



UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**“Incidencia del comportamiento del personal en el grado de
satisfacción de los clientes en el Parthenon Hotel - Iquitos periodo
2013”**

Autora:

Bach. Carolina Luz Cristina Tejada Panduro.

**Para optar el título profesional de
Licenciada en Turismo y Hotelería.**

**Iquitos - Perú
2014**

DEDICATORIA

A Dios, padre celestial y fuente de toda sabiduría por haberme concedido la vida y darme una familia hermosa.

A mis adorados y entrañables abuelitos materno por enseñarme desde pequeña a no rendirme y seguir mis sueños, gracias a sus consejos soy la persona que soy. Ahora ya en el cielo sé que ellos están orgullosos de mis logros y velan por mi bien y el de mi familia.

A mis queridos padres Carl Tejada y Luz Panduro por darme el amor, apoyo y las fuerzas necesarias para seguir adelante y lograr mis objetivos. Y enseñarme grandes valores para ser mejor persona para el mundo.

A mi hermana Génesis por ser mi amiga y compañera durante todo este tiempo; y enseñarme a que no debo rendirme fácilmente a pesar de las adversidades que se puedan presentar en el camino.

A mi asesor por sus valiosos consejos, ya que sin ellos no habría sido posible realizar esta tesis.

AGRADECIMIENTO

A Dios Padre, fuente de toda guía divina por haberme permitido desarrollar este trabajo de investigación y enseñarme que en los momentos de dificultades y adversidades, él es la luz, la verdad, la fortaleza, el valor, la paciencia, el poder, la sabiduría y la abundante provisión a lo largo de mi vida.

A mis padres por su apoyo constante y perseverante, por las palabras de aliento que me brindaban a diario para no rendirme en esta prueba y alcanzar así, uno de mis sueños.

A mi hermana Génesis, por haberme motivado todos los días a continuar con esta investigación e indicarme que debo dejar todos mis temores atrás porque todo saldrá excelente.

A los profesores de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, por haberme brindado las enseñanzas necesarias y darme a conocer las distintas áreas en el sector Turismo, de las cuales cada una de ellas sirve para promover el turismo en nuestra hermosa ciudad y así, generar divisas para el país.

A los dueños y demás colaboradores del hotel por haberme dado la oportunidad y las facilidades de realizar esta investigación.

La Autora.



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En el Distrito de San Juan Bautista, siendo las 09 horas del día 13 del mes de Enero del año 2015, se reunieron en el aula D-206 de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira	Presidente
Ing. Adm. Luis Pérez Ordoñez	Miembro
Lic. Adm. Enrique Alvan Morí	Miembro

Para evaluar la sustentación del Bachiller:

CAROLINA LUZ CRISTINA TEJADA PANDURO

En la modalidad de INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL titulado "INCIDENCIA DEL COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL EN EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL PARTHENON HOTEL-IQUITOS PERIODO 2013".

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar, teniendo como resultado:

Indicador	Examinador 1 Presidente	Examinador 2 Miembro	Examinador 3 Miembro	Promedio
A) Dominio del Tema	3	3	3	3
B) Calidad de redacción	4	4	4	4
C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia	3	3	3	3
D) Calidad de respuestas	3	3	3	3
E) Uso de terminología especializada	3	3	3	3
Calificación Final				16
Calificación final (en letras)	Dieciséis			

Leyenda:

Indicador	Descripción	Puntaje
A	Deficiente	1
B	Regular	2
C	Satisfactoria	3
D	Optima	4

El Jurado considera Aprobado la sustentación.

Presidente:

Miembro:

Miembro:

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	01
ABSTRACT	02
 CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	
1.1. Planteamiento del problema.....	03
1.1.1 Descripción del problema	03
1.1.2 Formulación del problema.....	10
1.2. Objetivos.....	11
1.2.1 Objetivo general.....	11
1.2.2 Objetivos específicos.....	11
 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.	
2.1 Antecedentes.....	12
2.2 Marco teórico.....	17
2.2.1 Sector Hotelero.....	17
2.2.2 Comportamiento del personal.....	19
2.2.3 Satisfacción del cliente.....	20
2.3 Marco conceptual.....	22
 CAPÍTULO III: MÉTODO	
3.1 Hipótesis.....	23
3.1.1 Hipótesis general.....	23
3.1.2 Variable, indicadores e índices.....	23
3.2 Tipo de investigación.....	24
3.3 Marco poblacional y muestra.....	24
3.3.1. Población.....	24
3.3.2. Muestra.....	25
3.4 Técnicas.....	25
3.5 Instrumento de recolección de datos.....	26
3.6 Ética.....	26

CAPÍTULO IV: RESULTADOS	27
CONCLUSIONES.....	41
RECOMENDACIONES.....	42
BIBLIOGRAFÍA.....	43
ANEXOS	
Anexo 1. Instrumento de recolección de datos.....	45
Anexo 2. Instrumento de recolección de datos.....	46
Anexo 3. Matriz de estudio.....	48

ÍNDICE DE FIGURA

	Página
1. Figura N° 01: Vista externa del Hotel.....	05
2. Figura N° 02: Vista interna del Hotel.....	05
3. Figura N°03: Sala de conferencias.....	06
4. Figura N°04: Sala de cómputo.....	06
5. Figura N° 05: Restaurante.....	07
6. Figura N° 06: Habitación simple.....	07
7. Figura N°07: Habitación matrimonial.....	08
8. Figura N° 08: Habitación doble.....	08
9. Figura N°09: Habitación suite.....	09
10. Figura N°10: Áreas verdes y entretenimiento.....	09

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
1. Al momento de empezar a trabajar en el hotel ¿se le informó sobre todas las actividades que debía realizar?.....	27
2. Cuando inicio sus labores ¿el hotel le informo sobre las reglas que debía seguir?.....	28
3. Como trabajador del hotel ¿conoce los servicios que ofrece?....	29
4. Para ver el rendimiento de su trabajo ¿hacen reuniones laborales?.....	30
5. Cuando hace su trabajo ¿el hotel le reconoce su esfuerzo?.....	31
6. En su área de trabajo ¿qué tipo de horario es?.....	32
7. El trabajo que tiene asignado ¿lo considera?.....	33
8. Durante su estadía ¿cómo califica las instalaciones del Parthenon Hotel Iquitos?.....	34
9. Durante su permanencia ¿cómo califica el grado de atención recibido de los empleados que lo atendieron en su estadía?.....	35
10. Durante su estadía ¿cómo considera el nivel de seguridad que brinda el Parthenon Hotel Iquitos?.....	36
11. Percibe Ud. que el personal que lo atiende ¿está debidamente capacitado?.....	37
12. Durante su permanencia ¿cómo califica la calidad de los productos y/o servicios ofrecidos en el hotel?.....	38
13. Durante su estadía ¿cómo califica el nivel de satisfacción que recibió con el servicio?.....	39
14. De acuerdo al grado de satisfacción con los productos ofertados y los servicios ofrecidos ¿recomendaría al Parthenon Hotel Iquitos?	40

Incidencia del Comportamiento del personal en el grado de satisfacción de los clientes en el Parthenon Hotel – Iquitos periodo 2013.

Autora: Carolina Luz Cristina Tejada Panduro.

RESUMEN

El propósito de esta investigación consiste en indicar cuáles son los elementos del comportamiento organizacional de los trabajadores del Parthenon Hotel Iquitos, y conocer de qué manera estos afectan, ya sea de forma positiva o negativa, en alcanzar los objetivos de la empresa y, cómo influyen en el grado de satisfacción en los huéspedes que hacen uso del mismo.

Con apoyo de una estadística descriptiva y la aplicación de dos cuestionarios, uno para empleados, el cual permite conocer los elementos del comportamiento organizacional y, el segundo para huéspedes, mediante el cual se trata de conocer el grado de satisfacción de los clientes. Producto de dicho comportamiento, se pudo conocer el grado de correlación entre dichos sujetos de investigación, es decir, conocer el grado de identificación, motivación y compromiso por parte de los empleados que trabajan en el Parthenon Hotel Iquitos y el grado de satisfacción de los usuarios del servicio.

En conclusión, se puede decir que, partiendo de los elementos del comportamiento organizacional determinados en los trabajadores del Parthenon Hotel Iquitos y analizados en el presente estudio, es posible aplicar los correctivos necesarios que permitan mejorar el nivel de los servicios ofertados a fin de alcanzar un elevado grado de satisfacción en los clientes, quienes percibirán el buen servicio que es ofrecido por los empleados del Parthenon Hotel Iquitos.

Palabras claves: Comportamiento del personal, satisfacción de los clientes, Parthenon Hotel Iquitos.

Incidence of staff behavior in the degree of customer satisfaction in the Parthenon Hotel - Iquitos year 2013.

Author: Carolina Luz Cristina Tejada Panduro.

ABSTRACT

The purpose of this investigation consists of indicating which are the elements of the organizational behavior of the Parthenon Hotel workers in Iquitos, and learn how this affects, whether in a positive or negative way, reaching the company's objectives, and how they influence the level of satisfaction of the guests who use this hotel.

With the support of a descriptive statistic, along with the application of two questionnaires, one for employees, which allows us to understand the elements of organizational behavior, and the second for guests, through which we can attempt to learn the level of satisfaction of the customers. As a result of this behavior, we could see the level of correlation between the subjects of the investigation, that is to say, to know the level of identification, motivation and commitment from the employees who work at the Parthenon Hotel in Iquitos and the level of satisfaction of those who use their services.

In conclusion, we can conclude that, aside from the elements of organizational behavior determined in the workers of the Parthenon Hotel Iquitos, and analyzed in the present study, it is possible to apply those necessary corrections that allow the level of services offered to improve with the goal of achieving a high level of satisfaction in the customers, who observed good service that is offered by the employees of Parthenon Hotel in Iquitos.

Key Words: Staff behavior, customer satisfaction, Parthenon Hotel Iquitos.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Descripción del problema.

El turismo es una actividad que involucra a diversos sectores económicos, tales como las compañías de transporte; los operadores turísticos, las agencias de viajes, los hoteles, los restaurantes, entre otros.

De todos ellos, es de interés para la presente investigación el servicio hotelero.

El Parthenon Hotel Iquitos, es uno de los quince hoteles más importantes que realizan actividades turísticas en la ciudad de Iquitos, de acuerdo a la clasificación o categorización realizada por la Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía - DIRCETURA, los mismos que presentan particularidades especiales relacionadas con sus segmentos de mercado.

Actualmente, este hotel clasificado de tres estrellas, viene prestando sus servicios en la ciudad de Iquitos, encontrándose reconocido como tal por la entidad pública correspondiente.

Se considera de importancia contar con un marco de referencia del hotel materia de análisis, el cual cuenta con una infraestructura que presenta un estilo arquitectónico clásico, que atrae a muchos clientes.

Además, cuenta con los servicios básicos: agua potable y alcantarillado, energía eléctrica, así como telefonía, internet (Wi Fi), para satisfacer las necesidades de los clientes.

También, cuenta con una recepción para brindar la atención necesaria a los huéspedes y un lobby para recibir a sus visitas. Cuenta con dos accesos: principal (entrada de los clientes), y secundario (entrada de los empleados). Tiene un total de 36 habitaciones entre ellas simples (SW),

dobles (DW), triples (TPL), matrimoniales y suites; asimismo con un restaurant con todos los servicios requeridos, salas para conferencias y eventos sociales, una playa de estacionamiento interno, tanto para los huéspedes como para sus visitas.

Una de sus particularidades más importantes está relacionada con el tipo de huéspedes que alberga, provenientes en su mayoría de otros países, llámense estas corporaciones, empresas, entidades comerciales; así como de instituciones del estado peruano.

