there were used two questionnaires structured and validated by the alpha of crombach, by means of which the scale of Likert was applied, having levels of the 1 to 5 being the following ones: Hardly ever, Never, A veces, Always, Almost always, the instruments were applied to a population, that they were 15 collaborators of the hotel. The labor satisfaction was measured in five dimensions, based on author Gil, while the service quality was measured in 5 dimensions as Berry and Parasuraman. The results presented that the variable labor satisfaction is in a high level of 4. 1, while the variable service quality is in a high level of 4. 3. Then with the obtained results one concludes that it is a moderate positive direct interrelation of 0,464 that he says to us that a very good relation exists between variables. In the end, a progress plan was created so that the hotel could offer a better quality service across the internal client.

Keywords: labor satisfaction, quality of service, internal client, hotel.

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

En la actualidad las organizaciones ofrecen sus diferentes tipos de productos y servicios a los consumidores, pero no tienen en cuenta que problemas puedan tener los trabajadores en su ambiente laboral, lamentablemente muchas veces desconocemos estos problemas, ya que ellos requieren aumentar sus habilidades para que de esta forma se puedan sentir conformes con las funciones que realizan dentro de la organización.

Si bien es cierto el activo principal de una empresa son los trabajadores, ya que debemos ofrecerles una mejora de carácter económico como también en su estado de trabajo, lo cual implica en el servicio de calidad.

En esta época las organizaciones tratan de contratar a personal capacitado con muchos conocimientos adquiridos que estén dispuestos al cambio, muchas de las actitudes negativas pueden producir ausentismo, huelgas, quejas, rendimiento inadecuado, mal servicio, entre otros.

Si hablamos de servicio de calidad tendremos que nombrar las quejas más usuales y que tal vez siempre persistan en la hotelería, las cuales son la limpieza y comodidad, así también como el trato que brinda el personal del hotel. En la mayoría de las encuestas realizadas sobre calidad de servicio, podemos encontrar que las quejas más frecuentes son: actitud del personal, pago por internet inalámbrico, cobros extras, comida de baja calidad, ruido, dispositivos inservibles, falsa publicidad e inseguridad.

Por estas razones se pretende ayudar al Hotel Convención a que tenga un nivel de conocimiento por parte de los jefes, para que puedan ver los verdaderos problemas que aqueja el cliente interno y así verse reflejado en la productividad de la empresa para ofrecer un servicio de calidad.

1.2. Trabajos Previos

Hoy en día existen diversos análisis sobre variados factores que generan la gloria de algunas empresas, entre ellas encontramos el estudio realizado por:

Internacional:

Fuentes (2012) en su investigación titulada "*Satisfacción laboral y su influencia en la productividad*" (Tesis de Licenciatura), el cual tiene como objetivo general "establecer la influencia que tiene la satisfacción laboral en la productividad del recurso humano". Para dicho estudio se entrevistaron a 20 personas del área de recursos humanos, con un instrumento como la evaluación mediante la observación directa, comentarios del personal sobre los talleres, elaboración de una boleta de evaluación e informes hechos por los jefes, dicho estudio concluye:

Los colaboradores tienen alta la satisfacción laboral pero se necesita que haya comunicación acertada y armonía con las variadas unidades que forman la Delegación del área de Recursos Humanos (p.83).

Nacional:

De Gutiérrez (2013) en su investigación titulada "*Motivación y satisfacción laboral de los obreros de construcción civil*" (Tesis de Licenciatura), el cual tiene como objetivo generar una contribución al aprendizaje de la Motivación y Satisfacción Laboral de los trabajadores del sector de la construcción del Perú. Para dicho estudio se utilizó varias teorías donde no utilizaron ningún tipo de población, ni muestra. Se utilizó una metodología que consistió en el análisis de diferentes teorías, dicho estudio concluye:

Hay una escasa conexión entre las especialidades que han estudiado a los colaboradores del sector construcción y su satisfacción laboral.

Mayormente, los creadores de las variadas áreas de conocimiento a las justas citan, por eso que se dice que es una investigación muy débil sobre el tema. Debemos motivar la unión de las diferentes áreas de sabiduría en

pro del crecimiento del sector y en mejor la calidad de vida del colaborador de construcción. (pp. 73-74).

Regional

De Uceda (2013) en su investigación titulada *“Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de La Victoria en la ciudad de Chiclayo”* (Tesis de Licenciatura), el cual tiene como objetivo general determinar la influencia existente entre el nivel de satisfacción Laboral y externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo durante el periodo 2012. Para dicha investigación se hallaron 17 pollerías que nos facilitó la Municipalidad de Victoria como información, se cogió una muestra de 19 consumidores externos por pollería y 86 consumidores internos de forma aleatoria. En la medición del grado de satisfacción de los consumidores se aplicara encuestas de tipo escritas, ya que se realizara la investigación de forma manea sistemática y rápida se obtendrá datos sobre la sensación en los consumidores de la satisfacción lograda con el servicio entregado y producto, para encuestar a los colaboradores será de una forma anónima para poder encontrar muy buenos resultados haciéndola de forma organizada y profesional. Llegamos a la conclusión:

Todos los colaboradores en una empresa son clientes a satisfacer, los dos tipos de clientes se unen de manera estable, el cliente externo y el cliente interno se encuentran directamente asociados a la satisfacción. Si tenemos un colaborador completamente satisfecho, trasmitirá eso para tener un cliente satisfecho. (p.70).

Local:

De Alvitez & Ramírez (2013), en su investigación titulada *“Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer, Trujillo – 2013”* (Tesis de Licenciatura), el cual tiene su objetivo general determinar la relación existente entre el Programa de Compensación e Incentivos y la Motivación de los empleados de la Empresa del Grupo Almer. La población la comprendió todos los colaboradores del Grupo Almer, que en su totalidad son 10 empleados, por propiedad de la investigación la totalidad

de la muestra fueron los 10 empleados. Como metodología se aplicó encuestas a los empleados de todos niveles para evaluar su nivel de motivación y se utilizó el análisis documental para identificar la información relacionada al programa de compensaciones que utiliza el grupo Almer y que fue muy importante para la investigación. Llegando a la conclusión que:

Se encontró que existe vínculo entre el programa de compensación e incentivos del grupo Almer con la motivación de los colaboradores; cuando existe mayores compensaciones e incentivos se da un mayor nivel de motivación, los colaboradores se identifican más con una retribución económica los incentivos y compensaciones (p.103).

