



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Nivel de satisfacción de los clientes del Hostal Buho Suites,  
Trujillo-2020**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Bachiller en Administración

**AUTORES:**

Vilchez Carrera, Rosmer Rafael (ORCID: 0000-0003-0187-8811)

Zevallos Carbajal, Antony David (ORCID: 0000-0002-6571-8166)

**ASESORAS:**

Dr. Aguilar Aragón, Nancy Defilia (ORCID: 0000-0001-9838-4847)

Dr. Otiniano García, Nelida Milly Esther (ORCID: 0000-0001-9838-4847)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

TRUJILLO - PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

## **Los Autores**

## Agradecimiento

Agradecemos a Dios por bendecirnos y darnos las fuerzas necesarias día a día, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres: Manuel y Luzmila, por ser los principales promotores de mi sueño, por confiar en mí y creer en mis capacidades y las expectativas que tengo planteadas.

Rosmer Vilchez Carrera.

Gracias a mis padres: Eduardo e Isabel por ser mis consejeros en este trayecto, por inculcarme valores y principios que me han hecho lograr todo esto.

Antony Zevallos Carbajal.

# Índice de contenidos

<b>Carátula</b> .....	i
<b>Dedicatoria</b> .....	ii
<b>Agradecimiento</b> .....	iii
<b>Índice de contenidos</b> .....	iv
<b>Índice de tablas</b> .....	v
<b>Resumen</b> .....	vi
<b>Abstract</b> .....	vii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....	3
<b>III. METODOLOGIA</b> .....	6
<b>3.1. Tipo y diseño de investigación</b> .....	6
<b>3.2. Variables y operacionalización</b> .....	6
<b>3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis</b> ..6	
<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad</b> ...7	
<b>3.5. Procedimiento</b> .....	7
<b>3.6. Método de análisis de datos</b> .....	8
<b>3.7. Aspectos éticos</b> .....	8
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	9
<b>V. DISCUSIÓN</b> .....	12
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	14
<b>VII. RECOMENDACIONES</b> .....	15
<b>REFERENCIAS</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## Índice de tablas

Tabla 4.1 .....	9
Tabla 4.2 .....	10
Tabla 4.3 .....	10
Tabla 0.1 Matriz de operacionalización .....	5
<i>Tabla 0.2 Validación de expertos</i> .....	8
Tabla 0.3 Estandarización Alfa de Cronbach .....	9
<i>Tabla 0.4 Procesamiento de los casos</i> .....	9
<i>Tabla 0.5 Estadísticas de fiabilidad</i> .....	9

## Resumen

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo con el propósito de determinar el nivel de satisfacción de los clientes del Hostal Búho Suites – Trujillo, 2020. Se trabajó con un diseño no experimental – Descriptivo simple. La población de estudio abarcó un total de 167 clientes activos del Hostal, se evaluó el nivel de satisfacción a través de un cuestionario mediante la técnica de una encuesta. EL cuestionario cumple con los criterios de validez y confiabilidad presentando un coeficiente de IVC de 0.88, que indica que es un instrumento adecuado para el desarrollo de la investigación y un coeficiente de confiabilidad de 0.97 que indica que tienen una confiabilidad excelente. Se observó que el 26% de los clientes muestran un nivel de satisfacción media y un 69% un nivel alto, respecto a las dimensiones se muestra un 64% de satisfacción del cliente con respecto a la calidad de servicio ofrecida por el hostal. Por otro lado, también se ve reflejado un 68% de satisfacción de los clientes con respecto a la infraestructura de la empresa. Se concluye que el nivel de satisfacción que los clientes muestran luego de haber adquirido el servicio brindado por el Hostal Búho Suites es alto.

- Palabras clave: Satisfacción del cliente, calidad del servicio, infraestructura.

## **Abstract**

The present research work was carried out in order to determine the level of satisfaction of the clients of the Hostal Búho Suites - Trujillo, 2020. We worked with a non-experimental design - Simple descriptive. The study population comprised a total of 167 active clients of the Hostel, the level of satisfaction was evaluated through a questionnaire using the technique of a survey. The questionnaire meets the validity and reliability criteria, presenting a CVI coefficient of 0.88, which indicates that it is an adequate instrument for the development of research, and a reliability coefficient of 0.97 that indicates that they have excellent reliability. It is believed that 26% of the clients showed a medium level of satisfaction and 69% a high level, regarding the dimensions, 64% of the client satisfaction is shown with respect to the quality of service offered by the hostel. On the other hand, 68% customer satisfaction is also reflected with respect to the company's infrastructure. It is concluded that the level of satisfaction that customers show after having acquired the service provided by the Hostal Búho Suites is high.