Asimismo, es preciso señalar que este hotel cuenta con 19 trabajadores, entre personal administrativo y de servicios, 13 de los cuales son trabajadores nombrados o tienen contrato indeterminado, 5 con contrato de servicios administrativos y 1 con locación de servicios. Este aspecto reviste gran importancia en el desempeño del trabajador, al brindar visos de seguridad e identificación con el establecimiento cuanta mayor seguridad le otorga el contrato que posee.

A través del presente estudio, se pretende conocer cómo influye el comportamiento organizacional de quienes trabajan en dicho hotel, con relación al grado de satisfacción por parte de los huéspedes que aloja, a fin de que se tomen las medidas pertinentes que conlleven a elevar el grado de satisfacción de los huéspedes que arriban diariamente, así como incrementar el número de ellos.

En el servicio hotelero lo primero que encuentran los clientes son las personas de servicio, tales como los recepcionistas, botones, house keeping entre otros. Por ello es importante determinar las capacidades de atención al público para lograr la satisfacción deseada de los clientes y ellos se vayan contentos y así generar buena imagen del hotel y su personal.

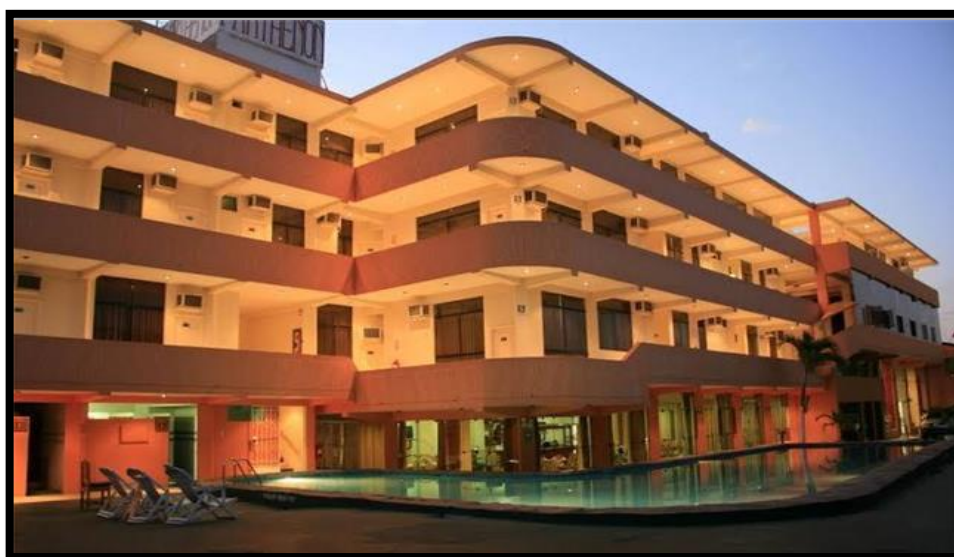
Clasificado en tres estrellas a continuación, se muestran imágenes de la parte externa e interiores del hotel en mención.

FIGURA N° 01: Vista externa del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N° 02: Vista interna del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



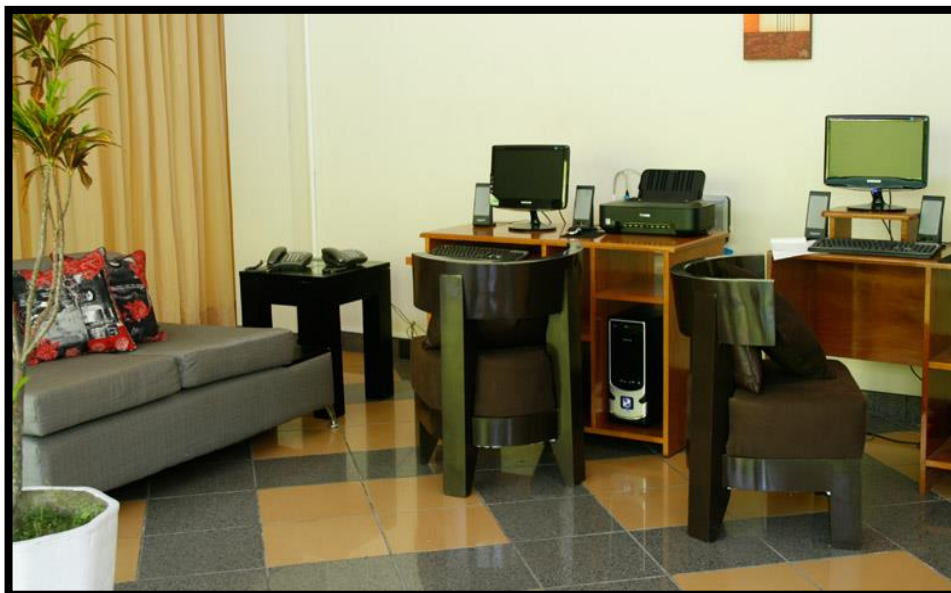
Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N°03: Sala de conferencias del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N°04: Sala de cómputo del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N° 05: Restaurant del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N° 06: Habitación simple del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N°07: Habitación matrimonial del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N° 08: Habitación doble del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



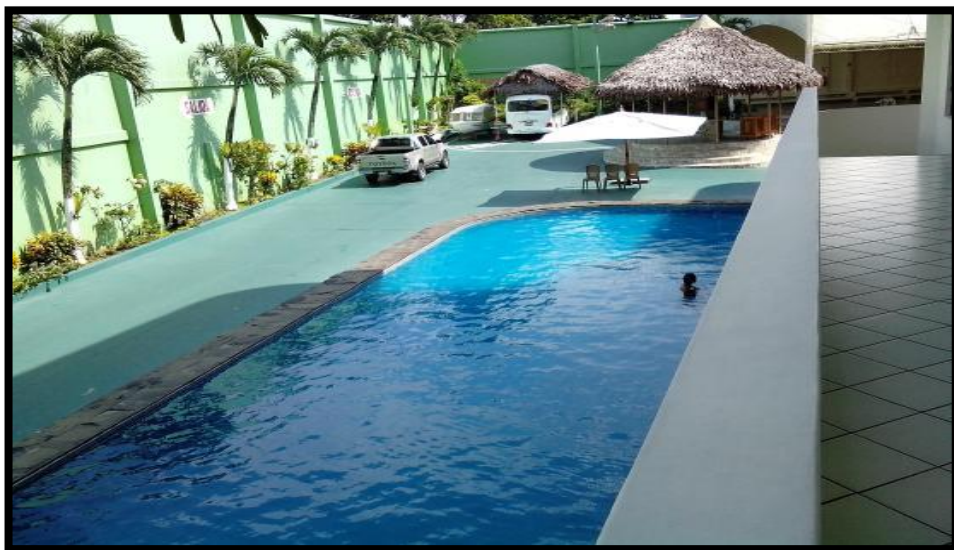
Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N°09: Habitación suite del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



Fuente: www.hotelparthenon.com

FIGURA N°10: Áreas verdes y de entretenimiento del Parthenon Hotel Iquitos, 2013.



Fuente: www.hotelparthenon.com

1.1.2. Formulación del problema.

El problema principal es el siguiente:

¿Cómo expresan su satisfacción los clientes durante su estadía en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013?

Los problemas específicos son los siguientes:

¿Cómo expresan su satisfacción los clientes cuando solicitan una reserva en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013?

¿Cómo expresan su satisfacción los clientes cuando hacen la llegada al Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013?

¿Cómo expresan su satisfacción los clientes cuando solicitan atención en la habitación en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013?

¿Cómo expresan su satisfacción los clientes cuando hacen uso del restaurante en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013?

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Objetivo general.

Conocer la satisfacción de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013.

1.2.2. Objetivos específicos.

- a) Identificar la satisfacción de reserva de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013.
- b) Identificar la satisfacción de llegada al hotel de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013.
- c) Identificar la satisfacción de atención en la habitación de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013.
- d) Identificar la satisfacción en el uso del restaurante de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes de la investigación:

Melo Yépez (2015), en su tesis *El estilo de dirección y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Intiqa Hotel, periodo 2012*, tiene como objetivos describir y analizar que el estilo de dirección autoritario es predominante en el liderazgo ejercido, determinar el grado de influencia del estilo de dirección autoritario en la satisfacción laboral de los trabajadores y proponer un plan de acción para fortalecer el estilo de dirección.

Su metodología comprendió una población constituida por todos los trabajadores de la empresa antes señalada en la ciudad de Puno, a excepción del gerente. Son un total de 15 trabajadores activos y 01 administrador.

Concluye que el estilo de dirección utilizado por la administradora de la empresa señalada corresponde a uno de tipo autoritario, con un nivel participativo bajo en preocupación por los empleados. Esta situación actual muestra que no existe relación entre las prácticas de dirección deseada por la empresa y la dirección que actualmente se ejerce, estas prácticas también carecen de correlación con las percepciones y calificaciones que asignan los empleados a su respectiva administradora en el trabajo diario. Agrega que la Administradora no tiene conocimiento preciso sobre el estilo particular y orientación de dirección que aplica en sus prácticas directivas diarias, y de la efectividad del mismo para impulsar a sus empleados hacia el logro de objetivos específicos. El efecto de este desconocimiento conlleva a que exista una mal gestión en la dirección de la empresa.

Añade que, en lo que respecta a la satisfacción laboral se ha determinado que existe un porcentaje bajo de satisfacción en la mayoría de los factores que intervienen en la satisfacción laboral de los trabajadores, un 60% de trabajadores no reciben reconocimiento alguno por su trabajo realizado, otro 60% mostró no estar satisfecho con las posibilidades de

progreso, un 60% no estar conforme con las posibilidades de crecimiento y un 67% no estar satisfechos con las normas que brinda la empresa, permitiendo explicar que estos factores son resultados del estilo de dirección autoritario aplicado en la empresa, obteniéndose así una relación inversa con la satisfacción laboral en el personal. Si el estilo de dirección autoritario aumenta, la satisfacción laboral de los trabajadores disminuye. Agrega que, estos factores se localizan en el ambiente de trabajo de la empresa y dependen de la gestión que aplique administración, estos están fuera del alcance y control de los trabajadores causando de esta manera un deficiente desenvolvimiento de sus actividades y frustración en su satisfacción.

Además, considera que, en base a los resultados obtenidos y los factores vulnerables identificados, le permitió proponer un plan con estrategias que permitan mejorar el estilo de dirección aplicado por la administradora de la empresa de Intiqa Hotel y por ende su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores, puesto para obtener un mejor grado de satisfacción en los trabajadores, es necesario fomentar un buen estilo de dirección en la empresa.

Mesones Zúñiga y Saldaña Fuentes (2014), en su tesis *Calidad de los servicios brindados por un hotel tres estrellas, desde la perspectiva del cliente. Chiclayo, julio - septiembre, 2014*, tiene como objetivo determinar el nivel de calidad, desde la perspectiva del cliente, de los servicios brindados por el hotel indicado, habiéndose planteado Identificar el nivel de calidad de los elementos tangibles, empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad que, desde la perspectiva del cliente, tiene el hotel tres estrellas en estudio, y que en consideración a las áreas de la calidad en las que se ha dimensionado al objeto en estudio, se constituyen en objetivos específicos de la investigación.

Su metodología comprendió una población conformada por todos los clientes que se alojaron en el hotel en estudio durante los meses en estudio (promedio 100 por mes).

Concluye que, en promedio, la mayoría (63%) de los huéspedes encuestados, perciben como alto el nivel de calidad de los “elementos tangibles” del hotel en estudio. Asimismo, mostraron expectativas de altos niveles de calidad en esta dimensión (64%).