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

Satisfacción Laboral

Es un desafío importante para las empresas lidiar con los colaboradores que esperan cada vez más una diferencia única hacia sus opiniones y actitudes, así como a la entrega de premios, entre otros. Resulta importante conversar sobre satisfacción. Para Newstrom (2007) “la satisfacción en el empleo es una conducta afectiva, una percepción de referente sabor o desabor hacia algo” (p.204)

Robbins (2004) señala que:

Se hallan tres particularidades del colaborador que producen las sensaciones del debería ser: Los valores, las carencias y los rasgos personales; estas tres apariencias de la ubicación del trabajo afectan sensaciones del debería ser: las semejanzas sociales con otros colaboradores, las características de trabajos pasados y las agrupaciones de referencia; así mismo las particularidades del trabajo que intervienen en la sensación del estado actual del trabajo: supervisión, retribución, condiciones de trabajo, volumen de puesto,

seguridad en el trabajo, oportunidades de crecimiento laboral y compañeros (p.262).

Puede necesitar de varios factores la satisfacción profesional (niveles de aspiración, relación con los valores de uno mismo, conciencia de triunfo profesional, nivel de responsabilidad, grado de libertad que facilita el trabajo, entre otros) cuanto más elevada sea la calidad de vida profesional más satisfacciones procurara el colaborador y se disminuirá el grado de ausentismo. Por otro lado, algunos buscan en el empleo reconocimiento o intervención; pero otros buscan socialización e incentivo. Para Fernández (2007) “busca apoyar al ser humano para que encuentre del empleo la más alta satisfacción y significado posible (p.74)

Según Newstrom (2007) Cuando hay insatisfacción laboral se pueden presentar consecuencias tales como: Rotación de personal, absentismo, retraso, robo y violencia (p.212)

Robbins (2004), dice que:

Que los problemas y efectos de la satisfacción laboral se cogen desde un panorama único o desde la planificación. Se encuentran distinciones particularmente que afectan en los niveles de satisfacción laboral más destacados son las expectativas laborales y los años de carrera profesional (p.264)

Se debe tener en cuenta siempre y en todo momento la protección física y psicológica de los empleados tal como nos menciona Chiavenato (2002), donde indica que, “cuando realicemos cualquier tipo actividad, es una prioridad cuidar constantemente la integridad mental y física del empleado, teniendo mucha atención de accidentes de salud, relacionado a la tarea que se haga y el ámbito físico donde se realice” (p.203).

Las condiciones físicas observan las particularidades medioambientales en donde se desarrolla el trabajo, el sonido, la iluminación, el reparto de los espacios, la ubicación de la gente. Es por eso que estos factores hace fácil la comodidad de

las personas que pasan mucho tiempo en el empleo y perjudica en la calidad de su trabajo. Para Gil (2013), un factor determinante de la satisfacción laboral es la motivación (p.60).

Para Oltra (2008):

Resulta muy importante la comunicación con el personal; la información constituye la fuente de energía que mueve a una organización. Información sobre ella misma, su entorno, sus productos y/o servicios. Donde nos indica que toda organización posee un sistema de comunicación sea formal o informal, en negocios pequeños puede darse de una tipo informal y estar acogida a ser manejada gerencialmente (p. 447).

La jerarquía de las necesidades de Maslow; Se forma en dos supuesto fundamentos que son: las diferentes necesidades que exploramos se exhiben activas situaciones diferentes y las necesidades insatisfechas son las únicas que interviene en nuestro tipo de conducta; las necesidades siguen una cierta clasificación de importancia denominado jerarquía. La conducta logra activarse por un déficit de una necesidad que lanza a la persona a reducir la presión inventada por ese déficit.

En el transcurso del tiempo, son muchos los que han intentado elaborar teorías para señalar la relación entre motivación y conducta en el trabajo de las cuales las más representativa es:

Según Gil (2013) " Maslow identifica cinco indicadores de satisfacción: salario adecuado (necesidades fisiológicas), seguridad en el empleo (necesidades de seguridad), pertenencia al grupo (necesidades de filiación), reconocimiento y promoción (necesidades de estima), participación y decisiones (necesidades de autorrealización)" (p.63).

Calidad de Servicio

Según Berry y Parasuraman (1990) “es referida al giro de niveles entre las probabilidades de los consumidores y el desempeño del servicio; donde se da una igualdad entre la calidad interna y externa, logrando crear niveles elevados de calidad” (p.12)

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990) nos indica lo siguiente:

Existen cinco dimensiones de la calidad en el servicio, las cuales son:

Confiabilidad: Es el talento de ofrecer un servicio esperado con seguridad y de forma acertada.

Recursos tangibles: Son los aspectos de los recursos materiales, equipos, trabajadores y materiales de comunicación.

Diligencia: voluntad de ofrecer ayuda al consumidor y de prestar el servicio de una forma muy rápida.

Garantía: los conocimientos adquiridos por los colaboradores, la cortesía de los trabajadores y su capacidad de inculcar confianza.

Empatía: Es el talento de ofrecerles una atención cuidadosa e particular a los clientes (p.45)

Importancia de la calidad de servicio: Según Shaw (1997)

Algunos de los principales tipos para que una organización se pueda diferenciar del resto, consisten en dar calidad de servicio de una manera congruente, ya que ofrecerá mayor virtud competitiva, que dirigirá una buena calidad de desempeño en la productividad y en las utilidades de la empresa. (p.54)

Turismo

Hunziker - Krapf, (1942) dicen que:

Turismo es un grupo de relaciones y fenómenos creados por el movimiento y estancia de individuos que no se encuentran en su vivienda natural, en tanto que aquellos movimientos y estancia no están impulsados por una determinada actividad rentable. (p.23)

La OMT (organización mundial de turismo) 2007 dice que:

Turismo es un fenómeno cultural, económico y social relacionado con el desplazamiento de los individuos a sitios que se están fuera de su lugar de vivienda usual por causas personales o de comercio/profesionales. Aquellos individuos se les llama visitantes (que pueden ser excursionistas y turistas; residentes o no residentes) y el turismo interviene en sus actividades, aquellas que implican un gasto turístico (párr. 12)

Establecimiento de Hospedaje:

MINCETUR (2015), describe a los establecimientos de hospedaje como:

Sitio utilizado para ofrecer esporádicamente el servicio de alojamiento no estable, para que sus huéspedes pasen la noche en el local, con la posibilidad de ofrecerle otros servicios que sean complementarios, ofreciendo una remuneración por una contraprestación anticipadamente declarada en los precios del establecimiento (párr. 7)

1.4. Formulación DEL PROBLEMA

¿Qué relación existe entre la Satisfacción Laboral y la Calidad de Servicio del cliente interno del Hotel Convención año 2017?