- Keywords: Customer satisfaction, quality of service, infrastructure.

## **I.INTRODUCCIÓN**

El servicio al cliente con el paso del tiempo ha venido posicionándose con mayor fuerza en la actualidad, debido a la creciente competitividad que se ha desarrollado, esto se debe a que el cliente tiene una mayor cantidad de opciones a elegir su producto o servicio dentro del mercado, es por ello que surgen en las empresas del rubro hotelero la necesidad de ir conociendo lo que el cliente quiere y cubrir esa necesidad de manera correcta, de tal manera que el impacto sea la de clientes satisfechos.

La calidad en el servicio al cliente cada vez toma más importancia en todos los negocios, dentro de ellos también abarca al sector hotelero debido a que el turismo también se ha visto reflejado en su desarrollo, agregar a esto que la ciudad de Trujillo es un sitio turístico muy visitado por viajeros, y por lo cual este sirve como enlace para cubrir una variedad de lugares turísticos.

Según Gonzales (2014), es primordial poder entender la importancia que tiene la calidad y el ambiente de un hotel, estos ayudan a generar mayor nivel de confianza de los huéspedes con la empresa.

Por lo expuesto, es importante conocer cuál es la calidad que se brinda en el hostel en cuanto al servicio, para ello existen dimensiones con las que se puede medir este punto tan importante como la calidad al servicio, como la confianza y la empatía las cuales afectan directamente al nivel de satisfacción.

El Hostal Búho Suite, perteneciente al rubro hotelero, cuenta con habitaciones temáticas lo que van adecuando constantemente para generar un valor agregado en el consumidor; Es por ello que, se plantea la siguiente problemática ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en el hostel buho suites, Trujillo-2020?

Esta investigación se justifica porque va a describir el grado de satisfacción que brinda la empresa, y como la calidad que la empresa brinda se refleja en la satisfacción del cliente, y esto radica en que la competitividad en el sector es cada vez mayor y por ello es necesario ofrecer un valor agregado, de lo contrario esto puede originar que el cliente quede insatisfecho y narre una experiencia mala a otros clientes. Cuando un usuario siente que el servicio que recibió pudo complacer sus exigencias volverá a hacer uso de este, además de que recomendará a otras personas sobre la empresa,

logrando así generar una secuencia de buenos comentarios sobre la empresa lo cual generara mayores ingresos.

El interés de llevar a cabo esta investigación es demostrar que el nivel de satisfacción al cliente puede generar resultados para un cambio en el manejo y administración de los esquemas de calidad en el servicio hotelero que estimulan al progreso continuo de su servicio con intención de alcanzar una percepción óptima de los clientes en los hostales con denominación de 2 estrellas de la ciudad de Trujillo, es por ello que actualmente existe una elevada demanda hotelera.

Por lo tanto, en este trabajo de investigación, se brindará los antecedentes más significativos e trascendentes que podrán ser usados como referencia a futuros trabajos en la gestión de organizaciones. El diseño optado para la realización de este trabajo de investigación establece una óptima elección metodológica viable y útil en la indagación de los elementos que afectan en la calidad que brinda una empresa de servicio.

El objetivo general de la investigación es evaluar el nivel de satisfacción del cliente del Hostal Buho Suites, Trujillo-2020.

Los objetivos específicos que se resolvieron fueron:

Identificar el grado de satisfacción de los clientes con la dimensión calidad de servicio del Hostal Buho Suites, Trujillo-2020.

Identificar el grado de satisfacción que presentan los clientes con la dimensión infraestructura del Hostal Buho Suites, Trujillo-2020.

## II. MARCO TEÓRICO

Las investigaciones presentadas a continuación se vinculan con la variable de estudio:

Según Joubert, E. (2015), investigó “La gestión de calidad del sector hotelero”:

Mostrando en su evaluación de la viabilidad y la posibilidad de emplear técnicas de gestión de calidad en la ciudad de Neuquén. La autora hizo especial énfasis en la ejecución de un sistema de gestión debido a que su aplicación generaba una política de mejora continua en los hoteles. Concluyendo así que los SGC encaminan los procesos de una empresa hacia un desarrollo deseable.

Gómez, A. y Ruiz, C. (2015), en su estudio sobre la calidad, satisfacción y valor percibido y proyecciones futuras de los consumidores:

Observaron que aumentó la eficacia del servicio a un precio apropiado facilitando producir altos niveles de satisfacción y llegando a aumentar la cantidad de clientes fieles.

