



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIÓS - MBA

Calidad Del Servicio Y Satisfacción De Los Huéspedes Del Hotel Rizzo Situado En La  
Ciudad De Guayaquil, Primer Semestre 2018

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en Administración de Negocios - MBA

**AUTOR:**

Br. Darío Rafael Avilés Espinoza (ORCID: 0000-0003-2669-6248)

**ASESOR:**

DR. Edwin Alberto Ubillus Agurto (ORCID: 0000-0003-2917-9959)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Gerencia de Marketing

**PIURA - PERÚ**

**2019**

## DEDICATORIA

*A Dios que me guió durante el arduo proceso investigativo, a mis padres Alfredo & Bremilda que son el motor el cual me impulsa a seguir adelante cada día, a mis hermanos que gracias a sus consejos y mostrándose como ejemplo a seguir he logrado la consecución de mis metas, ya mis amigo/as que me extendieron sus manos cuando caí.*

*Rafael Avilés*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios el cual es mi razón de ser,*

*A mi tutor el cual me guió en el largo proceso de elaborar la tesis,*

*A mis compañeros maestrantes por brindarme su amistad.*

*El autor*

## ÍNDICE

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas y gráficos .....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT .....	x
<b>I.INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
Realidad problemática.....	1
Trabajos previos.....	2
Teorías relacionadas al tema.....	7
Formulación del problema.....	12
Justificación del estudio.....	13
Hipótesis.....	14
Objetivos .....	15
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>16</b>
Diseño de investigación .....	16
Variables, Operacionalización.....	17
Población y muestra .....	19
Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	20
Métodos de análisis de datos .....	21
Aspectos éticos .....	21
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>22</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>32</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>36</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>38</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>39</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>43</b>
ANEXO 1. ENCUESTA SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO .....	44
ANEXO 2. ENCUESTA SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL HUESPED .....	46
ANEXO 3. PRUEBAS DE CONFIABILIDAD .....	48
ANEXO 4. NIVELES DE FRECUENCIA – CALIDAD.....	49

ANEXO 5. NIVELES DE FRECUENCIA – SATISFACCIÓN .....	50
ANEXO 6. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	51
ANEXO 7. CONSTANCIA EMITIDA POR LA INSTITUCIÓN QUE AUTORIZA LA REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	53
ANEXO 8. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	54
ANEXO 9. ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	55
ANEXO 10. REPORTE DE SIMILITUD (%) .....	56
ANEXO 11. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV.....	57
ANEXO 12. AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....	58

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	18
Tabla 2. Datos cruzados y relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción al cliente .....	22
Tabla 3. Correlación entre las variables calidad de servicio y satisfacción al cliente .....	22
Tabla 4. Variable calidad de servicio .....	23
Tabla 5. Variable satisfacción al cliente.....	24
Tabla 6. Datos cruzados y relación entre la dimensión fiabilidad y satisfacción al cliente.	25
Tabla 7. Correlación entre la dimensión fiabilidad y satisfacción al cliente.....	26
Tabla 8. Datos cruzados y relación entre la dimensión seguridad y satisfacción al cliente.	26
Tabla 9. Correlación entre la dimensión seguridad y satisfacción al cliente .....	27
Tabla 10. Datos cruzados y relación entre la dimensión capacidad de respuesta y satisfacción al cliente .....	28
Tabla 11. Correlación entre la dimensión capacidad de respuesta y satisfacción al cliente	28
Tabla 12. Datos cruzados y relación entre la dimensión empatía y satisfacción al cliente.	29
Tabla 13. Correlación entre la dimensión empatía y satisfacción al cliente .....	30
Tabla 14. Datos cruzados y relación entre la dimensión elementos tangibles y satisfacción al cliente.....	30
Tabla 15. Correlación entre la dimensión elementos tangibles y satisfacción al cliente	31
Tabla 16. Resumen del procesamiento de los casos (calidad) .....	48
Tabla 17. Confiabilidad – calidad.....	48
Tabla 18. Resumen del procesamiento de los casos (satisfacción) .....	48
Tabla 19. Confiabilidad – satisfacción.....	48
Tabla 20. Niveles de frecuencia – calidad .....	49
Tabla 21. Niveles de frecuencia – satisfacción.....	50
Gráfico 1. Frecuencia calidad.....	49
Gráfico 2. Niveles de frecuencia dimensiones de la calidad.....	49
Gráfico 3. Frecuencia satisfacción.....	50
Gráfico 4. Niveles de frecuencia dimensiones de la satisfacción .....	50