1.5. Justificación del estudio

A continuación utilizaremos los principios planteados por Hernández, Fernández y Baptista (2010) la siguiente investigación se justifica de la siguiente manera:

a. Conveniencia

La presente investigación busca identificar los problemas y quejas para poder solucionarlas, reflejándolas en el ofrecimiento de un mejor servicio de calidad para generar una mayor rentabilidad para la empresa.

b. Social

Con la realización de este estudio los turistas se van a beneficiar ya que tendrán a su disposición mejor servicios hoteleros, logrando

crear una competencia que influya en la mejora de las empresas del sector hotelero de la región para así tener hoteles de mejor calidad.

c. **Practico**

Mediante el presente estudio se podrá dar a conocer las principales debilidades de la empresa hacia sus colaboradores para que de esa manera puedan ver en qué aspectos están fallando y que es lo que deberían mejorar para poder ofrecer un mejor servicio.

d. **Teórica**

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990) existen cinco dimensiones de calidad de servicio: confiabilidad, recursos tangibles, garantía, Empatía y Diligencia que se relacionaran con la teoría de Gil (2013) donde Maslow identifica cinco indicadores de satisfacción: salario adecuado, seguridad en el empleo, pertenencia al grupo, reconocimiento, promoción y necesidades de autorrealización para poder definir los indicadores de estudio.

e. **Metodológica**

Para medir la satisfacción laboral y la calidad de servicio se utilizara una encuesta que será evaluada mediante la escala de Likert para poder obtener resultados confiables que sea para el mejoramiento del Hotel.

1.6. Hipótesis

La satisfacción laboral tiene relación alta y directa con la calidad de servicio en el cliente interno del Hotel Convención año 2017.

1.7. Objetivos.

Objetivo General

Determinar la relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio del Hotel Convención en el año 2017.

Objetivos Específicos

1. Identificar el nivel de satisfacción laboral que posee el cliente interno del Hotel Convención en el año 2017.
2. Identificar el nivel de calidad de servicio que ofrece el cliente interno del Hotel Convención en el año 2017.
3. Elaborar un plan de mejora en el servicio para beneficio del Hotel Convención en el 2017.

II. Método

2.1. Tipo de Investigación

Aplicada:

Es aplicada porque servirá para conseguir información clara y concisa de tal manera, que será útil en el tiempo que dure dicha investigación.

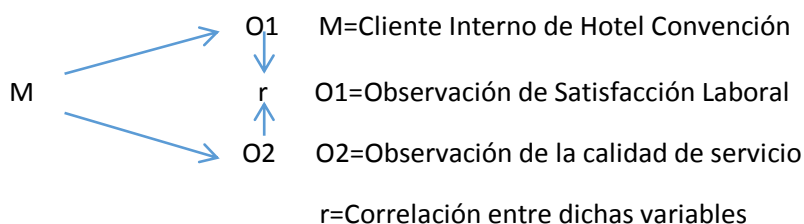
Correlacional:

Un estudio correlacional determina si dos variables están correlacionadas o no.

Orientada:

Puesto que el presente estudio posee líneas de investigación establecidas.

2.2. Diseño de Investigación



La investigación realizada es No Experimental, de tipo aplicada, correlacional, el cual pretende estudiar las características de las variables en estudio para hallar la conducta y en base a ella encontrar la relación que existe entre las dos variables sin definir las causas que las originan.

2.3. Variables, Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Satisfacción Laboral	Conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con que los colaboradores ven su trabajo. Newstrom (2011)	Para medir la satisfacción laboral se utilizara una encuesta que fue evaluada mediante la escala de Likert y fue dirigida al cliente interno del Hotel Convención, para después dar uso a la correlación de Spearman.	- Salario Adecuado	- Beneficios económicos - Puntualidad en el pago del salario. - Prestaciones sociales	Nominal Nominal
			- Seguridad en el empleo	- Estabilidad laboral - Apreciación del superior - Actividades adecuadas - Trato justo	Nominal Nominal Nominal Nominal
			- Pertenencia al grupo	- Relación con sus compañeros - Apoyo hacia los compañeros	Nominal Nominal
			- Reconocimiento y promoción	- Reconocimiento social - Incentivos - Reconocimiento familiar - Oportunidades de desarrollo personal - Necesidad de otro empleo	Nominal Nominal Nominal Nominal

			- Autorrealización	- Interés - Expectativas personales - Importancia a los demás. - Animo	Nominal Nominal Nominal Nominal Nominal
Calidad de Servicio	Es referida al giro de niveles entre las expectativas de los clientes y el desempeño del servicio; donde se da un equilibrio entre la calidad interna y externa, logrando así elevados niveles de calidad Berry y Parasuraman (1990)	Para medir la calidad de servicio se utilizara una encuesta que fue evaluada mediante la escala de Likert y fue dirigida al cliente interno del Hotel Convención, para después dar uso a la correlación de Spearman.	- Confiabilidad	- Capacidad de respuesta de los colabores ante las dudas - Seguridad al laborar en el hotel - Seguridad que otorga el hotel sobre los derechos reservados e información confidencial del colaborador.	Todas Nominal
			- Recursos Tangibles	- Presentación de las instalaciones - Calidad en la infraestructura del hotel - Apariencia de los colaboradores	Nominal Nominal Nominal Nominal
			- Garantía	- Imagen del Establecimiento de hospedaje - Profesionalismo de los colaboradores	Nominal Nominal

			- Cortesía y amabilidad	- Atención de forma amable - Atención Personalizada - Atención oportuna brindada por los colaboradores del hotel - Absolución de dudas e inconvenientes brindadas por los colaboradores del hotel	Todas Nominal
			- Comunicación	- Condiciones comerciales y de difusión utilizadas para la promoción del hotel - Información otorgada al huésped sobre el hotel	Nominal Nominal

2.4. Población y Muestra

Población:

La población está compuesta por el cliente interno que se encuentran en el hotel Convención al momento de aplicar el estudio.

No existe muestra porque utilice a toda la población del Hotel, que son 15 colaboradores.

2.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos, Validez Y Confiabilidad

Las técnicas a utilizar en mi presente investigación serán: la encuesta y como instrumento el cuestionario.

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Encuesta	Cuestionario

La validez de los instrumentos fue mediante la prueba estadística alfa de cronbach el cual para la variable de satisfacción laboral dio un puntaje de 0,773 y para la variable calidad de servicio se obtuvo un puntaje de 0,817 (Ver anexo 2 Y 4)

2.6. Métodos de Análisis de Datos

Después de haber recogido los diversos antecedentes que tiene relación a nuestro tema de investigación y haber encontrado la bibliografía necesaria hemos procedido a realizar una encuesta a todos los trabajadores y clientes del hotel convención.