Cueva (2015), en su evaluación sobre la forma en la que muestran los huéspedes en relación a la calidad según sus expectativas:

Demostró que la calidad es una sensación incierta en base a lo que los clientes esperan encontrar. Para ello, recomienda mejorar los métodos de check in y check out donde se puede tener mejor conocimiento de lo que se está ofreciendo al público.

Ballón, S. (2016), en su tesis sobre la valoración de la calidad y la satisfacción de los clientes de los locales de alojamiento de 2 y 3 estrellas en Abancay:

Manifestó que existen 22 dimensiones de las cuales las más importantes están comprendidas en los elementos perceptibles, la facilidad de respuesta y la forma de entender las emociones de los demás, ello se mostró en todos los locales donde se aplicó la valoración de la calidad y la satisfacción de los clientes.

Perez, K. y Calancho, P. (2015), al evaluar la calidad de asistencia que muestran los clientes en la gestión hotelera en hospedajes de 4 estrellas en la ciudad de Puno:

Llegaron a la conclusión que una adecuada aplicación del proceso administrativo se refleja en una gestión eficaz, generando así una buena percepción sobre la variable de estudio.

Ferrer, C. (2017) y Thompson, I. (2005), especifican que la satisfacción de los clientes es como la sensación plena que él tiene en su mente sobre un producto, a través de sus experiencias apropiándose y comparando con otros productos.

Además, proponen 3 tipos de beneficios para la empresa tras haber obtenido una buena complacencia del cliente.

- Cuando el cliente está satisfecho, este volverá a adquirir el bien o servicio. Por lo que, la empresa consigue del cliente su lealtad, y a su vez, esto generara la opción de venderle en un futuro el mismo servicio u otro bien agregado.
- Cuando el cliente está satisfecho, este generara una difusión gratuita mediante la comunicación de su experiencia vivida del producto o servicio, a sus amistades y familiares.
- Cuando el cliente está satisfecho, genera que este deje a la competencia y por ende la posición en el mercado aumentara.

Es por ello, que todas las empresas exitosas fijan dentro de sus objetivos en mantener satisfecho a cada cliente independientemente del área a la que ingrese (operaciones, finanzas, talento humano, entre otros).

Ferrer, C. (2017) el nivel de gozo de los consumidores que perciben es significativa para los procesos de atención y calidad, por lo que se debe conocer el producto final que se ofrece y si cubre las expectativas.

Según Thompson, I. (2005) existen tres niveles de satisfacción que el cliente percibe posterior a la compra de un bien o servicio:

- La insatisfacción se genera cuando las expectativas del cliente son superiores al desempeño que la empresa muestra.

- La satisfacción se ocasiona cuando el bien o servicio coincide con las expectativas de los clientes.
- La complacencia se genera cuando se supera las expectativas del cliente debido a que el rendimiento de la empresa logra cubrir estas.

Entonces, el grado de satisfacción está en función de si la empresa ha cubierto de manera satisfactoria las expectativas del cliente, y de acuerdo a ello, haber obtenido un resultado de satisfacción o complaciente, o por el contrario un nivel de insatisfacción.

Según el Modelo SERVQUAL citado por Cahuaya,R. y Ñahuincopa, P. (2016) las dimensiones que influyen en el servicio ofrecido, están generalizadas en 5 factores, descritas a continuación:

- Elementos tangibles: se refiere particularidades físicas y forma de las instalaciones, aparatos, trabajadores y otros al momento de realizarse la compra del servicio.
- Seguridad: refiere a la capacidad de la empresa de poder mostrar al cliente un servicio seguro, en el cual inspire confianza.
- Fiabilidad: comprende a la empresa poder ejecutar de forma adecuada y constante el servicio propuesto.
- Capacidad de respuesta: soltura de resolver en los clientes algún problema de manera efectiva.
- Empatía: comprende la habilidad por parte de los trabajadores de poder entender las emociones de los clientes.

### **III. METODOLOGIA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

La presente investigación es de tipo cuantitativo y en nivel descriptivo, la cual se manejará mediante un diseño no experimental–Descriptivo simple.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

**Definición conceptual:** La satisfacción del cliente se define como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, Kotler, (2015).

**Definición operacional:** la variable fue medida a través de un cuestionario, que se aplicó a los clientes del Hostal Buho Suites, Trujillo-2020.

**Indicadores:** en calidad de servicio se tiene como indicadores capacidad de respuesta, empatía y confianza; y en infraestructura se midió a través de la seguridad y los elementos tangibles.