Además, añade que en la dimensión “empatía”, la mayoría de clientes muestra niveles altos de calidad en las expectativas (56.4%) y percepciones (60.6%) del servicio recibido, destacando el indicador “el personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades” que subió en un 9% en la percepción en relación a las expectativas que se tuvo de su nivel de calidad.

Agrega también que la dimensión de “confiabilidad”, obtuvo de la mayoría de los clientes niveles altos de expectativas (65.5%) y de percepción (60%). Sin embargo, aun así, no cubrió las expectativas de calidad al obtenerse porcentajes menores en las percepciones.

También indica que la mayoría de clientes muestra niveles altos de expectativas y percepciones con respecto a la dimensión “capacidad de respuesta” (66.5% y 67%, respectivamente). Siendo el indicador “si se requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, se le ayudará a conseguirlo” el que obtuvo porcentajes mayores por debajo de las expectativas.

Adicionalmente, indica que la dimensión “seguridad” obtuvo niveles altos de calidad con respecto a las percepciones (71.25%) y expectativas del cliente (70%). Observándose que las percepciones sobrepasaron a las expectativas.

También agrega que, en la medición global de la calidad del servicio en el hotel en estudio, se obtiene altos niveles de expectativas y

percepciones en la mayoría de los clientes (64.8% y 64.4%, respectivamente) y aunque es mínima la diferencia, no se ha cubierto las expectativas del cliente.

. Indica que, con los resultados de la medición global de la calidad, en que se obtienen altos niveles de calidad percibida por el cliente, se rechaza la hipótesis planteada en el estudio: Existe un nivel medio de calidad, desde la perspectiva del cliente, de los servicios brindados por el hotel.

Finalmente concluye, que el análisis de la brecha 5 en la que se comparan percepciones y expectativas, indican que no se han cubierto las expectativas de los clientes al no haberse superado el umbral de satisfacción en ninguna de las dimensiones, a pesar de existir niveles altos de calidad percibidos por la mayoría de los clientes del hotel en estudio.

Pérez Ríos (2014), en su tesis *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre SAC – Chiclayo, periodo enero a septiembre 2011 y 2012*, tiene como objetivos medir el servicio al cliente y su implicancia en la generación de ingresos, medir el estado de la infraestructura y por último evaluar la calidad de los insumos empleados y su influencia en los resultados.

Su metodología alcanzó una población constituida por 1390 usuarios que acuden a este restaurante Campestre ubicado en la ciudad de Chiclayo.

Concluye que, los resultados estudiados en la calidad del servicio revelan que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo, puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse al requerimiento y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentarán mejorando sus resultados económicos.

Agrega que, la evaluación financiera efectuada con respecto a la liquidez general de la empresa no es buena y suficiente para permitirle seguir con sus operaciones diarias, los ratios de gestión nos indican que la empresa está aprovechando todos sus recursos para poder mejorar esta situación, no hay rentabilidad apropiada por ende la empresa es ineficiente, se encuentra debajo del promedio del sector y no ha generado los ingresos que debería, lo que indica que la empresa ha realizado una deficiente gestión empresarial.

Añade que, el servicio al cliente en la empresa se encuentra en un nivel aceptable de prestación de un servicio, debido a las mejoras que ha ido implementando de un periodo a otro, la empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para su atención personalizada y una excelente atención al público, lo cual repercute en los ingresos de la empresa y esta pueda lograr una fidelización con los clientes por el servicio que presta.

También indicó que la infraestructura interviene visualmente en las decisiones de los clientes, la percepción de un ambiente limpio y cuidado crea un vínculo favorable entre la empresa y sus clientes, la empresa obtuvo en los resultados una satisfacción positiva de los usuarios por la infraestructura pero aún le falta organizar bien al personal para realizar la limpieza correspondiente, los gastos para mantener este ambiente natural limpio son considerables pero influyen en las decisiones de los usuarios y aumentan la calidad del servicio al cliente.

Finalmente concluye, que el otro factor que involucra la calidad del servicio al cliente son los insumos, los cuales la empresa debe procurar mantener controlados desde su compra hasta su utilización para evitar problemas en la preparación de los platos de comida.

2.2. Marco teórico:

2.2.1. Sector hotelero:

La presente investigación muestra algunos conceptos de hotel.

Navarro (2008), considera que es un “establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica”.

Asimismo, **MINCETUR (2004)** expresa que es un “establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea”

Clasificación de hoteles:

Mestres (1999), expresa que le resulta difícil hablar de una única clasificación de los establecimientos hoteleros, puesto que no todos los países disponen de una clasificación oficial y si la tienen no se aplican los mismos criterios.

Por ello, puede apreciarse que una misma categoría presente características diferentes en función del país en el que nos hallemos.

Clasificación según estrellas:

a) Hoteles de 1 estrella:

Gonzales (2003), señala que estos hoteles siempre son los más económicos y los que menos servicios tienen. Cuenta con una habitación privada, algunas veces con baño y otras con baño compartido y son estrictamente funcionales.

b) Hoteles de 2 estrellas:

Gonzales (2003), señala que casi siempre están ubicados en la zona céntrica de la ciudad, aunque el paisaje que ofrecen no es de lo más atractivo.

Estos hoteles de mediana categoría, ofrecen más servicios como baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas.

c) Hoteles de 3 estrellas:

Navarro (2008), manifiesta que a partir de esta categoría los hoteles deben ser de lujo, contando con baño obligatorio de acuerdo a las tendencias actuales. La cual el cliente se sienta bien con los servicios ofrecidos en el establecimiento, dentro de las promociones que puede brindar el hotel, debe ofrecer al menos un menú al huésped en las áreas del hotel donde el huésped acuda, debe haber ventilación evitando que el cliente haga sus reclamos.

d) Hoteles de 4 estrellas:

Navarro (2008), señala que estos hoteles ya son un poco más avanzados, con valores agregados, en uno de estos es el servicio a la habitación, debe contar con 2 restaurantes como mínimo, contar con bares, con música ambiental al gusto del cliente, tomando en cuenta la comodidad de los huéspedes.

e) Hoteles de 5 estrellas:

Gonzales (2003), refiere que para este establecimiento el servicio a la habitación debe ser obligatoriamente las 24 horas del día, ya que este, a diferencia de los otros, cuenta mucho la infraestructura y fachada del hotel, este debe contar con ascensor para la facilidad del traslado del cliente, contar con cochera en algunos de los casos.

2.2.2. Comportamiento del personal

Chiavenato (2009), refiere que el comportamiento de las personas presenta una serie de características, las cuales no depende solo de las características individuales, también influyen las organizaciones, teniendo como principios básicos las siguientes:

1. El hombre posee capacidad limitada de respuesta, pero a su vez son diferentes unos de otros: la capacidad de respuesta está dada por la función de las aptitudes (innatas) y del aprendizaje (adquisición). Sin embargo, la capacidad humana es continua. En un extremo, los comportamientos que difícilmente responden al entrenamiento o a la experiencia, ejemplo: tiempo de reacción y por el otro los que si responden a la capacitación o la experiencia, como las habilidades.
2. Las personas tienen necesidades diferentes y tratan de satisfacerlas. El hombre está orientado hacia la actividad, es decir, que el comportamiento de las personas se orienta al logro de sus aspiraciones y a la satisfacción de sus necesidades. Cada individuo puede tener más de una necesidad prioritaria al mismo tiempo.
3. El hombre percibe y evalúa: las experiencias del ambiente acumuladas por el hombre, sirven como datos para evaluar y seleccionar las que más se adecuen a sus valores y necesidades. La teoría de las expectativas señala que las personas actúan con base a su percepción de la realidad, que les permite comprender lo que pueden hacer y alcanzar.
4. El hombre social: para que las personas se desarrollen, es necesario que exista una interacción con otros individuos, grupos u organizaciones, con el fin de mantener su identidad y bienestar psicológico.
5. Las personas piensan en el futuro y eligen su comportamiento. El individuo tiene necesidades diversas: los seres humanos presentan una serie de necesidades ante diferentes situaciones, las cuales

pueden influir en el comportamiento de las personas, ya que se pueden presentar como un factor motivador.

6. Las personas reaccionan de forma emocional: No son neutrales ante lo que perciben o experimentan. Esta respuesta evaluativa influye en su comportamiento. Evalúan lo que le gusta o disgusta, define la importancia de las acciones y sus resultados.
7. El hombre piensa y elige: el comportamiento humano puede analizarse según los planes que se eligen, desarrollando y ejecutando la lucha con los estímulos, los cuales se enfrentan para alcanzar los objetivos personales.

En relación a estas características del comportamiento humano, nace el concepto de ver al hombre como un modelo complejo. Su orientación es claramente psicológica. No sólo se considera complejo con relación a su naturaleza, a sus características, a sus múltiples necesidades y a sus potencialidades, sino que es singularmente diferente de sus semejantes en cuanto a su propia estructura y su propia complejidad.

Hellriegel y Slocum (2009) señala que es el “estudio de individuos y grupos en el contexto de una organización y el estudio de los procesos y prácticas internas que influyen en la efectividad de los individuos, los equipos y la organización”

2.2.3. Satisfacción del cliente

La adquisición de productos, entendido como bienes y/o servicios es una causa que acaba en su uso o consumo. Es el componente esencial para aumentar la competitividad de las organizaciones, es también la identificación de las necesidades y expectativas de los diferentes tipos de clientes ya que es fundamental para obtener su satisfacción.

Fischman (2011), profesor universitario, en su obra “Cuaderno de felicidad”, explica la importancia de observar lo que sienten las personas

cuando hacen alguna actividad, entregan o reciben algo. Señala que, todas estas personas sienten emociones positivas.

Kotler y Keller (2006), definen como una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

Grande (2000), señala que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”.

2.3. Marco conceptual:

Esta investigación toma en consideración algunas bases teóricas, las cuales se presentan a continuación:

- a) **Reserva:** es un acuerdo verbal o escrito entre el hotel y el PAX. El hotel se compromete a prestar alojamiento y servicios para una fecha determinada y por un período establecido. El huésped se compromete a pagar por el servicio lo que corresponda. Las reservas pueden llegar personalmente, por carta, fax, telegrama, télex, teléfono, correo electrónico, Internet. **(Medina, 2007)**
- b) **Llegada al hotel:** proceso de inscripción en un hotel o medio de transporte. Se realiza en recepción a la llegada del cliente donde se registran sus datos personales, se le asigna un número de habitación y se hace entrega de la llave. **Larrañaga Izaguirre / Términos de hotelería**
- c) **Atención al cliente:** es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. **(Serna Gómez, 2006)**
- d) **Restaurante:** es el establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para consumirse ahí mismo en el que se cobra por el servicio prestado. Así mismo la finalidad de los restaurantes y los bares es ofrecer al público productor (tangibles) y servicios (intangibles); el servicio consiste en atender a los clientes que acuden al restaurante o bar, y el producto son los alimentos o bebidas que se sirven. **(Morfín, 2009)**

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1. Hipótesis

3.1.1 Hipótesis general.

Se observa mínima satisfacción en los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013.

3.1.2. Variables, indicadores e índices.

Variable de estudio	Indicadores	Índices
Satisfacción de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos *** - periodo 2013.	1. Reserva.	1.1. Grado de cumplimiento. 1.2. Fallas observadas.
	2. Llegada al hotel.	2.1. Nivel de atención percibida 2.2. Grado de amabilidad.
	3. Atención en la habitación.	3.1. Grado de limpieza. 3.2. Responsabilidad por la seguridad de los bienes del cliente. 3.3. Respaldo ante contingencias.
	4. Uso de restaurante.	4.1. Grado de cumplimiento de los servicios ofertados. 4.2. Percepción de la limpieza. 4.3. Precio comparativo 4.4. Variedad de platos que se ofertan. 4.5. Nivel de atención.