Luego se ejecutó la descarga de los datos para analizar los resultados arrojados de la encuesta, se juntaron y clasificaron para validarlas mediante la correlación de Spearman.

2.7. Aspectos Éticos

Para la siguiente investigación se respetaron los siguientes aspectos:

- Cumplir con el formato de normas APA.
- Citar las tesis y autores de la información asistida.
- No usar el plagio en el presente trabajo de investigación.

III. Resultados

Identificar el nivel de satisfacción laboral que posee el cliente interno del Hotel Convención en el año 2017.

Tabla 1

Distribución de la media y la desviación estándar de la variable satisfacción laboral del cliente interno.

Dimensiones	Indicadores	Media	Desviación Estándar	Nivel
Salario Adecuado	Beneficios Económicos	4.3	0.6	Alto
	Puntualidad en el pago del salario	4.2	0.8	Alto
	Prestaciones Sociales	4.5	0.5	Alto
Seguridad en el empleo	Estabilidad laboral	3.9	1.1	Alto
	Apreciación del superior	4.6	0.5	Alto
	Actividades adecuadas	4.1	0.7	Alto
	Trato Justo	4.3	0.6	Alto
Pertenencia al grupo	Relación con sus compañeros	4.5	0.7	Alto
	Apoyo hacia los compañeros	4.1	0.7	Alto
Reconocimiento y promoción	Reconocimiento social	4.3	0.7	Alto
	Incentivos	2.9	1.6	Medio
	Reconocimiento familiar	3.9	1.4	Alto
	Oportunidades de desarrollo personal	3.3	4.5	Medio
	Necesidad de otro empleo	3.3	1.3	Medio
Autorrealización	Interés	3.7	1.2	Alto
	Expectativas personales	4.7	0.6	Alto
	Importancia a los demás	4.3	0.7	Alto
	Animo	4	0.8	Alto
Satisfacción laboral	Total	4.1	1.1	Alto

Nota: Se comprueba que el promedio de los indicadores de cada dimensión y de la variable satisfacción laboral del cliente interno se encuentra en un nivel alto de 4.1.

Identificar el nivel de calidad de servicio que ofrece el cliente interno del Hotel Convención en el año 2017.

Tabla 2

Distribución de la media y la desviación estándar de la variable calidad de servicio del cliente interno.

Dimensiones	Indicadores	Media	Desviación Estándar	Nivel
Confiabilidad	Capacidad de respuesta de los colaboradores ante las dudas	4.2	0.6	Alto
	Seguridad al laborar en el Hotel	4.3	0.6	Alto
	Seguridad que otorga el hotel sobre los derechos reservados	4.1	0.6	Alto
Recursos Tangibles	Presentación de las instalaciones	4.3	0.6	Alto
	Calidad en la infraestructura del hotel	4.1	0.6	Alto
	Apariencia de los colaboradores	4.1	0.6	Alto
Garantía	Imagen del Establecimiento de hospedaje	4.1	1	Alto
	Profesionalismo de los colaboradores	4.3	0.5	Alto
Cortesía y amabilidad	Atención de forma amable	4.2	0.6	Alto
	Atención Personalizada	4.2	0.7	Alto
	Atención oportuna brindada por los colaboradores del hotel	4.3	0.6	Alto
	Absolución de dudas e inconvenientes brindadas por los colaboradores del hotel	4.7	0.6	Alto
Comunicación	Condiciones comerciales y de difusión utilizadas para la promoción del hotel	4.5	0.6	Alto
	Información otorgada al huésped sobre el hotel	4.3	0.7	Alto
Calidad de Servicio	Total	4.3	0.6	Alto

Nota: Se comprueba que el promedio de los indicadores de cada dimensión y de la variable calidad de servicio del cliente interno se encuentra en un nivel alto de 4.3.

Determinar la relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio del Hotel Convención en el año 2017.

Tabla 3

Correlaciones de Spearman entre las variables satisfacción laboral y calidad de servicio.

		Satisfacción Laboral	Calidad de Servicio
Satisfacción laboral	Coefficiente de correlación	1	0,464
	Sig. (bilateral)		0,082
	N	15	15
Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación	0,464	1
	Sig. (bilateral)	0,082	
	N	15	15

Nota el índice indica una correlación directa positiva moderada de 0.464 entre las variables Satisfacción Laboral y Calidad de Servicio. Fuente *statiscalpackageforthe social sciences*.

Escalas de correlación de Spearman

Valor	Significado
-0,4 a -0,69	"Correlación negativa moderada"
-0,2 a -0,39	correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	correlación negativa muy baja
0	correlación negativa moderada
0,01 a 0,19	correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	correlación positiva baja
0,4 a 0,69	correlación positiva moderada
1	correlación positiva grande y perfecta

Nota: interpretar el coeficiente de correlación

Se verifica que la relación entre las dos variables va en una correlación positiva moderada.

Elaborar un plan de mejora en el servicio para beneficio del Hotel Convención en el 2017.

Desarrollo de la propuesta:

Programa de motivación para el cliente interno del Hotel Convención

Introducción

La presente propuesta está enfocada y dirigida a mejorar la motivación del cliente interno del Hotel Convención, permitirá al administrador de dicho hotel contar con una herramienta que pueda ser utilizada para crear una mejor posición competitiva en el mercado.

Para que el cliente interno pueda atender con calidad, debe saber cómo satisfacer las necesidades de éste y para lo cual necesitan saber qué es lo que ellos desean, cómo quieren que los traten y así poder ofrecerle un ambiente de calidad. Por tal razón, todas las actividades que desarrolle el hotel, deben hacerse desde un principio y mejorarse a corto plazo.

Gracias a los resultados de las encuestas anteriores, podremos mejorar el compromiso del cliente interno, para así de esta forma motivarlos, consecuentemente mejorar la calidad de servicio del Hotel Convención.

Responsable de la estructuración de la propuesta:

Juan Pablo Heredia Mendez

Beneficiarios:

- Propietario y administrador del Hotel Convención.

Involucrados:

- Cliente interno del Hotel Convención.

Meta Propuesta:

Contribuir a que el hotel Convención mejore la motivación de sus empleados, llevando a la práctica los diferentes métodos y actividades para lograr una mejor calidad de servicio. Dando a conocer al propietario y/o administrador del hotel, las actividades para crear un personal leal y motivado, herramientas necesarias que deben ser utilizadas para el logro de este programa.