**Escala de medición:** Ordinal.

#### **3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

##### **Población**

La población comprende a todos los clientes del Hostal Búho Suites de la Urb. Palermo de Trujillo, La Libertad 2020.

Asimismo, se consideró para este cálculo distintos criterios de inclusión como que sean personas mayores de edad, que sean clientes del hostal y tengan ganas de participar; y en criterios de exclusión tenemos: personas que sean extranjeros, personas en estado etílico o hayan consumido estupefacientes, los cuales no formarán parte de la investigación porque no estarán en condición de responder la encuesta.

##### **Muestra**

Según Tamayo (2012), la muestra es un grupo de individuos que se eligen de una determinada población con el fin de realizar un estudio de investigación.

Ya aplicada la formula se obtuvo como resultado una muestra de 167 clientes del Hostal Búho Suites–Trujillo 2020, empleando un nivel de confianza del 99%.

## **Muestreo**

Para establecer la muestra con la que se llevó a cabo el estudio, se empleó la fórmula del muestreo aleatorio simple para población infinita, la cual es la fórmula más común usada para hallar la muestra.

## **Unidad de análisis**

Cada cliente que haya hecho uso del servicio ofrecido en el Hostal.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

#### **Técnicas**

Con respecto al tipo de investigación se utilizó la siguiente técnica de la encuesta para recopilar información de manera escrita por parte de nuestra muestra establecida a las afueras del Hostal Búho Suites con la intención de no interrumpir en las actividades de la empresa.

#### **Instrumentos de recolección de datos**

Se empleó el cuestionario: basándose en 2 dimensiones para determinar el nivel de satisfacción; con la calidad de servicio en el cual las preguntas van dirigidas hacia la capacidad de respuesta, empatía y confianza que muestra el personal; y con la infraestructura del local, esta se muestra en preguntas relacionadas a los elementos tangibles y la seguridad.

#### **Validez y Confiabilidad**

La validez: Se evaluó a través del método de juicio de 3 expertos, quienes revisaron y calificaron el instrumento obteniendo un coeficiente de IVC de 0.88, que indica que es un instrumento adecuado para el desarrollo de la investigación.

Confiabilidad: Para evaluar la confiabilidad del cuestionario, se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, para esto, el instrumento se aplicó en una muestra piloto de clientes "activos" del Hostal Búho Suites, obteniéndose el Alfa de Cronbach con un valor de 0.97, que indica una confiabilidad excelente.

### **3.5. Procedimiento**

Después de haber establecido el instrumento y aplicado los respectivos procedimientos para dar validación y confiabilidad al instrumento, se pasó a aplicarlo directamente con la muestra establecida de la población. La aplicación se hizo

directamente a los clientes en las afueras del Hostal Búho Suites para no interrumpir las actividades del hostel.

### **3.6. Método de análisis de datos**

#### Estadística descriptiva

Se realizó la construcción de tablas de distribución para la variable, además de la elaboración de figuras estadísticas, donde se representarán los niveles de satisfacción encontrados.

### **3.7. Aspectos éticos**

Consentimiento informado. A cada uno se le informo de la finalidad del estudio y si estaban de acuerdo en participar de tal estudio; teniendo cuidado que este no vaya en contra de sus valores, intereses y preferencias; y de esta manera acepten participar voluntariamente en el estudio.

Respeto y confidencialidad a la autonomía de cada participante, en caso que el sujeto cambie de opinión y decida retirarse; también se tuvo en cuenta la reserva de los datos brindados en el manejo de la información cuidando la confidencialidad; y por último, se tuvo en cuenta el bienestar del sujeto a lo largo de su participación.

#### IV. RESULTADOS

**Objetivo específico 1:** Identificar el grado de satisfacción de los clientes con la dimensión calidad de servicio del Hostal Buho Suites, Trujillo-2020.

*Tabla 4.1*

*Nivel de satisfacción con la calidad de servicio del hostel buho suite, Trujillo - 2020.*

<b>Nivel de satisfacción con la calidad de servicio</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<b>Alto</b>	107	64
<b>Medio</b>	52	31
<b>Bajo</b>	8	5
<b>Total</b>	167	100

*Nota: Cuestionario de satisfacción a los clientes del Hostal Búho Suites, Trujillo-2020.*

En la tabla 4.1, se puede observar el nivel de satisfacción que muestran los clientes frente a la calidad de servicio es representada en un 64% en su nivel alto del total de la población, así mismo con un 31% en su nivel medio y teniendo finalmente un 5% en su nivel bajo en calidad de servicio. Estos resultados están relacionados debidamente a que los clientes sienten que la empresa les brinda capacidad de respuesta, empatía y confianza, al momento de hacer uso de sus servicios, por lo que se percibe que más de la mitad de clientes que asisten al hostel, se encuentran satisfechos con respecto a la calidad de servicio brindada.