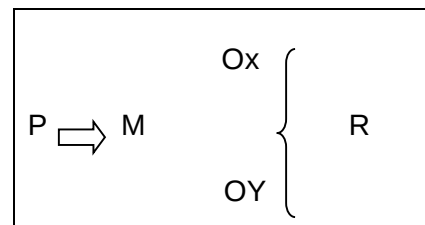
3.2. Tipo de investigación.

La presente investigación tiene dos características. Es de tipo no experimental y transversal.

Es de característica no experimental porque se midió la opinión de los empleados y huéspedes del hotel mencionado.

Es transversal porque la información se tomó en una sola oportunidad a los empleados y huéspedes.

El diseño correlacional tiene el siguiente diagrama:



Donde:

P = Población.

M = Muestra.

O_x, O_y = Observaciones.

R = Relación entre la variable.

3.3. Marco poblacional y muestra.

3.3.1. Población.

Consta de dos:

- La conforman 19 empleados que trabajan en el Parthenon Hotel Iquitos.
- La conforman un total de 900 huéspedes que se alojaron durante las temporadas del año 2013 (alta, media y baja) en el Parthenon Hotel Iquitos.

3.3.2. Muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(N) \sigma (Z)}{[(N - 1) e + \sigma Z]}$$

De dónde:

n = Tamaño de la muestra.

$\sigma = 0.5$

Z = 1.96 (nivel de confianza del 95%).

e = Error estándar absoluto. Su valor es 5%.

Reemplazando muestra 1:

n = 900

$\sigma = 0,5$

e = 0,05

Z = 1,96

El resultado de la primera muestra es: **n = 269**

Reemplazando muestra 2:

n = 19

$\sigma = 0,5$

e = 0,05

Z = 1,96

El resultado de la segunda muestra es: **n = 18**

3.4. Técnicas.

La técnica utilizada fue la recopilación de datos que se realizó a través de un cuestionario a los empleados y a los huéspedes del Parthenon Hotel Iquitos.

3.5. Instrumento de recolección de datos.

El instrumento de recolección de datos que se utilizó fueron las encuestas aplicadas a los empleados y huéspedes del Parthenon Hotel Iquitos.

3.6. Ética.

El presente trabajo de investigación respeta las distintas opiniones de las personas encuestadas, así mismo como la amabilidad, honestidad y sinceridad al momento de realizarlas. También se respeta la confidencialidad de cada una de las personas.

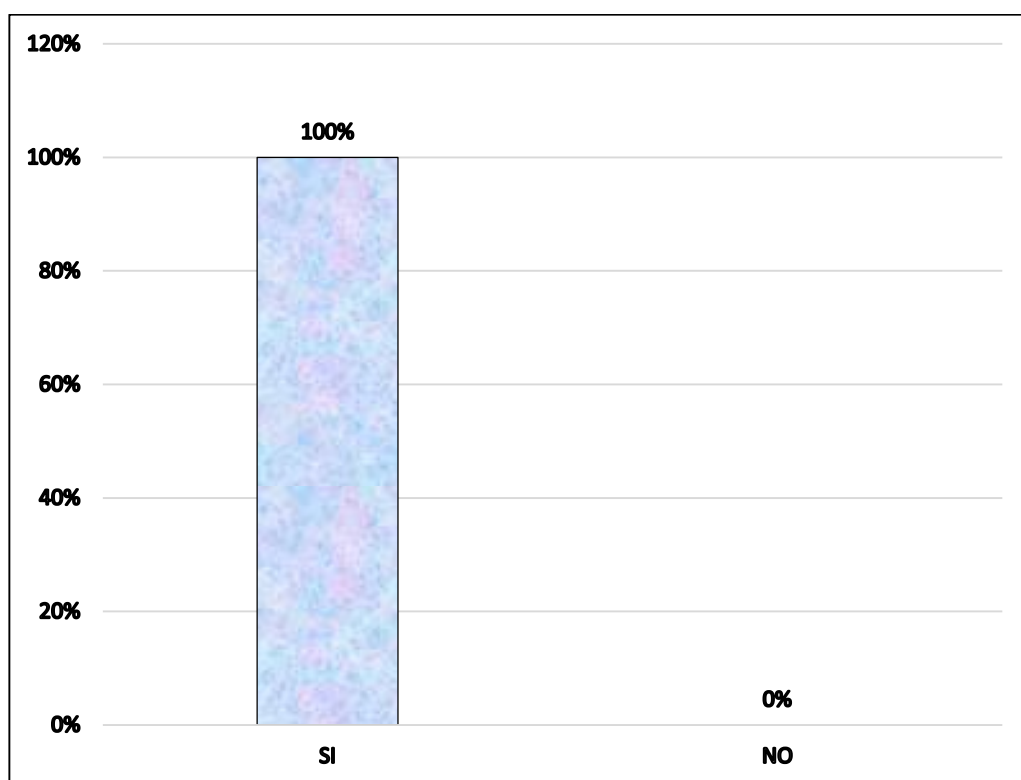
CAPÍTULO IV. RESULTADOS

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas hacia los empleados del Parthenon Hotel Iquitos.

4.1. Al momento de empezar a trabajar en el hotel ¿se le informó sobre todas las actividades que debía realizar?

En este gráfico se puede observar que el 100% de los empleados encuestados respondió que al momento de empezar a trabajar “si” les informaron sobre las actividades a realizar, ya que además de la comunicación verbal, les indican lo que tienen que hacer mediante documento emitido por parte de la gerencia.

GRÁFICO N° 01: Actividades que debía realizar.

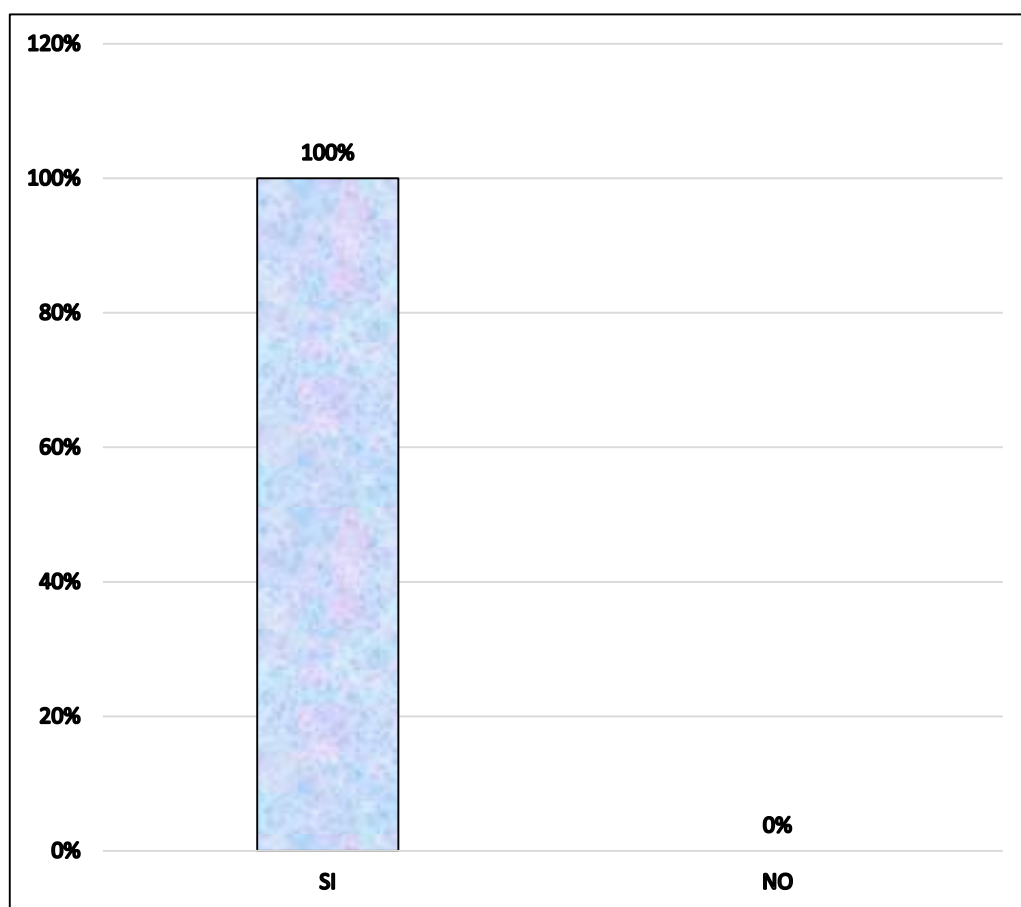


Fuente: elaborado por la autora.

4.2. Cuando inicio sus labores ¿el hotel le informo sobre las reglas que debía seguir?

En este gráfico se puede observar que el 100% de los empleados encuestados respondió que “si” les informan sobre las reglas que deben seguir, ya que además de informarles verbalmente, también les entregan un documento en el cual están establecidas las reglas del hotel.

GRÁFICO N° 02: Reglas que debía seguir.

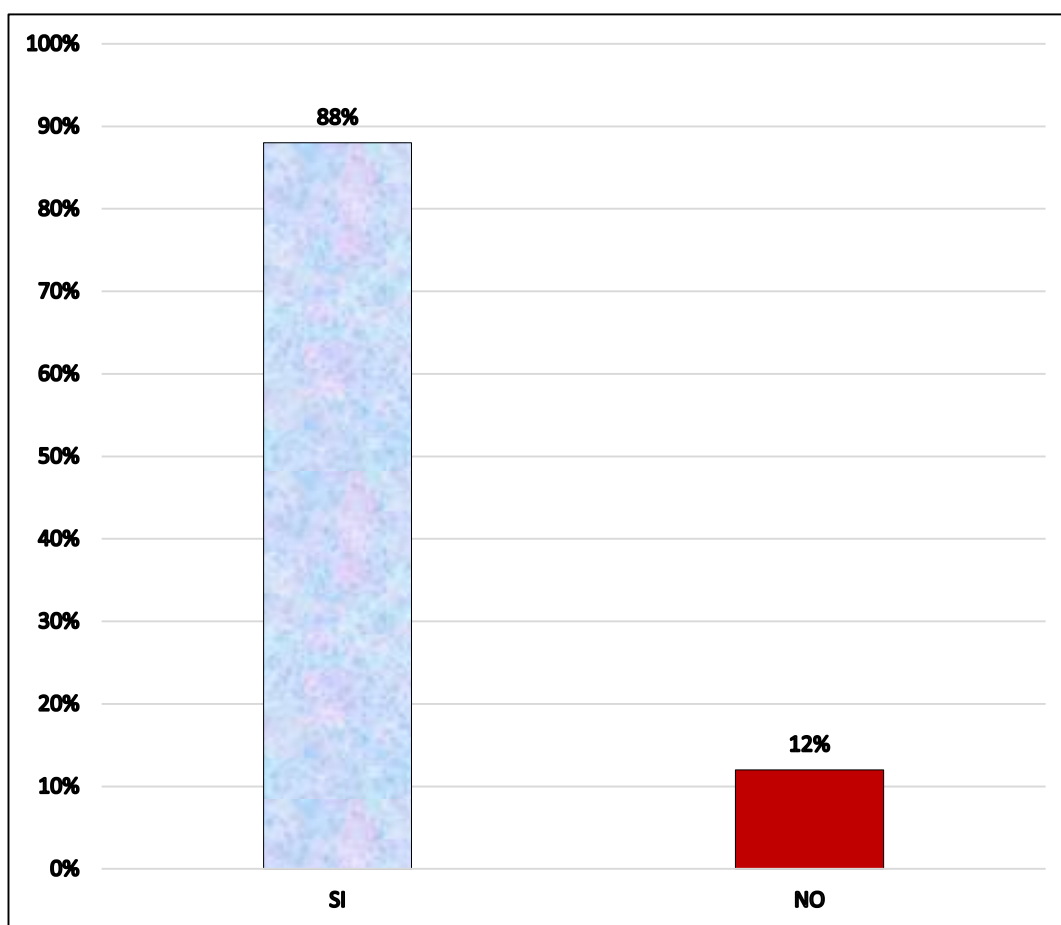


Fuente: elaborado por la autora.