Metodología:

La metodología adoptada por la propuesta, está estructurada a través de líneas de acción que conllevan la generación de temarios donde se brinda material de información y charlas acerca de cómo obtener una mejor motivación del cliente interno, los que a su vez están orientados de manera ordinal a lograr la sensibilización como primera etapa en el establecimiento mediante los involucrados.

Así mismo se tomarán las siguientes líneas generales para el establecimiento de las herramientas a brindar al personal:

- Satisfacción Laboral.
- Niveles de vida personal.
- Calidad de vida en sus familias.

Objetivo General:

- Contribuir a mejorar la motivación del cliente interno del hotel Convención.

Objetivos Específicos:

- Mejorar la satisfacción laboral dentro del hotel.
- Crear mejores niveles de vida del cliente interno.
- Mejorar la calidad de vida en las familias del cliente interno.

Duración: Presencialmente, por el periodo de 1 mes calendario.

Locación: Se entregará material informativo y charlas en el espacio que nos brinde el hotel.

Líneas De Acción:

- Mejorar la satisfacción laboral dentro de la empresa
 - Contar con un personal motivado (comunicación horizontal entre el jefe y colaborador)
 - Encuestas de satisfacción laboral.
 - Reconocimiento informal
 - Felicitaciones en cumpleaños
 - Reconocimiento de las normas laborales
 - Cliente interno del mes
 - Cliente interno del año

- Crear mejores niveles de vida en el cliente interno.
 - Inducciones
 - Intercambios
 - Becas de estudio
 - Reuniones internas
 - Celebración de días festivos (día de la madre, día del padre, etc.)

- Mejorar la calidad de vida en las familias del cliente interno.
 - Campañas de salud
 - Descuentos para el cliente interno en las tarifas del hotel.
 - Área de asistencia psicológica y bienestar social

PRESUPUESTO DE PLAN DE MEJORA

Para llevar a cabo la siguiente plan de mejora se utilizó diferentes bienes, materiales y servicios.

CLASIFICADOR DE GASTOS SEGÚN EL MINISTERIO DE ECONOMIA				
AL 2017				
Descripción	Especificaciones	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
2.3.15,12 Papelería en general, útiles y materiales de oficina	Lapiceros	16	S/.2.00	S/.32.00
	Cuaderno de apuntes	15	S/.5.00	S/.25.00
	Memoria Usb 16Gb	1	S/.80.00	S/.80.00
2.3.27,32 Realizado por personas naturales	Servicio de capacitación y perfeccionamiento	3	S/.400.00	S/.1200.00
2.3.22.4 Servicio de publicidad, impresiones, difusión e imagen institucional	Impresiones de manual para capacitación	48	S/.0.80	S/.38.40
2.3.11 Alimentos y bebidas	Refrigerio (Jugo y empanada)	48	S/.4.00	S/.192.00
Total				S/.1567.40

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Asignación del nombre de la capacitación	Estrategia y método para llevarlo a cabo	Indicador y seguimiento del logro	Logro esperado (IMPACTO)	Tiempo
<p>Satisfacción Laboral</p>	<p>Se relazará a través de un taller de capacitación, donde el personal administrativo estará integrados en mesas de grupo, y se llevara a cabo dentro del curso con diapositivas donde se muestren las principales dificultades que aquejan hoy en día a los hoteles. Cada paso a seguir es necesario dentro de los del establecimiento para mejorar la motivacion del cliente interno.</p> <p>Daremos a conocer las formas en cómo la satisfacción laboral de la empresa debe ser. Ya que se sabe que un cliente interno satisfecho va a generar una mejor calidad de servicio.</p>	<p>Se realizara un registro de participante por cada charla y capacitación taller que se lleve a cabo en los días pactados.</p> <p>El involucramiento y puesta en práctica se verá expresado en el libro que al finalizar cada capacitación se deberá llenar con el compromiso por parte de cada cliente interno que participe.</p>	<p>Proporcionar al personal del hotel herramientas necesarias que deben ser utilizadas para mejorar la motivacion del cliente interno del hotel.</p>	<p>Semana I: Del 06-16 de Agosto del 2017.</p>

Asignación del nombre de la capacitación	Estrategia y método para llevarlo a cabo	Indicador y seguimiento del logro	Logro esperado (IMPACTO)	Tiempo
<p><i>Niveles de vida personal</i></p>	<p>Se relazará a través de un taller de capacitación, donde tanto el propietario como el administrador, como también el resto de colaboradores estarán integrados en mesas de grupo, y se llevara a cabo dentro del curso donde se mostrarán ejemplos y casos de tipos de vida personal del cliente interno que grandes empresas brindan. Cada paso a seguir es necesario dentro de los del establecimiento para mejorar la motivacion del cliente interno del hotel.</p> <p>Daremos a conocer distintas formas que el hotel puede brindar a su cliente interno para que así exista un equilibrio entre la vida personal y su vida laboral del cliente interno.</p>	<p>Se realizara un registro de participante por cada charla y capacitación taller que se lleve a cabo en los días pactados.</p> <p>El involucramiento y puesta en práctica se verá expresado en el libro que al finalizar cada capacitación se deberá llenar con el compromiso por parte de cada cliente interno que participe.</p>	<p>Proporcionar tanto al administrador como al propietario del hotel, herramientas necesarias que deben ser utilizadas para mejorar los niveles de vida personal.</p>	<p>Semana II: Del 17-20 de Agosto del 2017.</p>

Asignación del nombre de la capacitación	Estrategia y método para llevarlo a cabo	Indicador y seguimiento del logro	Logro esperado (IMPACTO)	Tiempo
<p>Calidad de vida en sus familias</p>	<p>Se relazará a través de un taller de capacitación, donde los colaboradores del hotel, estarán integrados en mesas de grupo. Cada paso a seguir es necesario dentro de los del establecimiento para mejorar la calidad de vida en las familias del cliente interno del Hotel Convención.</p> <p>Brindaremos diversas herramientas como encuestas a los colaboradores para ver el nivel de conformidad con la que tienen con el hotel con respecto al tema</p>	<p>Se realizara un registro de participante por cada charla y capacitación taller que se lleve a cabo en los días pactados.</p> <p>El involucramiento y puesta en práctica se verá expresado en el libro que al finalizar cada capacitación se deberá llenar con el compromiso por parte de cada cliente interno que participa.</p>	<p>Proporcionar tanto a los clientes internos del hotel, herramientas necesarias que deben ser utilizadas para mejorar la calidad de vida en las familias del cliente interno.</p>	<p>Semana III: Del 21-30 de Agosto del 2017.</p>

Contrastación de Hipótesis

De acuerdo al estudio de la investigación se planteó la siguiente hipótesis
Existe relación alta y directa entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio en el cliente interno del Hotel Convención año 2017.