**Objetivo específico 2:** Identificar el grado de satisfacción de los clientes con la dimensión infraestructura del Hostal Buho Suites, Trujillo-2020.

Tabla 4.2

*Nivel de satisfacción con la infraestructura del hostel buho suite, Trujillo – 2020.*

<b>Nivel de satisfacción con la infraestructura</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<b>Alto</b>	113	68
<b>Medio</b>	47	28
<b>Bajo</b>	7	4
<b>Total</b>	167	100

*Nota: Cuestionario de satisfacción a los clientes del Hostal Búho Suites, Trujillo-2020.*

En la tabla 4.2, se puede observar el nivel de satisfacción que muestran los clientes frente a la infraestructura del local es representada por un 68% en su nivel alto del total de la población, así mismo cuenta con un 28% en su nivel medio y tiene un 4% en su nivel bajo en percepción a la infraestructura del local. Esto se debe principalmente, a que los clientes sienten que el local de la empresa les proporciona seguridad, tanto en la infraestructura de como ha sido construido como en sus elemento tangibles que contiene (camas, muebles, espejos, entro otros), por lo que sienten que no corren riesgo alguno al hacer uso del servicio.

**Objetivo general:** Evaluar el nivel de satisfacción del cliente del Hostal Buho Suites, Trujillo-2020.

Tabla 4.3

*Nivel de satisfacción de los clientes del hostel búho suite, Trujillo – 2020.*

<b>Nivel de satisfacción</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<b>Alto</b>	115	69
<b>Medio</b>	43	26
<b>Bajo</b>	9	5
<b>Total</b>	167	100

*Nota: Cuestionario de satisfacción a los clientes del Hostal Búho Suites, Trujillo-2020.*

En la tabla 4.3, se puede observar que de los 167 encuestados, el 69% de los huéspedes muestran un nivel de satisfacción alto, así mismo se identifica que el 26% de la muestra presentaron un nivel de satisfacción medio y el 5% de la población muestra un nivel de satisfacción bajo. Estos resultados se deben principalmente a que los clientes sienten que se les brinda una calidad de servicio óptima y que también se les brinda una infraestructura adecuada y que cubre sus expectativas. Así mismo, también estos resultados se ven reflejados con los indicadores de capacidad de respuesta, empatía, confianza, infraestructura y elementos tangibles.

## V. DISCUSIÓN

La presente investigación se realizó con el objetivo de evaluar el nivel de satisfacción del cliente del Hostal Buho Suites, Trujillo-2020. Así como se puede observar en la Tabla 4.1, la mayoría de clientes del Hostal Búho Suites (69%) tiene un nivel de satisfacción alto, seguido de un 26 % con satisfacción en nivel medio.

Lo cual señala que se logra cubrir en gran porcentaje con las expectativas de los clientes y eso se debe a la atención y al servicio de calidad. Tal como Ferrer, C. (2017) señalaba de igual manera que el nivel de gozo que los consumidores perciben es significativo para ocasionar mejoras en los procesos de atención y calidad. En otras palabras, se debe conocer el producto final que se ofrece y si esta cubre las expectativas que los clientes.

En la tabla 4.2, se puede observar el nivel de satisfacción que muestran los clientes frente a la calidad de servicio es representada en un 64% del total de la población, seguido de un 31% de estos que muestran un nivel medio en calidad de servicio.

Lo cual nos indica que esta dimensión resulta ser significativa para cumplir con el nivel de satisfacción del cliente, el hostal muestra un nivel bastante aceptable, aunque no es motivo para quedarse ahí sino de seguir mejorando debido a que esto ayuda a atraer muchos más clientes y a la vez fidelizarlos. Tal como Gómez, A. y Cesar Ruiz, C. (2015), en su estudio sobre la calidad, satisfacción, valor percibido y proyecciones futuras de los consumidores; observaron que aumentó la eficacia del servicio a un precio apropiado facilitando producir altos niveles de satisfacción y llegando a aumentar la cantidad de clientes fieles.