4.3. Como trabajador del hotel ¿conoce los servicios que ofrece?

En este gráfico se puede observar que el 88% de los empleados encuestados respondió que “sí” conocen los servicios que ofrece el hotel y un 12% de ellos respondió que “no” conocen los servicios que ofrece el hotel, este grupo pertenece al personal del restaurante, habiéndose podido observar que existe una falta de interés que tienen sobre el tema.

GRÁFICO N° 03: Servicios que ofrece el hotel.

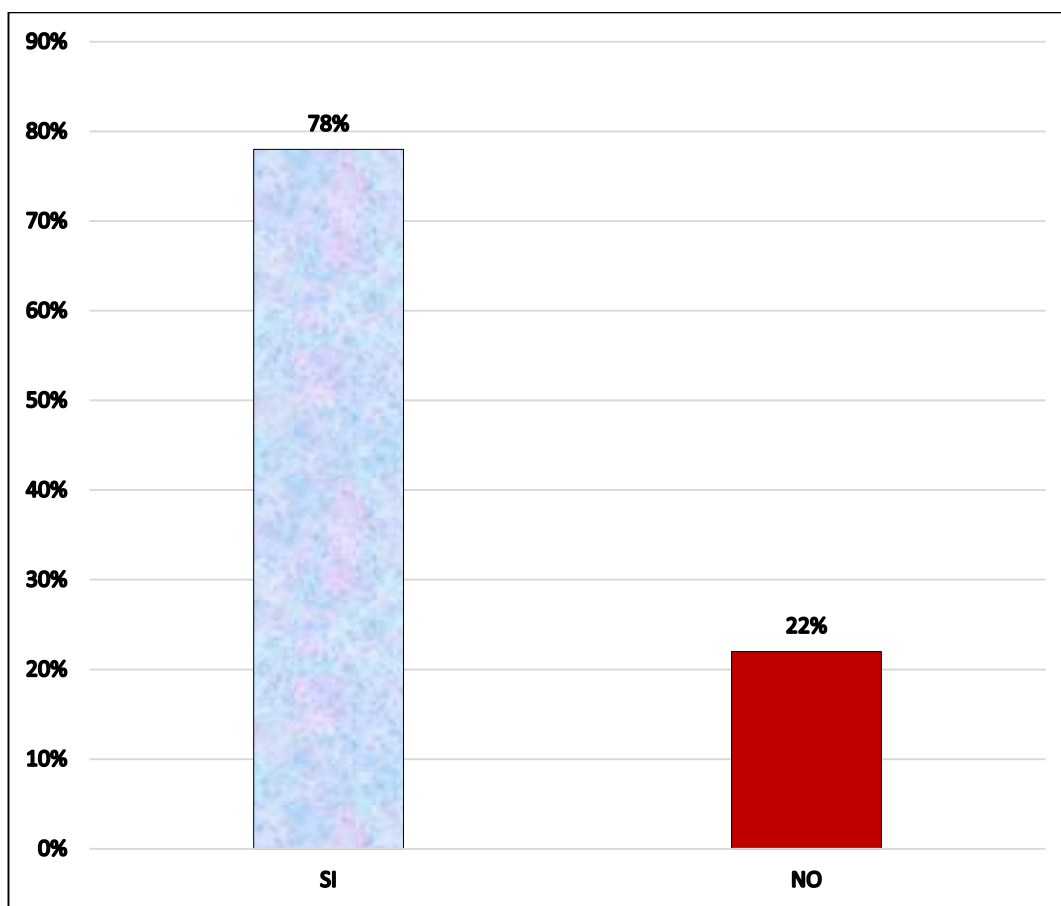


Fuente: elaborado por la autora.

4.4. Para ver el rendimiento de su trabajo ¿hacen reuniones laborales?

Se puede observar en este gráfico que el 78% de los empleados encuestados respondió que “sí” se realizan reuniones para intercambiar opiniones con sus compañeros, mientras que el 22% de ellos respondió que “no” participan de estas reuniones, estos últimos corresponden a los que trabajan en el área de uso temporal en el hotel que es la de eventos.

GRÁFICO N° 04: Reuniones laborales.

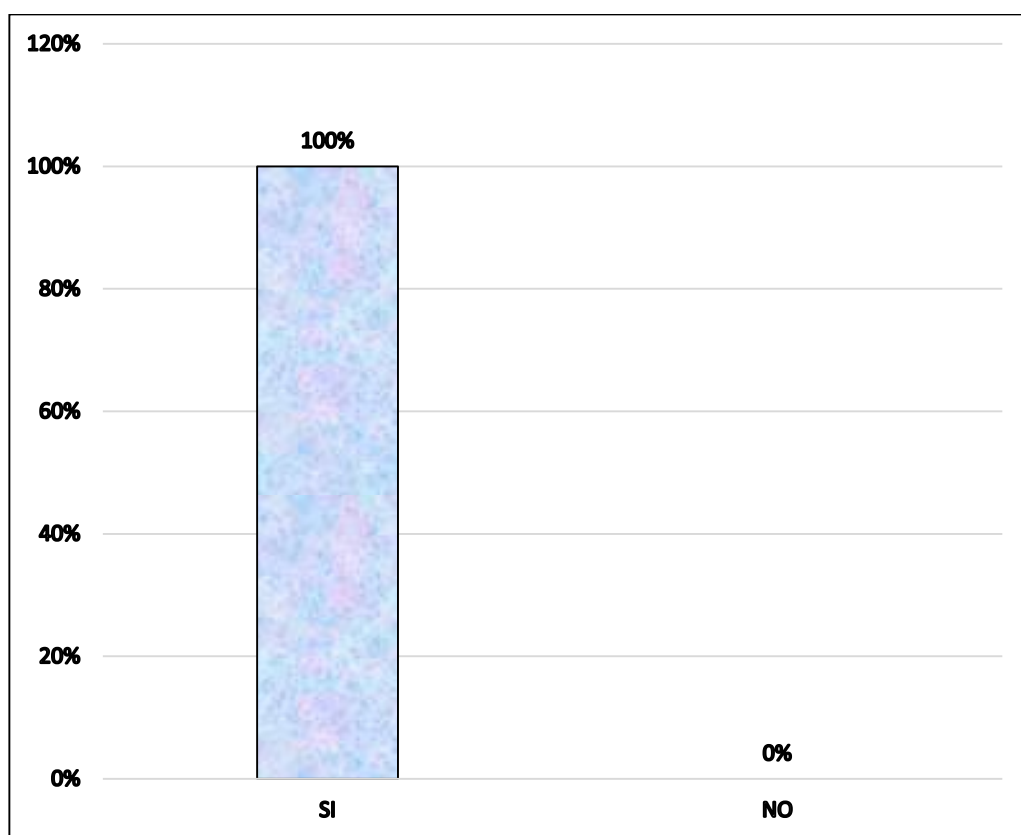


Fuente: elaborado por la autora.

4.5. Cuando hace su trabajo ¿el hotel le reconoce su esfuerzo?

Se puede observar que el 100% de los empleados encuestados respondió que “sí” reconocen su esfuerzo, ya que los sitúan de ejemplo hacia sus demás compañeros para mejorar a diario en los servicios que se brindan.

GRÁFICO N° 05: Reconocimiento de su esfuerzo.

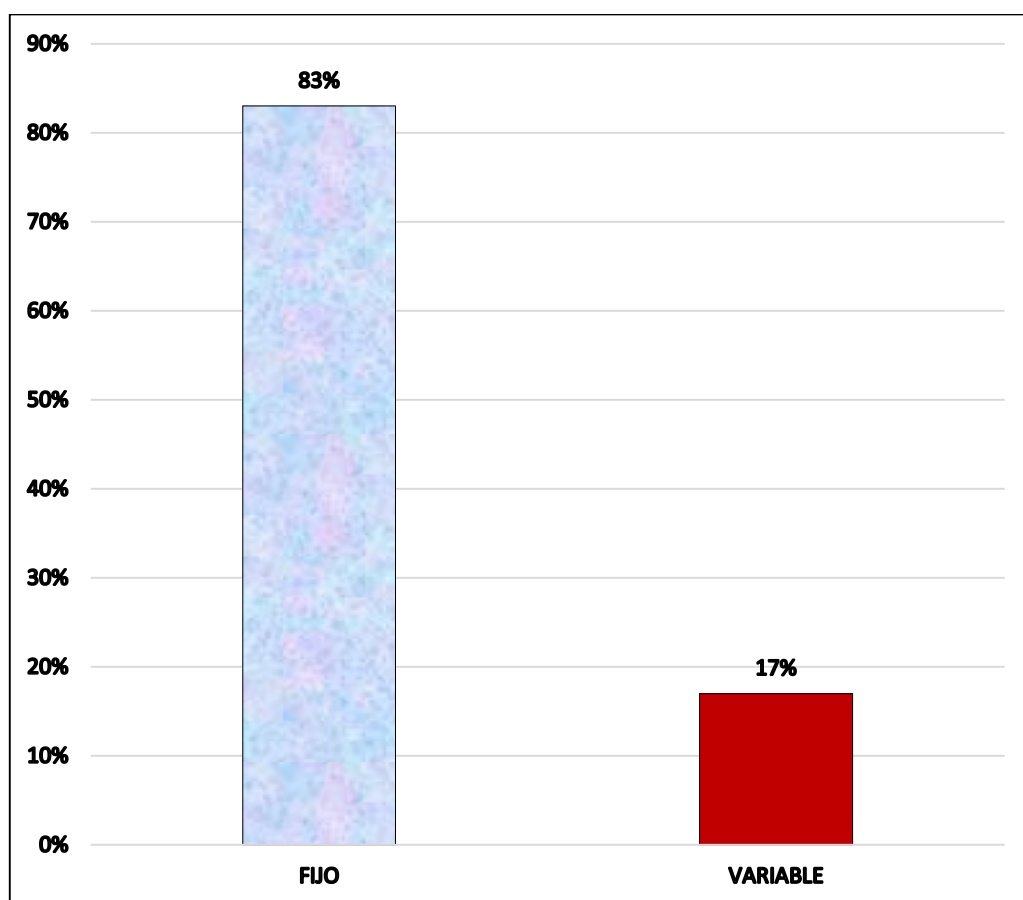


Fuente: elaborado por la autora.

4.6. En su área de trabajo ¿qué tipo de horario es?

Se puede observar que el 83% de los empleados encuestados respondió que el horario de su trabajo es “fijo” de ocho (08) horas diarias, mientras que el 17% tiene un horario de trabajo “variado”, este personal corresponde al de recepción, debido a que semanalmente los horarios cambian para nivelar los días de descanso de los turnos de mañana y tarde.

GRÁFICO N° 06: Tipo de horario.

