

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
DEL HOTEL PULLMAN, TRUJILLO, 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración

Autor:

Edelmira del Rosario Leon Castillo

Asesor:

Mg. Maria del Carmen D'angelo Panizo

<https://orcid.org/0000-0003-0784-740X>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Rossana Magally Cancino Olivera	17818053
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Julio Octavio Sánchez Quiróz	40003184
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Higinio Wong Aitken	18160533
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Dedico mi tesis de todo corazón a mi madre, que desde el cielo está muy orgullosa de mis logros, a mi segunda madre, Mercedes A. Castillo Altamirano, por todo el apoyo y sacrificio que ha hecho para poder llegar hasta donde estoy, siempre dándome sus palabras de aliento para no decayera en este camino, y a pesar de la distancia siempre está conmigo.

A mi compañero de vida, que siempre está a mi lado apoyándome en este camino, siempre alentándome a que no me rinda y diciéndome que Dios tiene algo muy bueno preparado para mí, que siempre luche por mis sueños que las personas que me aman siempre estarán conmigo y nunca me dejarán.

AGRADECIMIENTO

Agradezco ante todo a Dios, por haberme dado salud y mucha sabiduría durante este camino, a mi familia que siempre me apoyo en todo momento, también a la Universidad Privada del Norte, que me dio la oportunidad de comenzar una carrera profesional, y a los docentes que me brindaron sus conocimientos, para poder culminar con mi proyecto de investigación.

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	18
1.3. Objetivos	18
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	21
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	42
REFERENCIAS	49
ANEXOS	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Rangos y nivel de confiabilidad	25
Tabla 2 Coeficiente Alpha de Cronbach de los Instrumentos	25
Tabla 3 Prueba de Kolmogorof Smirnov de las variables y dimensiones a contrastar	31
Tabla 4 Valores del Coeficiente de Correlación	32
Tabla 5 Resultados de la variable Calidad de Servicio	33
Tabla 6 Resultados de la variable Satisfacción del Cliente	34
Tabla 7 Correlación entre la variable Calidad de servicio y la variable Satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021	35
Tabla 8 Correlación entre la dimensión Elementos Tangible y la variable Satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021	36
Tabla 9 Correlación entre la dimensión Fiabilidad y la variable Satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021	37
Tabla 10 Correlación entre la dimensión Capacidad de respuesta y la variable Satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021	39
Tabla 11 Correlación entre la dimensión seguridad y la variable Satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021	40
Tabla 1 Carrelación entre la dimensión Empatía y la variable Satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Esquema de Investigación.....	21
Figura 2 Esquematización del Diseño de Investigación.....	22
Figura 3 Resultados de la variable Calidad de Servicio	33
Figura 4 Resultados de la Variable Satisfacción del Cliente	34

RESUMEN

En la presente investigación se tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021; la investigación desarrollada es de tipo No experimental y con diseño transeccional correlacional; la muestra del estudio estuvo constituida por 161 huéspedes del hotel Pullman que se hospedaron durante el primer trimestre del año 2021; se aplicó como instrumentos de recolección de datos la escala de Servperf de 22 preguntas y la escala de satisfacción del cliente de Kotler y Armstrong con 15 preguntas para medir la calidad de servicio y la satisfacción del cliente respectivamente; al procesar la data recolectada se encontró que existe una relación significativa, positiva y de magnitud alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.846; además se encontró que cada una de las dimensiones de la calidad de servicio también presentan una relación significativa y positiva con la satisfacción del cliente; por tanto se concluye que para los clientes del Hotel Pullman la valoración del servicio en su conjunto que el hotel ofrece es un factor muy importante para construir su satisfacción.

PALABRAS CLAVES: Calidad de servicio, satisfacción del cliente.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La organización Hotel Pullman, es una empresa familiar Trujillana constituida en el año 2005, con 16 años en el mercado hotelero, su calidad en la atención y servicio es importante y queremos saber la satisfacción de servicio de sus clientes.

Las organizaciones modernas reconocen que el mundo altamente competitivo las obliga a cambiar constantemente para adaptarse a las nuevas tendencias en productos, servicios, intereses, gustos y comportamientos; en ese sentido Diago (2005) afirma Las organizaciones contemporáneas reconocen el alto dinamismo del mercado y aceptan que ya no es suficiente diseñar productos y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes, sino que deben enfocarse en satisfacer las expectativas de los clientes, lo que se conoce como calidad de servicio.