Según Gonzales Pastor, R. (2014) señala que los aspectos de calidad, satisfacción y precios son los de más importantes para el cliente al momento de decidirse por un servicio. Comparando los resultados de esta investigación con la presente, la empatía y capacidad de respuesta son indicadores cruciales para lograr fidelizar de manera óptima a los clientes. Lo cual permitirá que se esté mejor organizados en lo que se refiere a nuestros sistemas de calidad encaminados a una nueva propuesta de mejora.

En la tabla 4.3, se puede observar el nivel de satisfacción que muestran los clientes frente a la infraestructura del local es representada por un 68% del total de la población, seguido de un 28% de nivel medio en percepción a la infraestructura del local.

La dimensión de infraestructura también resulta ser fundamental para medir la satisfacción del cliente y para este estudio no fue la excepción ya que se obtuvo un alto porcentaje que se involucra en la satisfacción del cliente. Aunque según estudios anteriores se mostraba que para hallar la satisfacción del cliente no se tomaba muy en cuenta esta dimensión, pero hoy en día se ha convertido en un factor clave para las empresas ya que habla de su imagen y de lo que quieren ofrecer al cliente.

En este estudio, por ejemplo: el Hostal Búho Suites; cuenta con instalaciones modernas, las cuales juegan un papel importante dentro del nivel de satisfacción que el cliente adquiere con respecto a la infraestructura de esta. De acuerdo a los resultados arrojados por la encuesta, esta característica resulta realzar lo atractivo del hostel para los clientes.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, la infraestructura de la empresa la cual incluye los elementos tangibles, por ejemplo, instalaciones atractivas, materiales atractivos, equipos modernos, señalizaciones que brindan seguridad, lo que permite contrastar con las teorías mencionadas en las bases teóricas. Toda empresa del sector donde se realiza el estudio busca ser productiva y competitiva en el mercado desarrollando de mejor manera sus aspectos tangibles e intangibles los cuales reflejarán la calidad de servicio que buscan ofrecer a sus clientes.

## **VI. CONCLUSIONES**

Acorde a los resultados conseguidos del primer objetivo específico del nivel de satisfacción con la calidad de servicio, se logró observar que el cliente del Hostal Búho Suites tiene un nivel de satisfacción alto. Esto se debe a que muestran mejores resultados en la capacidad de respuesta de los trabajadores.

De igual modo de los resultados conseguidos del segundo objetivo específico en cuanto al nivel de satisfacción con la infraestructura, se logra estimar que existe en los clientes del Hostal Búho Suites tiene un nivel de satisfacción alto con un 68%; la cual evidencia según el instrumento aplicado a los clientes, donde se encuentran relacionados con sus respectivos indicadores, donde los clientes sienten que la infraestructura del hostal es adecuada y los elementos tangibles son óptimos y que se encuentran en buenas condiciones, por lo que los clientes se encuentran satisfechos con el servicio.

Finalmente, el resultado del objetivo general en cuanto al nivel de satisfacción del Hostal Búho Suites; determinada a través del instrumento aplicado, muestra que el cliente tiene un nivel de satisfacción alto, lo que representa que, los trabajadores están bien capacitados para tener respuestas inmediatas frente alguna duda; por lo que su calidad de respuesta, empatía y confianza es buena, así mismo cuenta con buena infraestructura y elementos tangible, lo que permite que los clientes se encuentren satisfechos con el servicio y decidan contratarlo.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se recomienda al administrador de la empresa, seguir con el plan que viene ejecutando para mejorar la calidad de servicio con el cliente, por lo que se recomienda que siga capacitando e induciendo en habilidades blandas a los trabajadores como se viene realizando actualmente, esto debido a que generara mayor fidelización de los clientes.

Se recomienda al administrador de la empresa, que para captar mayores clientes a través de la dimensión infraestructura, siempre debe haber un mantenimiento de cada mes para verificar que tanto la infraestructura del local como los elementos tangibles sean óptimos para los clientes y así mismo lograr fidelizarlos.

En cuanto al objetivo general, la satisfacción del cliente se recomienda a los jefes de turno tener reuniones periódicas con los recepcionistas y cuarteros, para fomentar mayor participación de su persona para la empresa, dándole ánimos de querer adquirir la capacidad de ponerse en el lugar del cliente y brindar respuestas acertadas en el momento exacto.

