

FACULTAD DE CIENCIAS

EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Cultura de servicio y satisfacción de los huéspedes en los
establecimientos de hospedaje en la Provincia de Canta”

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTOR:

Palomino Fabián Evelyn Gisella

Línea de Investigación:

“Creatividad e innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos
sostenibles”

ASESOR:

Econ. Willian Sebastián Flores Sotelo

Lima Perú

2012-II

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi fortaleza, cuando más lo necesito.

A mis seres amados Ana, Javier y Jessica por ser el motivo y razón de mi superación.

A Juliana, por ser la persona que me inculco los buenos valores desde niña y que estando en el cielo me cuida y me bendice.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a Dios por estar siempre a mi lado en momentos que más lo necesitaba y por darme las fuerzas para seguir adelante, sobrellevar los obstáculos y aprender de mis errores, a las personas que me apoyaron incondicionalmente y han contribuido con esta investigación.

A mi asesor Econ. Willian Flores, por el apoyo constante, paciencia, buen humor, por las experiencias y conocimiento que ha compartido conmigo. Al docente Lic. Carlos Calderón, por brindarme orientación y sugerencias cuando recién inicie mi investigación. Asimismo, a los señores prestadores de servicio de los establecimientos de hospedaje por darme la oportunidad y el permiso de llevar acabo la encuesta y con ello tener un mayor panorama sobre esta investigación.

Del mismo modo, a todas mis amigos, a mis compañeros, con los cuales compartí gratos momentos y ayuda cuando lo necesitaba, a mis profesores de la Facultad de Ciencias Empresariales con quienes compartí experiencias, conocimientos y formación en las aulas.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Acorde las normas de reglamento de elaboración y sustentación de tesis de la Facultad de Ciencias empresariales de la Escuela Académica Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Privada Cesar Vallejo - Lima norte, para elaborar tesis de Pregrado para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de Turismo y Hotelería, presento el trabajo de investigación correlacional denominado: "Cultura de servicio y satisfacción de los huéspedes en los establecimientos de hospedaje en la Provincia de Canta".

En la presente investigación se describe los indicadores que inciden en Cultura de servicio y a través de ello determinar la relación con satisfacción de los huéspedes en los establecimientos de hospedaje en la provincia de Canta.

Señores miembros de jurado esperando que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Atentamente.

La autora.

ÍNDICE

Dedicatoria

Agradecimientos

Presentación

RESUMEN

1.INTRODUCCIÓN	1-2
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1.1. Realidad problemática	3
1.1.2. Formulación del problema	4
1.1.3. Justificación	5
1.1.4. Antecedentes	6-8
1.1.5. Objetivos	10
1.1.5.1. General	10
1.1.5.2. Especifico	10
1.2.MARCO REFERENCIAL	
1.2.1. Marco teórico	11-18
1.2.2 Marco Conceptual	19 -24
2.MARCO METODOLÓGICO	
2.1. Hipótesis	24
2.2. Variables	25
2.2.1. Definición conceptual	25
2.2.2. Definición operacional	26
2.3. Metodología	26
2.3.1. Tipos de estudio	26
2.3.2. Diseño	26-27
2.4. Población y muestra	28-30
2.5. Método de investigación	31
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31-32
2.7. Métodos de análisis de datos	32-33

3. RESULTADOS	33-41
4. DISCUSIÓN	41-42
5. CONCLUSIONES	43-44
6. SUGERENCIAS	45-46
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47-49
8. ANEXOS	
8.1 Anexo n° 01: ítems	50-61
8.2 Anexo n° 02 Encuesta:	62
8.3 Anexo n° 03: Matriz de Operalización	63
8.4 Anexo n° 04: Tabla de coeficientes	64
8.5 Anexo n° 05: Fotos del establecimientos de hospedaje	65-71
8.6 Anexo n° 06: Regresión lineal y ANOVA	72
8.7 Anexo n° 07: Directorio de los establecimientos de hospedaje	73-74

RESUMEN

La presente investigación correlacional tiene por finalidad definir la relación entre cultura de servicio y satisfacción del huésped en los establecimientos de hospedaje en la provincia de Canta. Por lo cual se determinó la aplicación de una encuesta a todos los huéspedes , a través de los obtenidos se identificó los factores que mayor inciden sobre la cultura de servicio y como consecuencia de ello se comprobó la relación positiva entre las variables de estudio basados en soportes estadísticos (prueba de hipótesis, regresión lineal) y soportes teóricos de las dimensiones de cultura de servicio (confiabilidad en el servicio, sorpresa en el servicio, recuperación del servicio y equidad del servicio) y la satisfacción de los huéspedes en los establecimientos de hospedaje (expectativa del cliente, calidad percibida, valor del servicio prestado, quejas del cliente y fidelidad del cliente). El resultado de la investigación demostró que sí existe una relación positiva entre cultura de servicio y satisfacción a un 81.9%, siendo valor del servicio prestado la dimensión más representativa de la variable dependiente de indicador nivel de valor y aceptación del servicio brindado y confiabilidad del servicio, sorpresa en el servicio, recuperación de servicio y equidad del servicio de la variable dependiente.

Palabras claves: cultura de servicio, satisfacción, confiabilidad en el servicio, sorpresa en el servicio, recuperación del servicio, equidad del servicio, regresión lineal.

ABSTRACT

This correlational research aims to define the relationship between culture of service and guest satisfaction in the lodging establishments in the province of Canta. Which was determined by applying a survey to all guests, through the obtained identify the factors that most affect the culture of service and consequently the positive relationship was found between the study variables based on media statistical (hypothesis testing, linear regression) and theoretical bases of the dimensions of service culture (service reliability, surprise in the service, service recovery and service equity) and meeting guests in accommodation establishments (customer expectations, perceived quality, service, value, customer complaints and customer loyalty). The result of the research showed that if there is a positive relationship between culture of service and satisfaction to 81.9%, with the value of the service representative dimension of the dependent variable indicator of value and acceptance level of service provided and service reliability surprise in the service, service recovery and equity of service of the dependent variable.

Keywords: culture of service, satisfaction, service reliability, surprise in the service, service recovery, service equity, linear regression.