Sin embargo; Bernal (2018) indica que para la mayoría de las organizaciones en América Latina, la gestión de la calidad del servicio no es su máxima prioridad. En cambio, la experiencia del cliente está empeorando debido a la visión obsoleta del negocio, uno de sus principales defectos es que aún ven la calidad del servicio como un recurso que los diferencia de sus competidores, pero no la ven como un factor clave en ganarse la vida.

Asimismo, Bernal (2018) detalla que en Colombia el 95% de las organizaciones admiten no conocer las expectativas de sus clientes; y, por tanto, no gestionan su calidad de servicio, esto genera que el 54% de los consumidores califica como deficiente la calidad de servicio que brindan las empresas de los 10 principales sectores económicos.

En cuanto a la calidad de servicio en el Perú, el diario Gestión (2019) presenta los resultados de un estudio realizado por Global Research Marketing (GRM), donde se identificó que la calidad de servicio determina en la decisión de compra del 60% de limeños;

asimismo, se encontró que un 71% de individuos no vuelve a consumir en un negocio ante una experiencia negativa de servicio; y además el 36% de estos publica su mala experiencia de servicio en redes sociales; también se identificó que las características del servicio más valoradas por los limeños son la amabilidad, el conocimiento del producto y la rapidez en la atención.

Del mismo modo Untiveros et al. (2020) afirman que la gestión de la calidad de servicio no es una costumbre en las empresas peruanas que tienen un mayor enfoque en el servicio principal; por tanto, la industria hotelera local pierde su cuota de mercado ante la aparición de grandes cadenas hoteleras internacionales, las cuales administran la calidad de servicio de manera efectiva.

El portal BBC News (2021) precisa cómo la pandemia de Covid-19 ha afectado a todas las economías del mundo, y específicamente en el sector turismo el rubro hotelería es el de mayor afectación con millones de puestos de trabajo perdidos y la quiebra de muchas empresas, además indica que en el sector se irá recuperando paulatinamente alcanzando los niveles previos a la pandemia recién en el año 2025.

Asimismo, el sector turismo y el rubro hotelero es también en definitiva el más afectado en el Perú por la pandemia de Covid-19, de acuerdo con el Instituto Peruano de Economía (IPE, 2021) sólo en el sur del Perú (Arequipa, Puno, Tacna, Moquegua, Apurímac y Cuzco) durante el año 2020 se perdieron 154 mil empleos; siendo la ciudad de Cuzco la que mayor impacto negativo tuvo al disminuir en 73.8% los visitantes en comparación con el año 2019.

El Hotel Pullman es un hotel de 3 estrellas que se ubica en la calle Pizarro cuadra 8 en pleno centro histórico de la ciudad de Trujillo, a 3 cuadras de la plaza de armas; tiene 16

años de funcionamiento y ofrece cómodas habitaciones, suites, servicio de restaurant, auditorio y living para brindar la mejor experiencia a sus huéspedes.

Durante sus 16 años de atención, el Hotel Pullman ha ido modernizando su infraestructura, mejorando sus servicios y aumentando su clientela, en el año 2019 el promedio de huéspedes mensuales fue de 325; y debido a la emergencia sanitaria causada por el virus del SARS-CoV-2 y las medidas restrictivas dispuestas por el gobierno durante el año 2020 se redujo considerablemente la demanda hasta llegar a un promedio de 51 huéspedes mensuales, y en el primer trimestre del año 2021 con medidas menos restrictivas se registró un promedio de 92 huéspedes mensuales; los directivos del hotel buscan mejorar la captación de huéspedes y acercarse a las cifras registradas en el año 2019; sin embargo, ante la alta competencia de hoteles y la reducción significativa de turistas, es necesario que el Hotel Pullman gestione eficazmente su calidad de servicio y de esta manera aumente el nivel de satisfacción de sus huéspedes y su consecuente fidelización.

Antecedentes de la investigación

Se revisó diversos antecedentes internacionales y nacionales que abordan las variables de estudio y se presentan a continuación.