## RESUMEN

El principal problema que existe dentro del Hotel Rizzo es el poco interés que presentan los cargos altos (Gerente General y miembros del directorio) en capacitar al personal en la gestión de la calidad de servicio, a su vez en el poco interés que presentan en el mantenimiento de la infraestructura y los ambientes del hotel, por lo tanto se realizó el análisis de todos estos factores internos para identificar las posibles soluciones del problema.

El trabajo investigativo tiene como objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio con respecto a la satisfacción del huésped en el Hotel Rizzo ubicado en la ciudad de Guayaquil en el primer semestre del año 2018. La investigación es de tipo descriptiva – correlacionar, la muestra fue de 92 huéspedes del Hotel Rizzo a los cuales se les aplicó un cuestionario de 20 presuntas por cada variable de estudio, los resultados determinaron que existe una correlación directa débil entre la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente debido a que al aplicar el coeficiente de correlación de Pearson este fue de 0.210 con un grado de significancia bilateral de 0,045 por lo que se asume que existe una relación significativa.

Con respecto al análisis de la distribución de la frecuencia de la calidad se determinó que el 17% indica que la calidad del servicio siempre es buena, un 72% indica que la calidad en el establecimiento es casi siempre buena y un 3% dijo que la calidad del servicio en el Hotel Rizzo es regular, en el análisis de la frecuencia de la satisfacción se determinó que el 18% indica que la satisfacción del huésped es muy alta, un 79% indica que la satisfacción del servicio es alta, y finalmente un 1% indica que es regular, por lo tanto se diseñaron estrategias para la mejorar de dos dimensiones con el menor puntaje de correlación (capacidad de respuesta y elementos tangibles) para la mejora de la calidad del servicio para obtener un alto grado de satisfacción del huésped.

**Palabras claves:** Calidad de servicio, Satisfacción del huésped, SERVQUAL.

## ABSTRACT

The main problem that exists within the Rizzo Hotel is the low interest that we present the high positions (General Manager and board members) in training staff in the management of the quality of service, once in the little interest that presents in the maintenance of the infrastructure and the environments of the hotel, as well as the analysis of all these internal factors to identify possible solutions to the problem.


The objective of the research work is to determine the influence of the quality of the service with respect to customer satisfaction at the Rizzo Hotel located in the city of Guayaquil in the first semester of 2018. The research is descriptive - correlational, the sample was given as a result of a study variable, the results determined that there is a weak direct correlation between the quality of service variable and customer satisfaction because it is applied to the Pearson correlation coefficient, which was 0.210 with a degree of significance bilateral 0.045 so it is assumed that there is a significant relationship.

Regarding the analysis of the distribution of the frequency, the quality was determined that 17% indicates that the quality of the service is always good, 72% indicates that the quality in the service is almost always good and 3% said that the Quality of service in the Rizzo hotel is regular, in the analysis of the frequency of satisfaction it was determined that 18% indicates that the customer satisfaction is very high, 79% indicates that the satisfaction of the service is high, and finally a 1% indicates that it is regular, therefore, strategies have been designed to improve the two dimensions with the lowest correlation score (responsiveness and tangible elements) to improve the quality of service to obtain a high degree of customer satisfaction.

**Keywords:** Quality of service, Guest satisfaction, SERVQUAL.



## ANEXO 9: ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Yván Alexander Mendívez Espinoza, DTC de la Unidad de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada "Calidad Del Servicio Y Satisfacción De Los Huéspedes Del Hotel Rizzo Situado En La Ciudad De Guayaquil, Primer Semestre 2018" del estudiante Darío Rafael Avilés Espinoza, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **21%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 10 de junio de 2020



**DR. YVÁN MENDÍVEZ ESPINOZA**

**DNI: 19188655**

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------