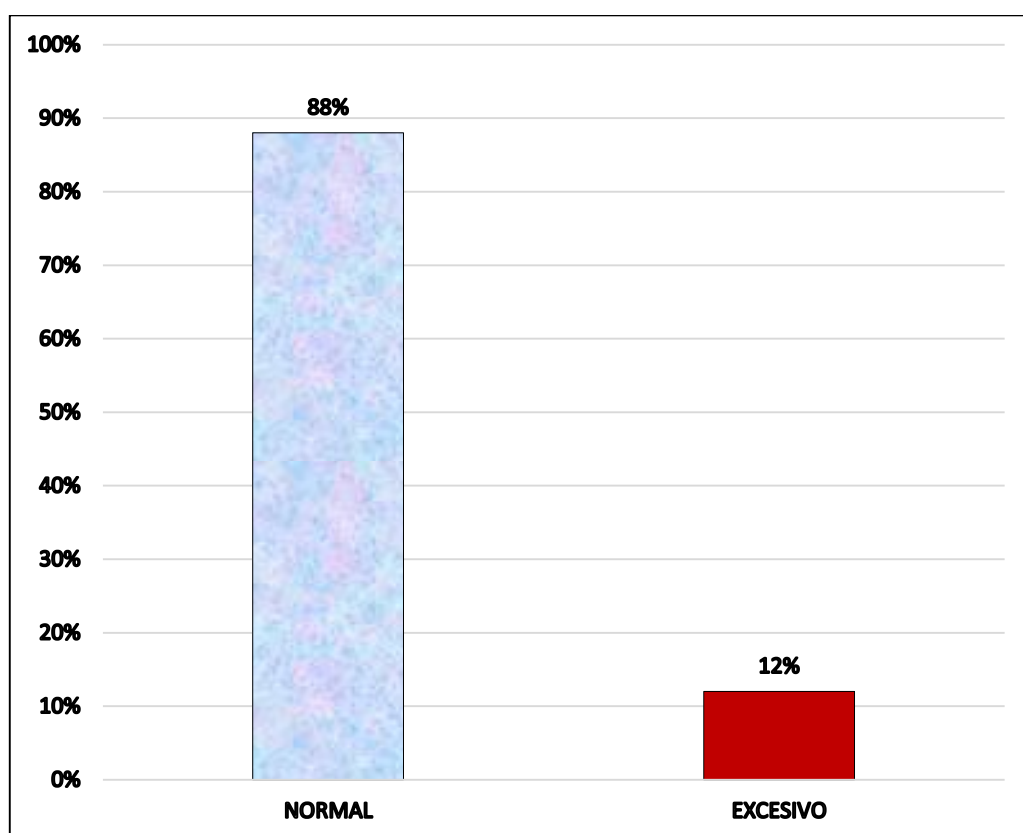


Fuente: elaborado por la autora.

4.7. El trabajo que tiene asignado ¿lo considera?

Se observa que el 88% de los empleados encuestados respondió que consideran “normal” el trabajo asignado, mientras que el 12% lo considera “excesivo”, este personal corresponde al de conserjería, debido a que cuando hay alta demanda no se abastece para atender a todos los huéspedes a la vez, ni tampoco cuentan con personal de apoyo que le permita brindar un adecuado servicio.

GRÁFICO N° 07: Consideración del trabajo.



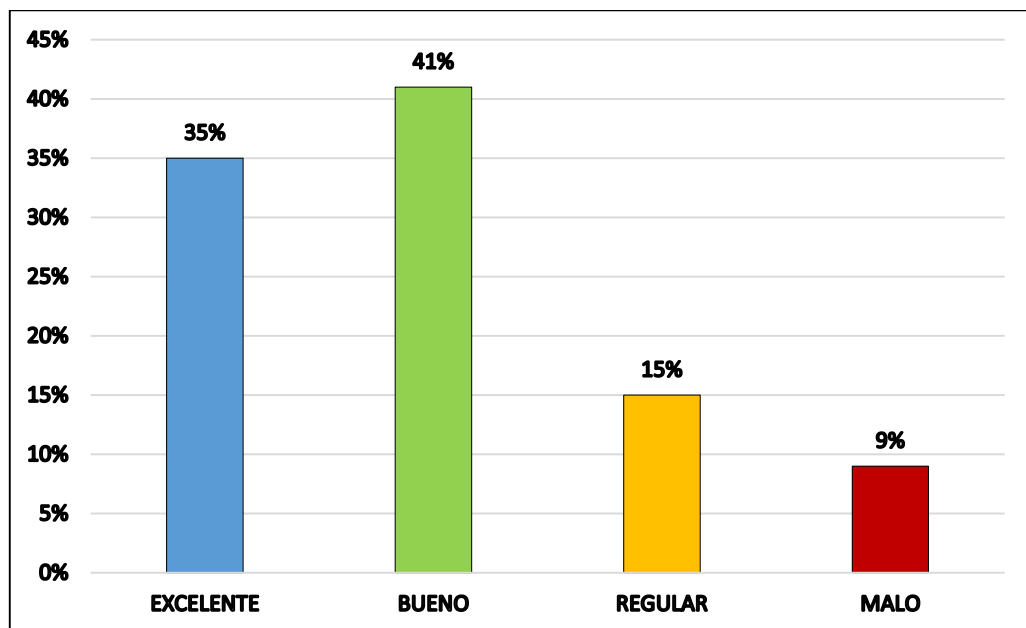
Fuente: elaborado por la autora.

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas hacia los huéspedes del Parthenon Hotel Iquitos:

4.8. Durante su estadía ¿cómo califica las instalaciones del Parthenon Hotel Iquitos?

En este punto se muestran los porcentajes correspondientes a los huéspedes encuestados, en donde se puede ver que el 35% califica de “excelente” las instalaciones del Parthenon Hotel Iquitos, frente a un 41% que lo califica de “bueno”, 15% de “regular”, mientras que el 9% lo califica de “malo”. Es oportuno señalar que, producto de las encuestas aplicadas y conversaciones con los encuestados, quienes lo califican de bueno, mayormente señalan que el hotel presenta problemas en su decoración y combinación en el estilo arquitectónico que presenta su infraestructura.

GRÁFICO N° 08: Calificación de las instalaciones del Parthenon Hotel.

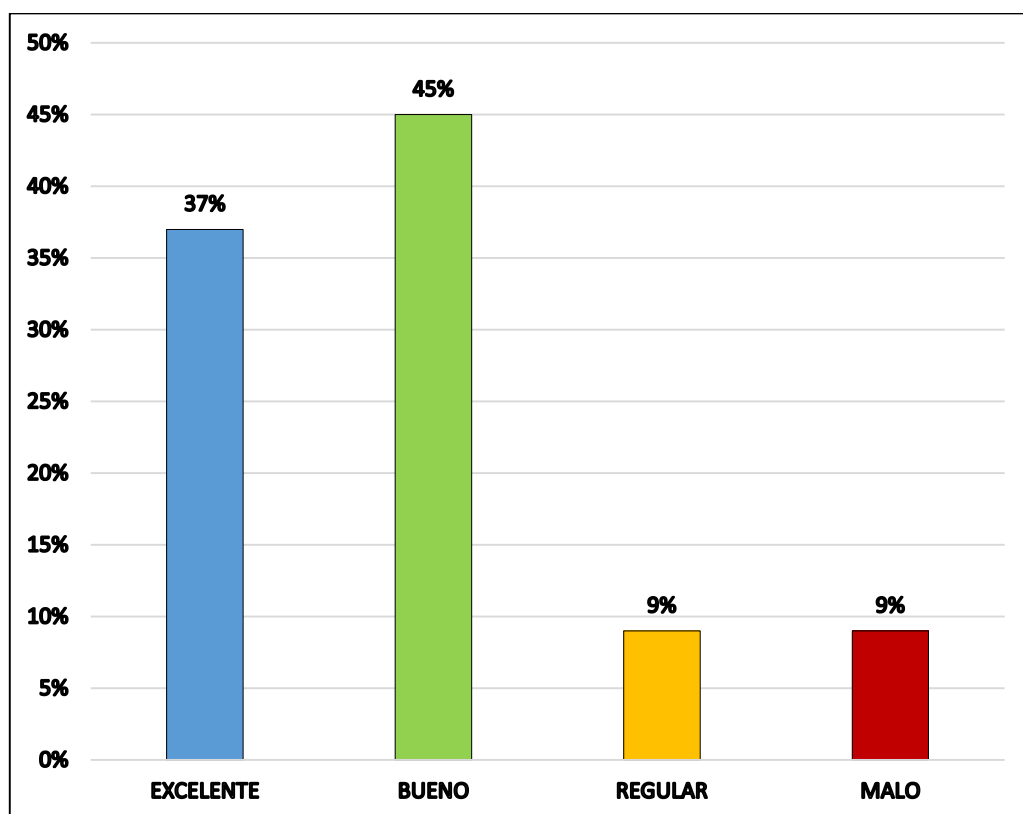


Fuente: elaborado por la autora.

4.9. Durante su permanencia ¿cómo califica el grado de atención recibido de los empleados en su estadía?

Se puede observar que el 37% de los huéspedes encuestados respondieron que es “excelente” el grado de atención recibido de los empleados, frente a un 45% que respondió como “bueno”, un 9% que califican entre “regular” y “malo” el grado de atención recibido de los empleados del Parthenon Hotel Iquitos. Con relación a esta respuesta, la mayoría señala al personal de house keeping y restaurant.

GRÁFICO N° 09: Grado de atención recibido.

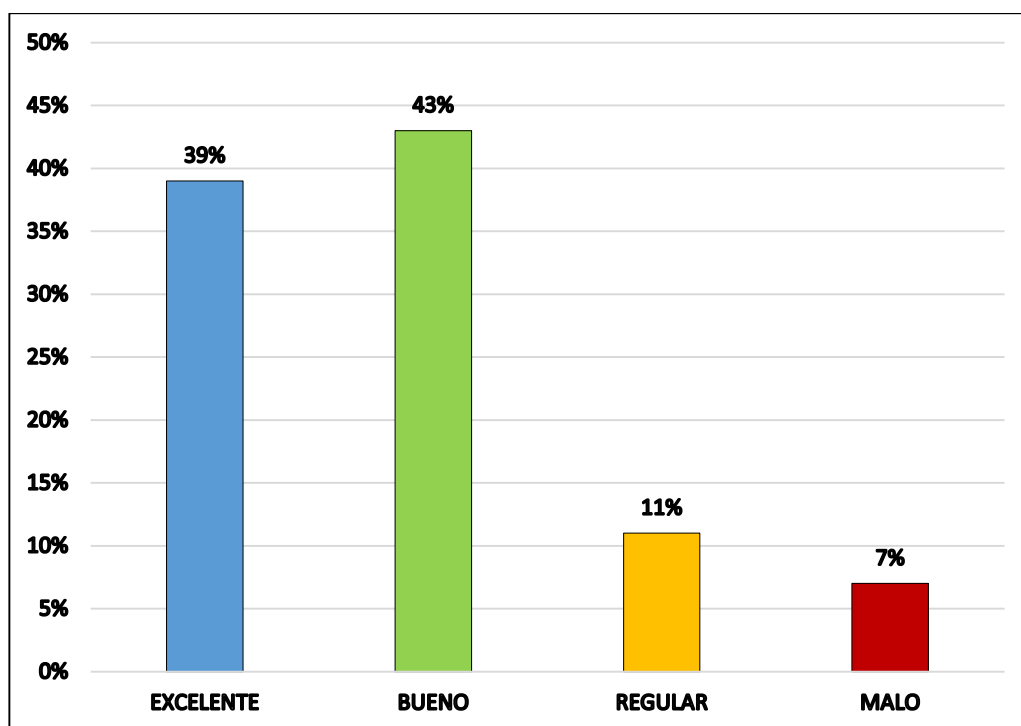


Fuente: elaborado por la autora.