Internacionales

El artículo científico de Morillo y Morillo (2017) titulado “Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela” es un estudio de tipo no experimental que buscó analizar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en servicios de alojamientos turísticos del estado de Mérida, se tomó una muestra de 397 usuarios de 186 alojamientos turísticos y se les aplicó el instrumento SERVQUAL, se encontró que existe una asociación positiva entre la calidad de servicio y

la satisfacción del usuario; asimismo se demostró que la categoría del establecimiento incide en el nivel de satisfacción del usuario.

Toala y Hinojosa (2021) en su artículo titulado “ Satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil – Ecuador” fue un estudio de tipo no experimental que buscó analizar la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio en el hotel de la ciudad de Guayaquil – Ecuador, para este fin utilizó un cuestionario de 32 items asociados al hotel, tuvo como resultados que el grado de satisfacción de los clientes se ubicó muy satisfecho, se concluyó que si existe una relación positiva moderada entre satisfacción del cliente y calidad de servicio.

Asimismo, Méndez (2021) en su artículo titulado “Medición de la satisfacción a través de los atributos de la calidad percibida en una muestra de clientes de hoteles” fue un estudio no experimental que buscó analizar la relación entre la calidad percibida y la satisfacción, para ello utilizaron un cuestionario a los clientes, donde tuvo como resultado que los si existe una relación positiva entre la calidad y satisfacción del cliente, asimismo se demostró que esta relación entre las dos variables ya mencionadas es a base de una regresión logística efectuada ya que con ello dan calidad al servicio que ofrecen a sus clientes.

Nacionales

Oviedo (2019) en su tesis titulada “Relación calidad de servicio y la Satisfacción del cliente del Hostal Ameron Provincia de San Román 2019”, desarrollada para optar el grado de Administrador en la Universidad Peruana Unión, Juliaca, es una investigación de tipo transeccional correlacional que buscó determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un hostel en la ciudad de Juliaca, seleccionó como muestra a 195 huéspedes del hostel y les aplicó un cuestionario de 22 preguntas según el modelo Servperf para medir la calidad de servicio con las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía, asimismo se aplicó un cuestionario

de 6 preguntas para medir la satisfacción del cliente con las dimensiones confiabilidad, satisfacción y lealtad. Se obtuvo como resultado la existencia de una relación significativa y positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de magnitud moderada con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.489 y un valor sig de 0.00.

El artículo científico de Larico (2019) titulado “Calidad de Servicio y satisfacción del Cliente en los Hoteles de la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román, año 2019”, es una investigación de tipo no experimental con diseño transeccional correlacional que buscó conocer la relación existente entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los principales restaurantes del distrito de Juliaca, para este fin seleccionó una muestra de 283 clientes y se les aplicó el cuestionario de calidad de servicio SERVQUAL y el cuestionario de satisfacción del cliente de Kotler, obteniendo como resultado que existe una relación positiva, significativa y de magnitud moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente con un p valor de 0.01 y un Rho de Spearman de 0.53; asimismo se identificó la calificación “regular” como la predominante en calidad de servicio (71.4% de los clientes) y la calificación “medio” como la predominante en satisfacción del cliente (68.6% de los clientes).

La tesis de Panduro y Rojas (2018) titulada “Relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el Hotel Sauce Resort del distrito de Sauce, San Martín, 2018” desarrollada para optar el grado de Administrador en turismo por la Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú, consiste de una investigación de tipo no experimental, transeccional correlacional que tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente de un hotel resort, se tomó una muestra de 282 clientes a quienes se les aplicó el cuestionario SERVQUAL de 22 preguntas para medir la calidad de servicio y un cuestionario de 12 preguntas en escala de Likert para medir la

satisfacción del usuario con las dimensiones, comunicación, transparencia y expectativas; se obtuvo como resultado que existe una relación directa y significativa de magnitud baja entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente con un valor de Rho de Spearman de 0.291 y un p valor de 0.00; asimismo se identificó que existe una relación directa y significativa de magnitud muy baja entre la empatía y satisfacción del cliente con un valor de Rho de Spearman de 0.195; que existe una relación directa y significativa de magnitud baja entre la fiabilidad y satisfacción del cliente con un valor de Rho de Spearman de 0.241; que existe una relación directa y significativa de magnitud baja entre la seguridad y satisfacción del cliente con un valor de Rho de Spearman de 0.386; que existe una relación directa y significativa de magnitud muy baja entre la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente con un valor de Rho de Spearman de 0.208; y que existe una relación directa y significativa de magnitud muy baja entre los elementos tangibles y satisfacción del cliente con un valor de Rho de Spearman de 0.111.