Para ello se utilizó un contraste de hipótesis donde:

H₀: La satisfacción laboral no tiene relación alta y directa con la calidad de servicio en el cliente interno del Hotel Convención año 2017.

H₁: La satisfacción laboral tiene relación alta y directa con la calidad de servicio en el cliente interno del Hotel Convención año 2017.

Se verifica que en la correlación de spearman se obtuvo que el valor de p 0,464, al relacionar ambas variables con el cliente interno del hotel Convención año 2017, cual indica que se acepta H₁ ya que a mayor satisfacción laboral hay mayor calidad de servicio ofrecida por el cliente interno.

Por lo tanto se acepta la hipótesis dado que: La satisfacción laboral tiene relación alta y directa con la calidad de servicio en el cliente interno del Hotel Convención año 2017.

IV. Discusión

Los resultados alcanzados sobre el nivel de satisfacción laboral del Hotel Convención, año 2017, se determina que se halló un nivel alto, encontrando un resultado de 4.1. Igualmente se observa resultados parecidos de Fuentes (2012), en su investigación titulada: “Satisfacción laboral y su influencia en la productividad” (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango) cuyo objetivo tiene establecer la influencia que tiene la satisfacción laboral en la productividad del recurso humano. Sus resultados demostraron. Los 20 encuestados manifestaron tener un nivel de satisfacción laboral alto (de 67 a 100 puntos) Esto se puede confirmar con los resultados obtenidos en dicha investigación sobre si se siente satisfecho con el trabajo que realizan, el 71% considera que siempre se siente satisfecho con el trabajo que realiza el cual ayuda a alcanzar los objetivos institucionales, mientras que el 29% respondió que generalmente se siente satisfecho, Robbins, S (2004), menciona que los problemas y efectos de la satisfacción laboral se cogen desde un panorama único, que pueden afectar en los niveles de satisfacción laboral más destacados que son las expectativas laborales y los años de carrera profesional.

Los resultados obtenidos sobre el nivel de calidad de servicio del cliente interno del Hotel Convención, año 2017, se determinó que existe un nivel alto, encontrando un resultado de 4.3. Esto se ve corroborado en los resultados similares de Merino (1999), en su investigación titulada “La Calidad de Servicio Bancario: Entre la Fidelidad y la Ruptura”, cuyo objetivo es investigar si existe relación directa entre calidad de servicio, satisfacción, ruptura y la fidelidad. Sus resultados demostraron que efectivamente existe una relación entre las variables a investigar, esto conlleva a que Berry y Parasuraman (1990) nos dicen que la calidad de servicio “es referida al giro de niveles entre las probabilidades de los consumidores y el desempeño del servicio; donde se da

una igualdad entre la calidad interna y externa, logrando crear niveles elevados de calidad.

Los resultados obtenidos se puede determinar entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio del hotel Convención, se halló que existe una correlación directa positiva moderada de 0,464 entre ambas variables Ver (Tabla 3). Así mismo se observa en los resultados similares en la investigación de Uceda (2013), “Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de La Victoria en la ciudad de Chiclayo” el cual tiene como objetivo determinar la influencia existente entre el nivel de satisfacción Laboral y externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo durante el periodo 2012, permitieron obtener que el nivel de satisfacción laboral influye con la satisfacción de los clientes externos y esto lo comprobamos a través de los resultados arrojados por las medidas correlacionales de Somers, determinando que el éxito de una depende de la otra y viceversa. Esto apoya la teoría de Fernández (2007), que indica que “busca apoyar al ser humano para que encuentre del empleo la más alta satisfacción y significado posible, para ofrecer una mejor calidad de servicio.

V. Conclusiones

1. La relación de la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del Hotel Convención, año 2017 se encontró una correlación directa positiva moderada de 0,464, debido a la variable satisfacción laboral que afecta de manera directa a la calidad de servicio de los colaboradores de dicha empresa.
2. El nivel de la satisfacción laboral del Hotel Convención, año 2017, se identificó a través de la escala de Likert, donde se promedió todas las dimensiones de dicha variable, que se encuentra en un nivel alto de 4,1.
3. El nivel de la calidad de servicio del Hotel Convención, año 2017 se identificó a través de la escala de Likert, donde se promedió todas las dimensiones de dicha variable, que se encuentra en un nivel alto de 4,3.
4. El plan de mejora para el hotel Convencion está definido en los puntos que sería oportuno mejorar, ya que a pesar que existe una muy buena satisfacción laboral y calidad de servicio, es necesario poner en práctica diferentes acciones que permitan mantener y/o mejorar ambas variables.

VI. Recomendaciones

1. Recomendar al administrador actuar con mayor fuerza la dimensión reconocimiento y promoción, de la variable satisfacción laboral, recordando que a mayor motivación del cliente interno, mayor desempeño, esto producirá como consecuencia una mejor calidad de servicio y a la par un cliente satisfecho.
2. Recomendar a la gerencia realizar técnicas de motivación para el cliente interno, podrían ser económicamente, profesionalmente y moralmente, donde intervenga el cliente interno en su totalidad ofreciéndoles un trato de igualdad de una forma justa y sincera. Esto permitirá mejorar positivamente el rendimiento del cliente interno, y a su vez ayudara a tener una mejor calidad de vida.
3. Implementar técnicas que proporcionen analizar de forma simple la medición de la satisfacción laboral y la calidad de servicio, esta investigación se preocupó principalmente a averiguar la relación entre satisfacción laboral y calidad de servicio, en la que se usó alguna de las muchas dimensiones que se describieron en dicho trabajo de investigación para mediar las dos variables.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvitez, F. & Ramírez, M. (2013) *Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer, Trujillo – 2013*. Recuperado el 12 de abril de 2016, de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/212/1/ALVITEZ_FELIX_COMPENSACION_INCENTIVOS.pdf
- Chiavenato, I. (2002), *Administración de recursos humanos* (5ta ed.) Colombia: Mc. Graw Hill.
- Fuentes, S. (2012) *Satisfacción laboral y su influencia en la productividad” (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango)*. Recuperado el 10 de abril de 2016, de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>
- Gil, G. (2013) *La empresa basada en equipos humanos* (1era ed.) Barcelona: Marcombo S.A.
- Gutiérrez, W. (2013) *Reglamento de Establecimientos de Hospedaje*. Recuperado el 10 de abril de 2016, de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4727/GUTIERREZ%20WALTER%20MOTIVACION_SATISFACCION_LABORAL_OBREROS_INVESTIGACIONES.pdf?sequence=1
- Merino, J. (1999) *La Calidad de Servicio Bancario: Entre la Fidelidad y la Ruptura*. Recuperado el 15 de abril de 2016, de: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/2/S2034501.pdf>
- MINCETUR (2015) *Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer, Trujillo – 2013*. Recuperado el 12 de abril de 2016, de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/212/1/ALVITEZ_FELIX_COMPENSACION_INCENTIVOS.pdf

Oltra, F. (2000) *Dirección de recursos humanos: Teoría y práctica* (4ta ed.)
Valencia: Universidad Técnica de Valencia

OMT (2009). Extraído de <http://media.unwto.org/es/content/entender-elturismoglosariobasico>

Robbins, S. (1993) *Comportamiento Organizacional: Teoría y práctica*. (7ma ed.) Editorial Prentice. México.