4.10. Durante su estadía ¿Cómo considera el nivel de seguridad que brinda el Parthenon Hotel Iquitos?

Se puede observar que el 39% de los huéspedes encuestados respondieron que el nivel de seguridad es “excelente” en el hotel, frente a un 43% que indica es “bueno”, un 11% “regular”, mientras que el 7% dijo que es “malo”. En relación a la opinión de los encuestados ellos refieren que al ingresar al hotel les indican que pueden dejar en custodia sus objetos de valor, caso contrario el hotel no se responsabiliza por estas pérdidas. Y si en caso hubiera alguna pérdida, ello es debido a que no tomaron las precauciones pertinentes, a lo cual consideran que se viola la intimidad de la habitación.

GRÁFICO N° 10: Nivel de seguridad del Parthenon Hotel Iquitos.

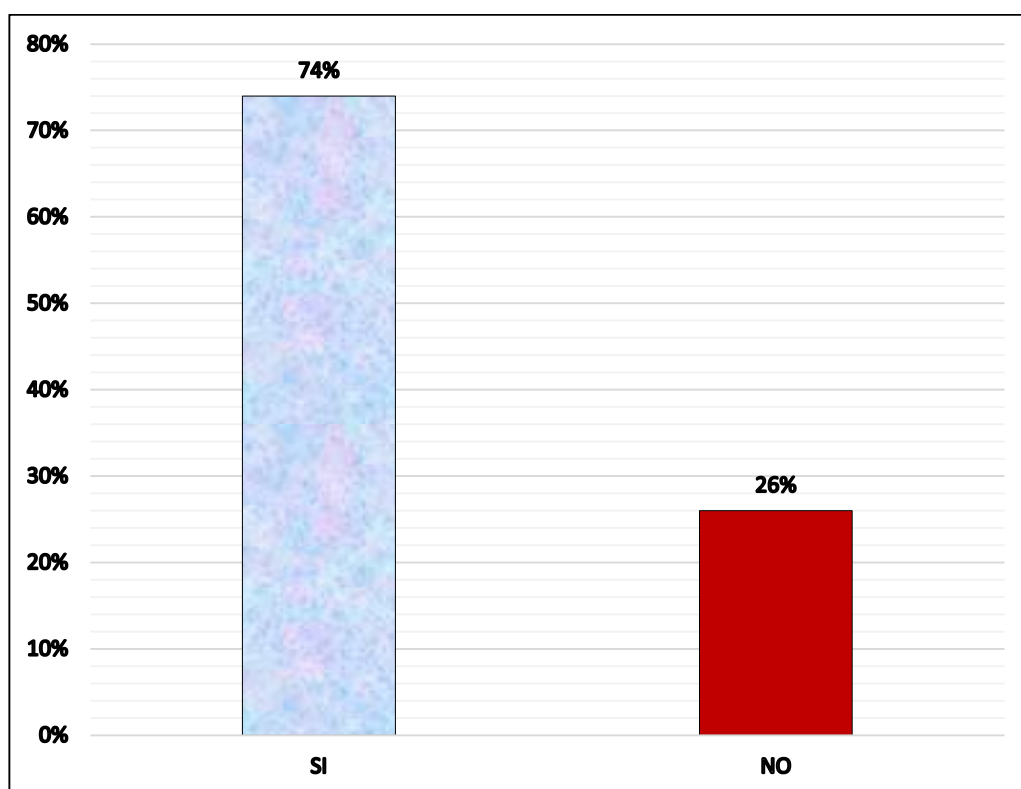


Fuente: elaborado por la autora.

4.11. Percibe Ud. que el personal que lo atiende ¿está debidamente capacitado?

En este gráfico se puede observar que el 74% de los huéspedes encuestados respondió que el personal del Parthenon Hotel “sí” está debidamente capacitado, mientras que el 26% respondió que “no” está debidamente capacitado. Con relación a la opinión de que el personal no está debidamente capacitado, señalan que mayormente no encuentran respuestas adecuadas a sus inquietudes en el personal de restaurant y house keeping.

GRÁFICO N° 11: Capacitación del personal.

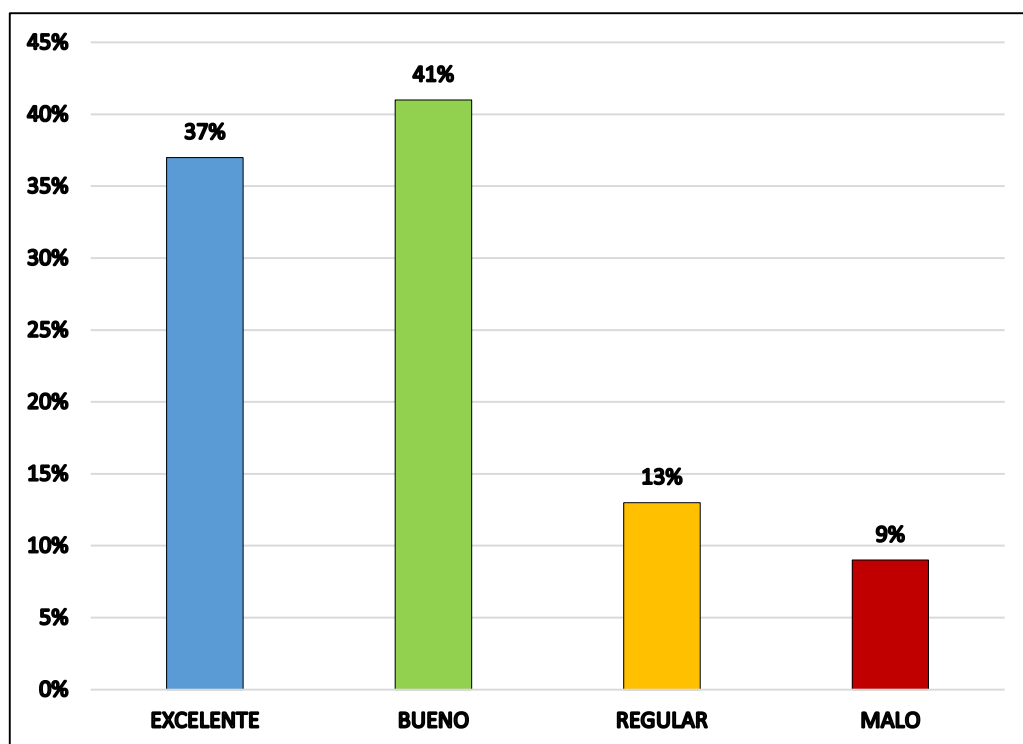


Fuente: elaborado por la autora.

4.12. Durante su permanencia ¿cómo califica la calidad de los productos y/o servicios ofrecidos en el hotel?

Se puede observar en este gráfico que el 37% de los huéspedes encuestados califica como “excelente” la calidad de productos y/o servicios ofrecidos en el hotel, frente a un 41% que lo califica de “bueno”, un 13% “regular”, mientras que el 9% dijo que es “malo”. Con relación a la opinión de los huéspedes, ellos indican que al hotel le falta implementarse de productos innovadores y mejorar los servicios de habitación para alcanzar el confort que ellos desean.

GRÁFICO N° 12: Calidad de los productos y/o servicios.

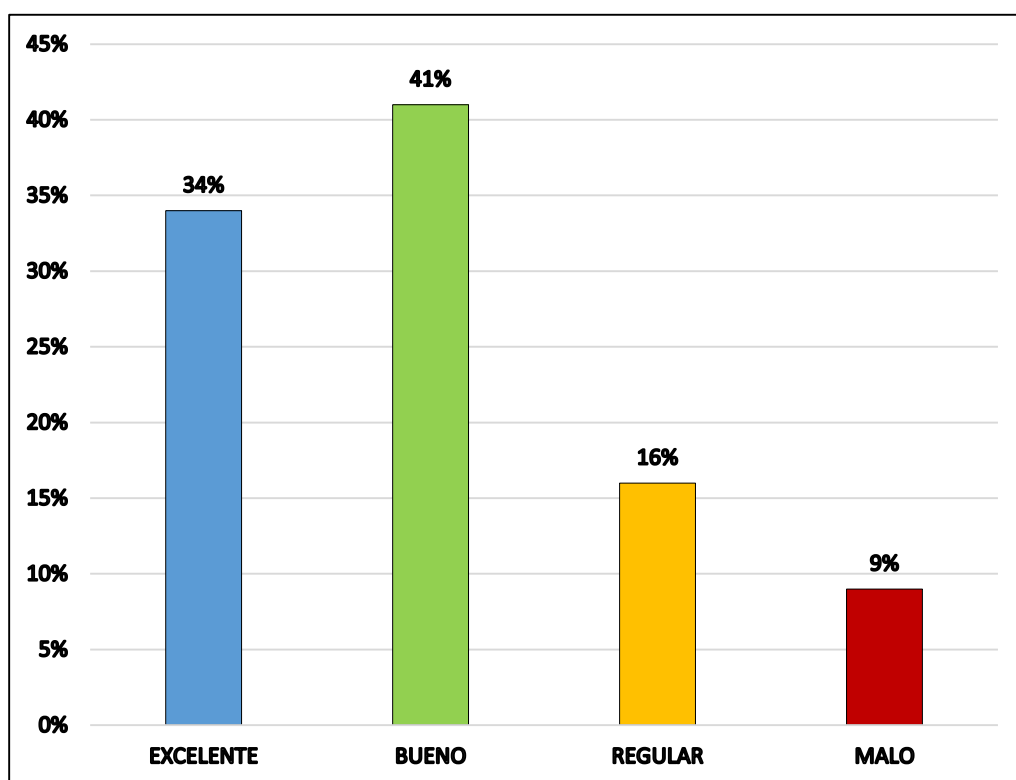


Fuente: elaborado por la autora.

4.13. Durante su estadía ¿cómo calificaría el nivel de satisfacción que recibió con el servicio?

Se puede observar en este cuadro que el 34% de los huéspedes encuestados califica como “excelente” el nivel de satisfacción recibido con el servicio en el hotel, frente a un 41% que lo califica de “bueno” y un 16% “regular”, mientras que el 9% lo califico de “malo”. Sin embargo, la opinión en gran parte de los huéspedes, es que los empleados del hotel están cumpliendo con peticiones, pero sin embargo les falta mejorar el servicio de conserjería y restaurant para alcanzar la satisfacción deseada.

GRÁFICO N° 13: Satisfacción del huésped.