La tesis de Saldivar (2017) titulada “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el hotel "Centenario" de la ciudad del Cusco, periodo 2016” desarrollada para optar el grado de Magíster en Administración en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, consiste de una investigación de tipo No experimental de diseño transversal correlacional que tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de un hotel en la ciudad de Cuzco; se seleccionó una muestra de 120 usuarios del hotel y se les aplicó dos cuestionarios en escala de Likert bajo el modelo Servperf, se tuvo como resultado que existe una relación significativa y positiva de magnitud alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario con un Rho de Spearman de 0.787 y un nivel de significancia de 0.00.

La tesis de Del busto (2021) titulada “Recepción de la calidad y satisfacción del servicio en Hoteles de dos Estrellas de Huanuco 2020” desarrollada para optar el título de Administrador en la Universidad San Ignacio de Loyola, es una investigación de tipo No experimental y diseño transeccional correlacional, que buscó establecer la relación entre la percepción de la calidad y la satisfacción del servicio de los turistas en los hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huánuco, tomó como muestra a 66 clientes del hotel en estudio y les aplicó dos cuestionarios, el primero de 20 preguntas, se obtuvo como resultado que existe una relación directa, significativa y magnitud alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.705 y valor p de 0.00; además se encontró que existe una relación significativa, directa de magnitud media entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.716; que existe una relación significativa, directa de magnitud alta entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.735; que existe una relación significativa, directa de magnitud alta entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.781; que existe una relación significativa, directa de magnitud media entre la seguridad y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.682 y que existe una relación significativa, directa de magnitud alta entre la empatía y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.785.

La tesis de Còrdova (2021) titulada “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Hotel San Marino, Morales 2020”, desarrollada para optar el grado de maestro en Administración de Negocios, de la Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto. Su población fue de 85 visitantes que se hospedaron en el hotel, de los cuales, participaron 70 huéspedes de los meses de setiembre, octubre y noviembre, tomado del Libro de Registro de Huéspedes del Hotel, el método de investigación fue de tipo básico, de diseño no experimental,

descriptivo correlacional, de corte transversal, los resultados mostraron el nivel de la calidad de servicio regular con un 62,9%, y el nivel de satisfacción del cliente del Hotel fue regular con un 65,7%, y se concluyó que existe relación entre calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el Hotel San Marino, Morales, 2020. ya que el coeficiente de correlación de Rho Spemann mostró un valor de 0,704, reflejando una correlación positiva moderada, evidenciándose relación entre las variables, mientras, la significativas fue de un 0,00, siendo menor al 0.01, de esta manera, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación.

La tesis de Mondragon y Teran (2021) Titulada calidad del servicio y satisfacción de los huéspedes de las empresas hoteleras Cajamarca – 2019, desarrollada para optar el titulo de Administracion en la Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, la investigación de tipo aplicada, de alcance descriptiva correlacional y de enfoque cuantitativa. El diseño de investigación es no experimental de corte transversal; la población y muestra estuvo conformada por 70 huéspedes de los dos hoteles reconocidos de la ciudad que por lo menos utilizaron el servicio una vez. Para la recolección de datos se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se aplicaron dos encuestas cada una para su respectiva variable. Se llegó a la conclusión que existe una relación directa, positiva y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los huéspedes de las empresas hoteleras Cajamarca – 2019, con un índice de correlación de Rho de Spearman = 0,784.

Asimismo, las teorías relacionadas al tema:

Variable 1: Calidad de servicio.