## REFERENCIAS

- Ballón S. (2016), Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. (Tesis de Licenciatura), Universidad ESAN, Lima. Recuperado de: [http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016\\_ADYFI\\_16-2\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Barraza, R. P. (2015). Mecanismos de financiamiento y la calidad de los servicios de hospedaje en Lima (Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres, Perú). Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1947>
- Cahuaya, R. & Ñahuincopa, P. (2015), Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel la Hacienda en la Provincia de Angaraes 2015. (Tesis de licenciatura), Universidad Nacional Del Centro Del Perú, Huancayo. Recuperado de: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1288/TESIS%20CAHUAYA-%C3%91AHUINCOPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cortina (2002) Ética Comunicativa. En: Concepciones de la Ética. Ed. por V. Camps, O. Guariglia y F. Salmerón. Editorial Trotta. Madrid. 1992. pp. 193-194.
- Cueva, V. (2015). "Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. Repositorio Digital Universidad de Piura. Recuperado de: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING\\_552.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf?sequence=1)
- Ferrer, C. (2015), Análisis de la gestión hotelera y su relación con la satisfacción del cliente en el Hostel Kokopelli, Miraflores, 2017. (Tesis de licenciatura), Universidad San Martín de Porres, Lima. Recuperado de: <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/185>
- González, R. (2014), La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería Low Cost. (Tesis de licenciatura, Universidad de Valladolid, Segovia). Recuperado de:

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/6001/TFGN.95.pdf;jsessionid=D1A8244164139917C4F9E03D83A37A04?sequence=1>

Cantú, H. (1999). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: McGraw-Hill.

Gómez, A. & Cesar Ruiz, C. (2015). *Análisis de la calidad percibida, satisfacción, valor percibido e intenciones futuras de los usuarios de los servicios deportivos públicos gestionados por Logroño Deporte* (Tesis doctoral, Universidad de la Rioja, España). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=46490>

González, R. (2014). *La calidad y la satisfacción del cliente en el hotelería low cost* (Tesis de grado en turismo, Universidad de Valladolid, España). Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/6001>

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. Doi: 10.1108/EUM0000000004784

Joubert, E. G. (2015). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Recuperado de: <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/130>

Levine, D. M., Berenson, M. L., & Krehbiel, T. C. (2006). *Estadística para administración*. (4ta ed.). México: Pearson Educación.

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*. (Tesis de licenciatura), Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, Juliaca. Recuperado de: <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/185>

Tamayo (2012), *Población y Muestra*. Recuperado de: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Thompson I. (2005), *La satisfacción del cliente*. Promonegocios.net. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

Ventura (2017) ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. Recuperado de:  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086434662017000400014&script=sci\\_arttext&lng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086434662017000400014&script=sci_arttext&lng=en)

## **ANEXOS**

## Anexo 1

Tabla 0.1 Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Nivel de satisfacción	La satisfacción del cliente se define como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler, 2015)	Se aplicará una encuesta	Calidad de servicio	Capacidad de respuesta (Escala de Likert)	Cualitativa Ordinal
				Empatía (Escala de Likert)	Cualitativa Ordinal
				Confianza (Escala de Likert)	Cualitativa Ordinal
			Infraestructura	Seguridad (Escala de Likert)	Cualitativa Ordinal
				Elementos tangibles (Escala de Likert)	Cualitativa Ordinal

## Anexo 2: CUESTIONARIO SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Somos estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo que buscan conocer cuál es el punto de vista de los clientes del Hostal Búho Suites respecto al tipo de servicio que reciben de dicho establecimiento, con intención de tomarlos en cuenta y mejorar el nivel de satisfacción que adquieren del hostel al hacer uso de sus servicios, para ello es necesario que llenen la siguiente encuesta.

Datos generales

Edad:

Fecha: .../.../2020

La encuesta cuenta con un total de 13 ítems donde se marcará con una X la respuesta que el colaborador considere apropiada.

La escala de valoración será la de Likert: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Indiferente, (4) De acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo.

ÍTEMS		OPCIÓN DE RESPUESTA				
		1	2	3	4	5
N°						
1	El establecimiento le brindo un buen servicio, logrando así cubrir sus expectativas.					
2	El personal muestra interés por cubrir sus dudas.					
3	Es buena la capacidad de los trabajadores al responder a sus necesidades.					
4	El trato que recibió por parte de los trabajadores fue el adecuado.					
5	Se sintió confiado con la información brindada por parte de los trabajadores.					
6	Sintió que su privacidad está bien protegida por la empresa y sus trabajadores.					
7	Considera que la zona donde está ubicado el hostel genera seguridad.					
8	Sintió que la empresa cuida su integridad física.					
9	El tamaño de las habitaciones es el adecuado.					
10	Considera que los elementos encontrados en la habitación (muebles, posters, espejos, ducha, cielo raso, cabecera de la cama), están acorde con la temática elegida.					
11	Encontró en la habitación todo lo que se le informo en recepción.					