Robbins, S. (1993) *Comportamiento Organizacional*. (6ta ed.) edición. Editorial Prentice-Hall, México

Robbins, S. (2004) *Administración*. (3era Ed.) Editorial Prentice-Hall, México

Shaw, J. (1997). *El cliente quiere... Calidad*. (1era ed.) Editorial Prentice-Hall hispanoamericana. México.

Uceda, I. (2013) *Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de La Victoria en la ciudad de Chiclayo*. Recuperado el 12 de abril de 2016, de:
http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/214/1/TL_Uceda_Pintado_IndiraLizeth.pdf

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA DE SATISFACCION LABORAL AL CLIENTE INTERNO DEL HOTEL CONVENCION

A continuación se presentan una serie de preguntas, elaboradas con el propósito de determinar la satisfacción que el trabajo produce en las personas, así como los factores que intervienen en esta; para ello se le pide responder a todas las preguntas con sinceridad y absoluta libertad. Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa que usted considere que refleja su mejor situación, marcando con una "X" la respuesta que corresponda considerando la siguiente escala:

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

Edad: _____

Cargo: _____

1. ¿Gano lo adecuado en mi actual trabajo, para atender a los que dependen de mí persona?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

2. ¿Recibo todos mis beneficios económicos según ley?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

3. ¿El pago de mi sueldo lo recibo en la fecha pactada por contabilidad?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

4. ¿Recibo las prestaciones sociales apropiadas?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

5. ¿Siento que estoy seguro y estable en mi trabajo?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

6. ¿Mi jefe tiene buenas relaciones laborales con mi persona?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

7. ¿Siento que las actividades que realizo dentro del trabajo están de apropiadas con mis capacidades?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

8. ¿Me ofrecen un trato justo en mi trabajo?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

9. ¿Las relaciones con mi grupo de trabajo me producen tener mejor desempeño?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

10. ¿Considero que mis compañeros están satisfechos con la ayuda que ofrezco en mi trabajo?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

11. ¿El reconocimiento social que se me tiene, en comparación al que se tiene a otros(as) trabajadores es el adecuado a la función que realizo?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

12. ¿Mi trabajo me ofrece alguna (comisión, felicitación, otros), cuando cumplo con mis objetivos?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

13. ¿Mi familia y amigos me reconocen por labor que realizo?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

14. ¿Me ofrecen oportunidades de crecimiento económico y profesional en el trabajo?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

15. ¿Deseo otro empleo, en lugar del actual?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

16. ¿El trabajo que realizo está adecuado con mis expectativas?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

17. ¿Siento que mi labor es importante para los huéspedes que utilizan el servicio que ofrece la empresa?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

18. ¿Me siento con ánimos y energía para ejecutar de una manera adecuada mi trabajo?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

19. ¿Pienso que mi trabajo actual es interesante?

Siempre casi siempre aveces casi nunca nunca

Anexo 2

VALIDACION DE INSTRUMENTO

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,773	19

Anexo 3

ENCUESTA DE CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE INTERNO DEL HOTEL CONVENCIÓN

A continuación se presentan una serie de preguntas, elaboradas con el propósito de determinar la calidad de servicio que ofrece el Hotel, así como los factores que intervienen en esta; para ello se le pide responder a todas las preguntas con sinceridad y absoluta libertad. Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa que usted considere que refleja su mejor situación, marcando con una "X" la respuesta que corresponda considerando la siguiente escala:

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

1. ¿Se caracteriza el Hotel por resolver los problemas de una forma rápida?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

2. ¿Se siente usted seguro al laborar en este Hotel?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

3. ¿Cree Usted que el Hotel le ofrece cautela y confidencialidad de su información personal?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

4. ¿Las instalaciones que ofrece el Hotel le parecen las adecuadas?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

5. ¿Considera que la estructura y habitaciones son de excelente calidad?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

6. ¿Se esmera el Hotel por la buena presencia de nosotros?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

7. ¿La imagen de la empresa me trasmite confianza?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

8. ¿Estamos profesionalmente preparados y educados para ofrecer un servicio de calidad ajustada a la satisfacción del cliente?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

9. ¿Soy amable en mi atención?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

10. ¿Mi atención es personalizada?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

11. ¿Estamos a disposición para atenderlos de forma oportuna?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

12. ¿Estamos ayudando a solucionar sus dudas e inconvenientes de una forma rápida?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

13. ¿El Hotel utiliza de forma adecuada los medios de comunicación para facilitarle información actual y necesaria al cliente?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

14. ¿Ofreces toda la información del Hotel al momento de su Chek In?