De acuerdo con Tschohl (2014) calidad de servicio es la disposición de los recursos de la organización en busca de conseguir la satisfacción de sus clientes, principalmente el recurso

humano, es decir, todos los empleados que laboran en la empresa y que de manera directa o indirecta contribuyen a construir la experiencia de servicio en el cliente. Asimismo, Tschohl (2014) indica que la calidad de servicio implica perfeccionar las siguientes actitudes: preocupación y consideración por los demás, cortesía, integridad, confiabilidad, disposición para ayudar, eficiencia, disponibilidad, amistad, conocimientos y profesionalismo.

Setó (2004) define la calidad del servicio como la comparación entre el desempeño del servicio percibido por el cliente y sus expectativas, es decir el cliente es quien define el nivel de calidad de servicio que brinda una organización; de igual modo Vargas y Aldana (2014) precisan que la calidad de servicio se define como la diferencia existente entre los deseos o expectativas de los usuarios y sus percepciones por el servicio recibido; por tanto, para otorgar un nivel de calidad de servicio que genere alto nivel de satisfacción en los usuarios, es indispensable identificar las expectativas del cliente y en base a estas diseñar las características de calidad en el servicio que se ofrece.

Gosso (2010) afirma que la calidad de servicio es el grado de cercanía que existe entre lo que brinda el producto y las expectativas del cliente. En consecuencia, la calidad de servicio es un tema a subjetivo, ya que, de acuerdo a sus propias expectativas, distintos clientes pueden calificar con distintos grados de calidad de servicio a una misma experiencia de servicio. Por otro lado, indican que “La calidad del servicio incluye satisfacer las expectativas de los clientes sobre qué tan bien el servicio satisface sus necesidades” (Gosso, 2010, p.18).

Ibarra y Casas (2015) indican que una alternativa al modelo Servqual, fue diseñado en el año 1994 por Cronin y Tayer denominado modelo Servperf, este modelo mantiene las mismas cinco dimensiones del modelo Servqual, sin embargo la diferencia es que mide únicamente

las percepciones de los clientes y deja de lado la medición de las expectativas y por consiguiente el cálculo de las “brechas de calidad de servicio” pues considera que es muy complejo medir las expectativas del cliente al intentar predecir una posibilidad de un hecho futuro, haciendo demasiada intangible dicha medición.

Se cogieron las siguientes dimensiones : Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Cronin y Tayer (2019).

Variable 2 , satisfacción del cliente:

En este sentido Armstrong y Kotler (2013) precisan que el rendimiento percibido del servicio es el determinante para la satisfacción del cliente; si este alcanza a sus expectativas, el cliente estará satisfecho, en caso el rendimiento percibido fuera inferior a sus expectativas, el cliente estará insatisfecho; y cuando el rendimiento percibido es superior a sus expectativas, el cliente queda satisfecho, complacido y fidelizado, Lovelock et al. (2017) indican que las organizaciones buscan satisfacer a sus clientes pues constituye un medio para conseguir sus metas organizacionales; al existir una relación de magnitud alta entre la satisfacción del cliente con la fidelización, que es un factor clave para el aumento de las ventas y la rentabilidad del negocio.

Armstrong y Kotler (2013) indican que toda organización obtiene grandes beneficios cuando logra satisfacer a sus clientes, entre estos mencionan en primer lugar a la lealtad del cliente, pues un cliente satisfecho siempre regresa, además la empresa tendrá difusión gratuita de sus servicios pues un cliente satisfecho comunica sus experiencias positivas a su círculo social; obteniendo nuevas ventas y ganando participación de mercado, lo que impacta positivamente en la rentabilidad del negocio.

Se cogieron las siguientes dimensiones: Rendimiento percibido, expectativas, nivel de satisfacción.

1.1.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

1.2.2. Objetivos específicos

- Medir el nivel de calidad de servicio en el Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Medir el nivel de satisfacción en el Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Identificar la relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Identificar la relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Identificar la relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Identificar la relación existente entre la seguridad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Identificar la relación existente entre la empatía y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

1.3. Hipótesis

1.3.1. Hipótesis general

- **H₁**: Existe relación significativa entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- **H₀**: No existe relación significativa entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

1.3.2. Hipótesis específicas

- Existe una relación positiva y significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Existe una relación positiva y significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Existe una relación positiva y significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Existe una relación positiva y significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- Existe una relación positiva y significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