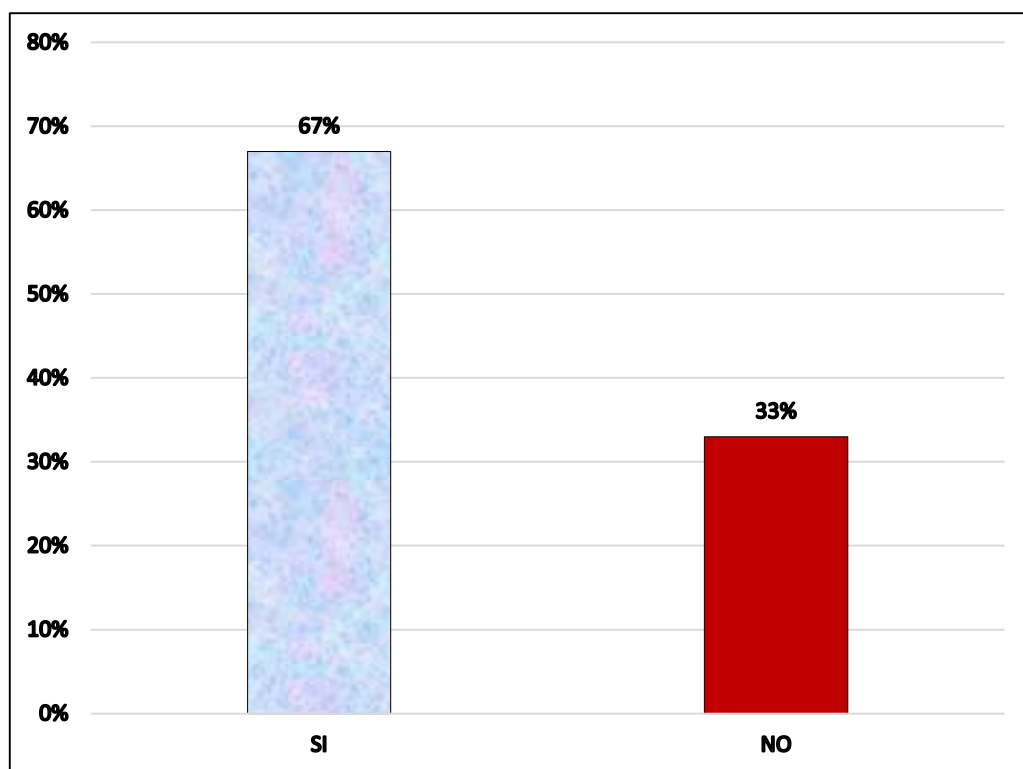


Fuente: elaborado por la autora.

4.14. De acuerdo al grado de satisfacción con los productos ofertados y los servicios ofrecidos ¿recomendaría el Parthenon Hotel Iquitos?

En este gráfico se puede observar que el 67% de los huéspedes encuestados respondió que “sí” recomendarían al Parthenon Hotel Iquitos, mientras que el 33% dijo “no”. Según la opinión de los huéspedes, ellos se encuentran a gusto con la atención y los servicios brindados, sin embargo, consideran que de mejorar los servicios de house keeping y restaurant, lograrían alcanzar el nivel de satisfacción deseado por parte de sus huéspedes, cual es tender a la excelencia.

GRÁFICO N° 14: Recomendación al Parthenon Hotel Iquitos.



Fuente: elaborado por la autora.

CONCLUSIONES

1. Cerca del 80% califica de manera positiva los aspectos incluidos en el cuestionario, de los cuales se puede deducir que el grado de satisfacción del cliente es alto, para así corroborar que el hotel está cumpliendo su misión, ya que esta busca la completa satisfacción de quienes los han elegido como su lugar de estancia.
2. Aproximadamente el 70% de los encuestados recomendaría al Parthenon Hotel Iquitos, ya que se sienten a gusto con la atención y los servicios brindados, sin embargo, comentaron que falta mejorar algunos servicios como los de house keeping y restaurant.
3. Alrededor del 80% de los huéspedes perciben que la decoración del establecimiento presenta contrariedades de acuerdo a su estilo arquitectónico, mientras que otros opinan que esta es lo que lo distingue de otros hoteles y por tal razón lo hace especial.
4. Otra percepción importante de los huéspedes con respecto a los empleados, es que los mismos, al momento de atenderles siempre transmiten una sensación de disposición para brindarles un mejor servicio o solucionar cualquier inconveniente que se le presente.

Finalmente se pudo comprobar que la elaboración de dos instrumentos distintos de evaluación fue indispensable, para ocupar todos los aspectos de satisfacción tanto en clientes como en empleados, para así poder concluir que las actitudes que adopten los elementos de una organización llevaran de la mano a todas aquellas percepciones positivas que surjan en los clientes generando de esta manera su propia satisfacción.

RECOMENDACIONES

1. En base a lo antes referido se recomienda al Parthenon Hotel Iquitos, no descuide el factor humano del establecimiento ya que precisamente son los empleados quienes la identifican, siendo que sus conocimientos y habilidades conforman sus rutinas de trabajo, por tal motivo es necesario fortalecer sus políticas de capacitación y aprendizaje especialmente en las áreas de house keeping y restaurant, con la única finalidad de ser una empresa altamente competitiva.
2. Que los directivos del establecimiento motiven más a sus empleados con el fin de que cumplan los objetivos del establecimiento y se comprometan a sentirse parte del mismo.
3. Que el hotel trabaje continuamente en el análisis y conocimiento de los elementos que consideren más importantes del comportamiento organizacional, para así identificar cómo evoluciona su capital humano y de esta manera poder integrar a aquellos que deseen ser parte de la empresa, lo que les permitirá trabajar en equipo y lograr sus planes.
4. Fortalecer y brindar información actualizada al personal en general en forma continua, para así lograr la línea de excelencia que los caracterizará como el mejor de su categoría.
5. Se plantea el siguiente esquema de desarrollo de especialidades:
 - a) Objetivos: institucionales (empresa).
 - b) Estrategias y capacidades humanas.
 - c) Matriz de planeamiento.
 - d) Inversión necesaria.
 - e) Indicador de resultados (para medir logros).

BIBLIOGRAFIA

- Chiavenato, Idalberto. 2009.** *Comportamiento Organizacional. La Dinámica del éxito en las organizaciones.* 2° edición. Pág. 6. Editorial Mc Graw Hill. Interamericana Editores, S.A. México.
- Fischman, David. 2011.** *Cuaderno de felicidad, la alta rentabilidad de la felicidad.* Editorial Universal Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C. Lima, Perú.
- Gonzales, P. 2003.** *Clasificación de Hoteles.* Editorial Trébol. Argentina.
- Grande, I. 2000.** *Marketing de los Servicios.* Tercera Edición. Editorial ESIC. España.
- Hellriegel Don, Slocum John. 2009.** *Comportamiento Organizacional.* 12a Edición. p4. Cengage Learning Editores. Méjico.
- Kotler, P; y Keller, K. 2006.** *Dirección de Marketing.* Duodécima Edición. Pearson Educación, S.A. México.
- Larrañaga, Leire. Términos de hotelería.** Recuperado de <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>
- Medina, Paola. 2007.** *Recepcionista del hotel.* Recuperado de <https://www.asesoriaplan-a.es/cursos/doc/curso-recepcionista-hotel.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. 2004.** *Reglamento de Establecimiento de Hospedajes.*
- Melo Yépez, Francys. 2015.** *El estilo de dirección y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Intiqa hotel, periodo 2012.* Tesis para optar el título de licenciado en administración. Universidad nacional del Altiplano

- Mesones Zúñiga, José Oscar y Saldaña Fuentes, Jeanncarlo Manuel. 2014.** *Calidad de los servicios brindados por un Hotel tres estrellas, desde la perspectiva del cliente. Chiclayo. Julio - septiembre, 2014.* Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración hotelera turismo ecoturismo y gastronomía, Universidad Privada Juan Mejía Baca.
- Mestres Soler, J. R. 1999.** *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera.* Ediciones Gestión 2000, 2ª ed., Barcelona, p. 1.
- Morfin, H. M. 2009.** *Administración de comedor y bar.* Editorial Trillas S.A. México.
- Muchinsky, P. 2002.** *Psicología aplicada al trabajo.* Editorial Thomson. México.
- Navarro, A. 2008.** *Gestión de Hoteles, Hostelería y turismo.* Editorial Vértice. España.
- Pérez Ríos, Cynthia Katterine. 2014.** *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012.* Tesis para optar al título de Contador Público. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Stephen, Robbins. 2004.** *Comportamiento Organizacional.* 10ª Edición. Tomo I p-8. Pearson Educación de México. S. A. Prentice-Hall INC. México
- Serna Gómez, Humberto. 2006.** *Conceptos básicos.* En Servicio al cliente (pp.19). Editorial Panamericana Ltda. Colombia.

ANEXOS

ANEXO 1: Instrumento de Recolección de datos

Encuesta para los empleados del hotel.

Tenga Ud. Un cordial saludo, le agradecería por favor responder a las siguientes preguntas marcando con una **(x)**.

Edad _____

Sexo _____

Puesto _____

Tiempo de labor en la empresa _____

1. Al momento de empezar a trabajar en el hotel ¿se le informó sobre todas las actividades que debía realizar?

() Si () No

2. Cuando inicio sus labores ¿el hotel le informó sobre las reglas que debía seguir?

() Si () No

3. Como trabajador del hotel ¿conoce los servicios que ofrece?

() Si () No

4. Para ver el rendimiento de su trabajo ¿se hacen reuniones laborales?

() Si () No

5. Cuando hace su trabajo ¿el hotel le reconoce su esfuerzo?

() Si () No

6. En su área de trabajo ¿qué tipo de horario es?

() Fijo () Variable

7. El trabajo que tiene asignado ¿lo considera?

() Normal () Excesivo

ANEXO 2: Instrumento de Recolección de datos

Encuesta para los Huéspedes del hotel.

Tenga Ud. Un cordial saludo, le agradecería por favor responder a las siguientes preguntas marcando con una **(x)**.

Edad _____

Sexo _____

Nacionalidad _____

Profesión _____

1. Durante su estadía ¿cómo califica las instalaciones del Parthenon Hotel Iquitos?

() Excelente () Bueno () Regular () Malo

2. Durante su permanencia ¿cómo califica el grado de atención recibido de los empleados que lo atendieron en su estadía?

() Excelente () Bueno () Regular () Malo

3. Durante su estadía ¿cómo considera el nivel de seguridad que brinda el Parthenon Hotel Iquitos?

() Excelente () Bueno () Regular () Malo

4. Percibe Ud. que el personal que lo atiende ¿está debidamente capacitado?

() Si () No

5. Durante su permanencia ¿cómo califica la calidad de los productos y/o servicios ofrecidos en el hotel?

() Excelente () Bueno () Regular () Malo

6. Durante su estadía ¿cómo califica el nivel de satisfacción que recibió con el servicio?

() Excelente () Bueno () Regular () Malo

7. De acuerdo al grado de satisfacción con los productos ofertados y los servicios ofrecidos ¿recomendaría al Parthenon Hotel Iquitos?

☐ Si ☐ No

¿Por qué? _____

8. ¿Qué sugerencias daría a la gerencia para mejorar el servicio o continuar con la misma calidad de acuerdo a su experiencia?

Sugerencias

ANEXO 3 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Indicadores	Índices
General ¿Cómo expresan su satisfacción los clientes durante su estadía en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013? Específico ¿Cómo expresan su satisfacción los clientes cuando solicitan una reserva en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013? ¿Cómo expresan su satisfacción los clientes cuando hacen la llegada al Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013? ¿Cómo expresan su satisfacción los clientes cuando solicitan atención en la habitación en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013? ¿Cómo expresan su satisfacción los clientes cuando hacen uso del restaurant en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013?	General Conocer la satisfacción de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013. Específico Identificar la satisfacción de reserva de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013. Identificar la satisfacción de llegada al hotel de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013. Identificar la satisfacción de atención en la habitación de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013. Identificar la satisfacción del uso de restaurant de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013.	Se observa mínima satisfacción de los clientes en el Parthenon hotel Iquitos, periodo 2013.	Satisfacción de los clientes en el Parthenon Hotel Iquitos, periodo 2013.	1. Reserva. 2. Llegada al hotel 3. Atención en la habitación. 4. Uso de restaurante	1.1. Grado de cumplimiento. 1.2. Fallas observadas. 2.1. Atención percibida 2.2. Grado de amabilidad. 3.1. Grado de limpieza. 3.2. Responsabilidad por la seguridad de los bienes del cliente. 3.3. Respaldo ante contingencias. 4.1. Grado de cumplimiento de los servicios ofertados. 4.2. Percepción de la limpieza. 4.3. Precio comparativo. 4.3. Variedad de platos que se ofertan. 4.4. Nivel de atención.