Siempre casi siempre a veces casi nunca nunca

Anexo 4

VALIDACION DE INSTRUMENTO

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,817	14

Anexo 5

Niveles de la variable Satisfacción Laboral

	SALARIO ADECUADO						SEGURIDAD EN EL EMPLEO						PERTENENCIA AL GRUPO				RECONOCIMIENTO Y PROMOCION						AUTOREALIZACIÓN						
	P1	P2	P3	P4	TOTAL	NIVEL	P5	P6	P7	P8	TOTAL	NIVEL	P9	P10	TOTAL	NIVEL	P11	P12	P13	P14	P15	TOTAL	NIVEL	P16	P17	P18	P19	TOTAL	NIVEL
1	3	4	4	4	15	MEDIA	5	4	4	4	17	ALTA	5	4	9	ALTA	5	1	4	2	4	16	MEDIA	4	5	4	4	17	ALTA
2	4	5	4	5	18	ALTA	3	4	5	4	16	ALTA	4	4	8	ALTA	3	1	5	1	3	13	MEDIA	4	3	4	4	15	MEDIA
3	4	5	5	4	18	ALTA	3	4	4	4	15	MEDIA	4	4	8	ALTA	3	2	3	3	3	14	MEDIA	3	4	4	4	15	MEDIA
4	4	4	3	4	15	MEDIA	3	4	4	3	14	MEDIA	5	3	8	ALTA	4	4	4	3	3	18	MEDIA	4	4	3	4	15	MEDIA
5	4	4	4	4	16	ALTA	4	4	3	4	15	MEDIA	4	3	7	MEDIA	4	2	2	3	3	14	MEDIA	3	5	4	3	15	MEDIA
6	3	5	4	4	16	ALTA	3	5	4	5	17	ALTA	4	4	8	ALTA	4	2	2	4	3	15	MEDIA	4	5	5	4	18	ALTA
7	4	4	4	4	16	ALTA	4	4	4	4	16	ALTA	3	4	7	MEDIA	4	2	5	5	4	20	ALTA	4	5	5	4	18	ALTA
8	4	5	3	4	16	ALTA	2	5	3	4	14	MEDIA	5	4	9	ALTA	5	2	5	3	5	20	ALTA	4	5	5	5	19	ALTA
9	4	5	4	5	18	ALTA	2	5	3	4	14	MEDIA	3	3	6	MEDIA	4	1	5	1	5	16	MEDIA	1	5	4	3	13	MEDIA
10	5	5	3	5	18	ALTA	5	5	5	5	20	ALTA	5	4	9	ALTA	4	2	1	1	3	11	BAJA	2	4	3	3	12	MEDIA
11	3	4	5	5	17	ALTA	4	5	4	5	18	ALTA	5	5	10	ALTA	5	5	3	4	5	22	ALTA	3	5	4	3	15	MEDIA
12	4	4	5	4	17	ALTA	5	5	5	4	19	ALTA	5	5	10	ALTA	5	4	4	4	2	19	ALTA	5	5	5	5	20	ALTA
13	5	5	5	5	20	ALTA	5	5	5	5	20	ALTA	5	5	10	ALTA	5	5	5	5	1	21	ALTA	5	5	5	4	19	ALTA
14	5	5	5	5	20	ALTA	5	5	4	5	19	ALTA	5	5	10	ALTA	5	5	5	5	1	21	ALTA	5	5	5	5	20	ALTA
15	5	5	5	5	20	ALTA	5	5	5	5	20	ALTA	5	4	9	ALTA	4	5	5	5	5	24	ALTA	5	5	5	5	20	ALTA

Anexo 6

Niveles de la variable Calidad de Servicio

	CONFIABILIDAD					RECURSOS TANGIBLES					GARANTIA				CORTESIA Y AMABILIDAD					COMUNICACIÓN				
	P1	P2	P3	TOTAL	NIVEL	P4	P5	P6	TOTAL	NIVEL	P7	P8	TOTAL	NIVEL	P9	P10	P11	P12	TOTAL	NIVEL	P13	P14	TOTAL	NIVEL
1	4	4	4	12	BUENA	4	3	4	11	REGULAR	3	4	7	REGULAR	4	4	3	4	15	REGULAR	3	4	7	REGULAR
2	4	4	4	12	BUENA	4	4	4	12	BUENA	4	4	8	BUENA	4	4	4	5	17	BUENA	4	4	8	BUENA
3	4	4	3	11	REGULAR	4	4	3	11	REGULAR	4	4	8	BUENA	4	3	5	5	17	BUENA	5	3	8	BUENA
4	4	4	4	12	BUENA	4	4	4	12	BUENA	3	4	7	REGULAR	4	4	4	4	16	BUENA	5	4	9	BUENA
5	4	4	4	12	BUENA	4	4	4	12	BUENA	5	5	10	BUENA	4	4	5	5	18	BUENA	5	5	10	BUENA
6	4	4	4	12	BUENA	4	4	4	12	BUENA	3	4	7	REGULAR	4	4	4	5	17	BUENA	4	4	8	BUENA
7	5	4	5	14	BUENA	3	4	3	10	REGULAR	5	5	10	BUENA	4	5	4	5	18	BUENA	4	5	9	BUENA
8	3	3	3	9	REGULAR	4	3	4	11	REGULAR	3	4	7	REGULAR	3	3	4	3	13	REGULAR	4	3	7	REGULAR
9	4	4	4	12	BUENA	4	4	4	12	BUENA	3	4	7	REGULAR	4	4	4	5	17	BUENA	4	4	8	BUENA
10	4	5	4	13	BUENA	5	5	4	14	BUENA	5	4	9	BUENA	4	4	4	5	17	BUENA	5	5	10	BUENA
11	4	4	4	12	BUENA	4	4	4	12	BUENA	3	4	7	REGULAR	4	4	4	5	17	BUENA	4	4	8	BUENA
12	4	5	4	13	BUENA	5	4	5	14	BUENA	5	4	9	BUENA	5	5	5	4	19	BUENA	5	4	9	BUENA
13	5	5	5	15	BUENA	5	5	5	15	BUENA	5	5	10	BUENA	5	5	5	5	20	BUENA	5	5	10	BUENA
14	5	5	5	15	BUENA	5	5	5	15	BUENA	5	5	10	BUENA	5	5	5	5	20	BUENA	5	5	10	BUENA
15	5	5	5	15	BUENA	5	5	5	15	BUENA	5	5	10	BUENA	5	5	5	5	20	BUENA	5	5	10	BUENA

Anexo 7

Correlaciones de Spearman

Notas

Salida creada		04-JUL-2017 11:28:02
Comentarios		
Entrada	Conjunto de datos activo	ConjuntoDatos0
	Filtro	<ninguno>
	Ponderación	<ninguno>
	Segmentar archivo	<ninguno>
	N de filas en el archivo de datos de trabajo	15
Manejo de valores perdidos	Definición de perdidos	Los valores perdidos definidos por el usuario se tratan como perdidos.
	Casos utilizados	Las estadísticas para cada par de variables se basan en todos los casos con datos válidos para dicho par.
Sintaxis		NONPAR CORR /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 /PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Recursos	Tiempo de procesador	00:00:00.02
	Tiempo transcurrido	00:00:00.27
	Número de casos permitidos	629145 casos ^a

a. Se basa en la disponibilidad de la memoria del espacio de trabajo

Correlaciones

			VAR00001	VAR00002
Rho de Spearman	VAR00001	Coeficiente de correlación	1,000	,464
		Sig. (bilateral)	.	,082
		N	15	15
	VAR00002	Coeficiente de correlación	,464	1,000
		Sig. (bilateral)	,082	.
		N	15	15