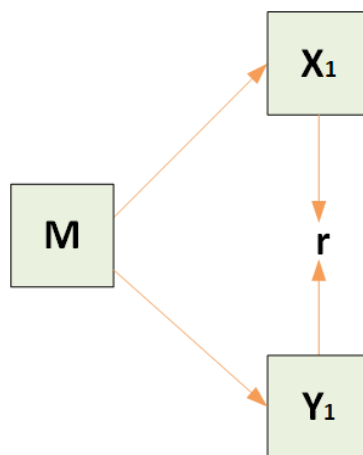
Investigación de tipo No experimental, pues durante su ejecución no se realiza manipulación de las variables, y el investigador se limita a observar, medir y analizar fenómenos relacionados a las variables de estudio en su contexto natural (Hernández y Mendoza, 2018).

Diseño transeccional o transversal, pues se recolecta la data en un tiempo único; es decir evalúa una situación en un momento dado (Hernández y Mendoza, 2018).

Transeccional correlacional, pues se busca establecer la relación existente entre las variables de estudio en un momento determinado (Hernández y Mendoza, 2018).

Figura 1

ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Elaboración propia.

Dónde:

M: Muestra

X1: Observación de variable calidad de servicio

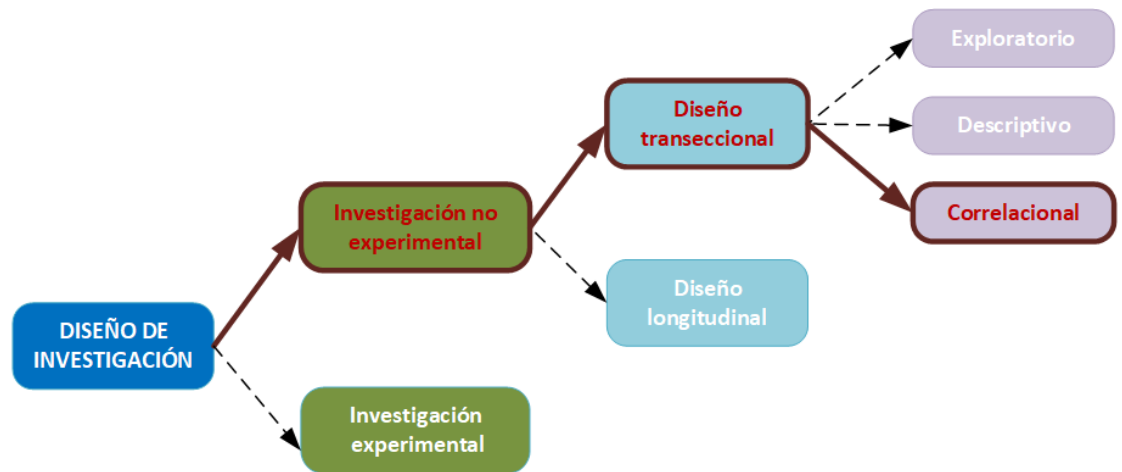
Y1: Observación de variable satisfacción del cliente

r: Correlación entre variables

En la figura 2 se esquematiza el diseño de investigación

Figura 2

ESQUEMATIZACIÓN DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Hernández y Mendoza (2018)

2.2. Población y muestra

a) Población

La población se encuentra constituida por el conjunto de las unidades de estudio que concuerdan con determinadas características (Hernández y Mendoza, 2018).

La población de la presente investigación está constituida por los huéspedes del hotel Pullman que se hospedaron durante el primer trimestre del año 2021; es así que la población asciende a 277 huéspedes del hotel Pullman de la ciudad de Trujillo, en el anexo 6 se presenta el listado de los huéspedes que forman parte de la población.

b) Muestra

La muestra es una parte de la población sobre la cual se aplicaron los instrumentos elegidos para recoger información pertinente; asimismo, la muestra debe de ser representativa de dicha población (muestra probabilística) si se desea generalizar los resultados encontrados en la muestra a toda la población (Hernández y Mendoza, 2018).