12	La habitación fue agradable y cálida.					
13	Volvería a hospedarse nuevamente en este establecimiento.					
14	¿Considera que recomendará el hostel a sus amigos?					

Gracias por su participación...

### Anexo 3: Fórmula para determinar la muestra

$$n = \frac{z^2(p_xq)}{\epsilon^2} = \frac{(2.58)^2(0.5)(0.5)}{0.01} = 166.41 = 167$$

### Anexo 4: Validez por el método de juicio de expertos

*Tabla 0.2 Validación de expertos*

<b>N°</b>	<b>Experto</b>	<b>Calificación instrumento</b>	<b>Especialidad</b>
<b>Experto 1</b>	Wilfredo Santiago Bocanegra Merino	Adecuado	Magister
<b>Experto 2</b>	Jose Alexander Guevara Ramirez	Adecuado	Magister
<b>Experto 3</b>	Manuel Sevilla Angelaths	Adecuado	Magister

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 5: Estándar del Alfa de Cronbach

Tabla 0.3 Estandarización Alfa de Cronbach

<b>Coeficiente</b>	<b>Confiabilidad</b>
<b>0.00 a +/- 0.20</b>	Despreciable
<b>-0.2 a 0.40 Baja o ligera</b>	-0.2 a 0.40 Baja o ligera
<b>0.40 a 0.60 Moderada</b>	0.40 a 0.60 Moderada
<b>0.60 a 0.80 Marcada</b>	0.60 a 0.80 Marcada
<b>0.80 a 1.00 Muy Alta</b>	0.80 a 1.00 Muy Alta

## Anexo 6: Confiabilidad

Variable: Nivel de satisfacción

Tabla 0.4 Procesamiento de los casos

	<b>Piloto V</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Casos</b>	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

Fuente: Elaborado en base a resultados de SPSS 22.

Tabla 0.5 Estadísticas de fiabilidad

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Nro. De elementos</b>
<b>,975</b>	14

Fuente: Elaborado en base a resultados de SPSS 22.

## Anexo 7: Validaciones

### VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO SOBRE NIVEL DE SATISFACCIÓN.

Nombre: Wilfredo Santiago Escobedo Meno  
 Especialidad: Optimización / Finanzas / Mkt Situación laboral: DTC  
 Nivel magistral: Magister Tiempo de servicio: 15 años

#### Objetivo:

El presente cuestionario tiene como finalidad determinar el nivel de satisfacción de los clientes del Hostal Búho Suites, Trujillo-2019, para saber qué tan factible será el proyecto a emprender. La información es confidencial y reservada. Por lo que anticipo mi reconocimiento.

#### Instrucciones:

Estimado (a) docente a continuación se le presenta 14 preguntas para que las pueda responder de manera veraz, marcando con una "X" la respuesta que considere conveniente para usted. Le pedimos conteste de forma espontánea y franca, es importante que evalúe todos los ítems del cuestionario. Queremos agregar que las respuestas se tratarán y procesarán de forma CONFIDENCIAL.

Escala de valoración: (1) Innecesario, (2) útil pero prescindible, (3) Necesario.

#### VARIABLE: NIVEL DE SATISFACCIÓN

ÍTEMS		1	2	3	OBSERVACIÓN
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>					
1	El establecimiento le brindo un buen servicio, logrando así cubrir sus expectativas.			X	Usar herramienta validadas como SERVQUAL.
2	El personal muestra atención por cubrir sus dudas.			X	
3	Es buena la capacidad de los trabajadores al responder a sus necesidades.			X	
4	El trato que recibió por parte de los trabajadores fue el adecuado.			X	
5	Se sintió confiado con la información brindada por parte de los trabajadores.			X	
6	Sintió que su privacidad está bien protegida por la empresa y sus trabajadores.			X	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>					
7	Considera que la zona donde está ubicado el hostal genera seguridad.			X	
8	Sintió que la empresa cuida su integridad física.*			X	
9	El tamaño de las habitaciones es el adecuado.			X	
10	Considera que los elementos encontrados en la habitación (muebles, posters, espejos, ducha, cielo raso, cabecera de la cama), están acorde con la temática elegida.			X	

11	Encontró en la habitación todo lo que se le informó en recepción.			✓	
12	La habitación fue agradable y cálida.			✓	
13	Volvería a hospedarse nuevamente en este establecimiento.			✓	
14	Considera que recomendará el hotel a sus amigos.			✓	

  
-----  
80376738