Por tanto, para la presente investigación se trabaja con una muestra probabilística y su tamaño se calculó con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = número de elementos de la muestra

N = número de elementos del universo = 277

p, q = probabilidad de éxito o fracaso, si no se conoce p = 0.5 y q = 0.5

Z = valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido (95%) = 1.96

e = margen de error permitido (0.05)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 277}{0.05^2(277 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 161.19$$

$$n = 161$$

El cálculo del tamaño de muestra arroja un valor de: n = 161 huéspedes del hotel Pullman que se hospedaron durante el primer trimestre del año 2021.

Para elegir los elementos de la muestra probabilística, a partir del listado total de clientes del hotel Pullman que se hospedaron durante el primer trimestre del año 2021 que se presenta en el anexo 5, se elegirán aleatoriamente a 161 empleando números aleatorios generados con el soporte de la herramienta MS Excel 2019.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Morán y Alvarado (2013), las técnicas son las reglas generales operativas para manejar los instrumentos de acuerdo con el método científico; en tanto, un instrumento de recolección de datos es el mecanismo que permite recabar datos para luego analizarlos y debe de cumplir con las condiciones establecidas por la técnica correspondiente.

- **Técnicas de recolección de datos**

- **La encuesta**, esta técnica brinda las reglas generales para aplicar el instrumento cuestionario en la muestra seleccionada: 161 huéspedes del hotel Pullman; y se aplicó para cuantificar las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente.

- **Instrumentos**

- **El cuestionario**, es el instrumento que se empleó para recolectar los datos directamente de la muestra de estudio y medir las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente; por tanto, se empleó dos cuestionarios:

- ❖ **Cuestionario de Calidad de servicio**

- Nombre del instrumento: SERVPERF
- Creador: Cronin y Tayler en el año 1994
- N° de preguntas: 22
- Tipo de administración: Individual
- Dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad
- Tipo de escala: Escala de Likert – ordinal (valores del 1 - 5)

- ❖ **Cuestionario sobre Satisfacción del cliente**

- Nombre del instrumento: Escala de satisfacción del cliente
- Fundamento teórico: Kotler y Amstrong
- N° de items: 15
- Dimensiones que mide: Rendimiento percibido, expectativas y nivel de satisfacción
- Tipo de escala: Escala de Likert – ordinal (valores del 1 – 5)

– Confiabilidad de los instrumentos

Se evalúa el nivel de confiabilidad de los instrumentos según los valores de la figura 3

Tabla 1

Rangos y Nivel de Confiabilidad

RANGO	NIVEL DE CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Nula confiabilidad
0.54 a 0.59	Baja confiabilidad
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1.00	Perfecta confiabilidad

Fuente: Ñaupas et al. (2018)

Tabla 2

Coefficiente Alpha de Cronbach de los instrumentos

Instrumento de calidad de servicio <i>Servperf</i>		Instrumento de satisfacción del cliente <i>Escala de satisfacción del cliente</i>	
Alpha de Cronbach	N de elementos	Alpha de Cronbach	N de elementos
0.951	22	0.922	15

Fuente: Ibarra y Casas (2015), Avilés (2019)

Nota: El coeficiente Alpha de Cronbach para el instrumento Servperf que mide la variable calidad de servicio y sus dimensiones es de 0.951 lo que indica una excelente confiabilidad; además dicho instrumento se ha aplicado exitosamente en una gran cantidad de investigaciones como la

tesis de Avilés (2019) y la tesis de Oviedo (2019); en tanto, el valor del coeficiente Alpha de Cronbach para el instrumento Escala de satisfacción al cliente es de 0.922 lo que indica una excelente confiabilidad; además dicho instrumento fue aplicado satisfactoriamente en la investigación de Avilés (2019).

Validez del instrumento

Los instrumentos aplicados en la presente investigación fueron debidamente validados por el Mg. Julio Octavio Sánchez Quiroz, Mg. Daniel Ramos Valeriano y Mg. Dora Luz Zegarra Escalante, quienes indicaron que cumplen con las condiciones para aplicarlo en la investigación; el formato de validación se presenta en el anexo 5.

- **Análisis de datos**

- **Estadística descriptiva**

Luego de la recolección y tabulación de los datos en Excel 2019, se procesó y analizó la data aplicando la estadística descriptiva para calcular medias, sumas, semisumas de los valores acumulados para cada variable y para cada dimensión de las variables; además, se obtendrá tablas de distribución de frecuencias y sus gráficas respectivas, identificando los niveles más frecuentes de gestión por cada variable.

- **Estadística inferencial**

Contando con los valores acumulados por cada variable y dimensión, se aplicó la estadística inferencial para identificar las relaciones existentes entre las variables de estudio y entre cada una de las dimensiones de la calidad de

servicio con la satisfacción del cliente; se empleó la prueba estadística Rho de Spearman por tratarse de variables no paramétricas.

2.4. Procedimiento

1.4.1. Procedimiento de la investigación

El primer paso para el desarrollo del presente trabajo de investigación fue definir el tema y título de investigación; teniendo como soporte las líneas de investigación definidas por la Universidad Privada del Norte para la carrera de Administración, y la problemática existente en la empresa de estudio: el Hotel Pullman.

El segundo paso consistió en revisar investigaciones previas y bibliografía especializada relacionada a calidad de servicio que sirvió de soporte metodológico para la investigación; y se formuló el problema de investigación, objetivos e hipótesis.

Como tercer paso se desarrolló la metodología del estudio, definiendo el diseño de investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos más adecuados y confiables para medir las variables de estudio: calidad de servicio y satisfacción laboral.

1.4.2. Procedimiento de recolección de datos

Para la recolección de datos de la muestra de estudio conformada por 161 huéspedes del Hotel Pullman que se hospedaron durante el primer trimestre del año 2021; el primer paso fue seleccionar los elementos de la muestra probabilística dentro de los 277 elementos que conforman la población, este proceso se llevó a cabo a partir del listado total de clientes del hotel Pullman que se hospedaron durante el primer trimestre del año 2021 que se presenta en

el anexo 5, de los cuales se eligió de manera aleatoria a 161 clientes haciendo uso de números aleatorios generados con el soporte de la herramienta MS Excel 2019.

Habiendo elegido a los 161 clientes de la muestra, se los contactó individualmente vía telefónica y se acordó la fecha y modalidad de aplicación de los instrumentos, en la mayoría de los casos se realizó de manera virtual vía formularios de Google o llamada telefónica.

Por último, se tabuló la información recolectada en una hoja de cálculo de MS Excel 2019.

1.4.3. Aspectos éticos

Según el Código de documento mn-cod2-p07-0001, según el artículo 5.- Principios.

el investigador respetara las normas éticas establecidas, como un profesional honesto y actuara con la completa veracidad, la investigación, fue ejecutado con la autorización de la Gerente General de la Empresa.

el presente estudio se tomaran como relevantes los siguientes aspectos éticos:

Confidencialidad: los datos de las personas encuestadas no serán divulgados para no exponerlos a problemas que vulneren sus derechos como seres humanos, el manejo de los datos fue tratado con completa confidencialidad y profesionalismo de uso exclusivo para la investigación, más no de uso o interés personal de la alumna.

Concentimiento informado: el trabajo respeta a los autores de estudios anteriores y cumple con los estándares marcados por la Universidad Privada del Norte, el respeto por la norma APA, dado que se trabajó siguiendo los lineamientos establecidos, desarrollando de forma correcta las citas y referencias correspondientes.

Libre participación: Todas las personas que conforman la muestra actuaron bajo su libre disponibilidad, con total transparencia de acuerdo a sus valores éticos, sin mostrar de nuestra parte manipulación para alterar las respuestas, sino que se buscó en la manera posible que estos sean honestos, claros y transparentes, siendo estos datos obtenidos únicamente para el desarrollo metodológico.

La autora de la presente investigación da fe de que todos los datos y fuentes revisadas han sido correctamente citados y que no se ha incurrido en plagio de ningún tipo.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Para el conveniente desarrollo de los objetivos planteados en la presente investigación, se analizó inicialmente la prueba de normalidad de la data que corresponde a las variables y dimensiones que se deben contrastar, de esta forma se podrá determinar la prueba estadística de correlación correcta a emplear en cada prueba de hipótesis construida.

3.1. Prueba de normalidad

Se ejecutó la siguiente prueba de hipótesis para determinar la normalidad o no de los datos contenidos en cada variable y dimensión de estudio; para esto se empleó la prueba de *Kolmogorof Smirnov* puesto que la cantidad de datos contenidos en cada variable o dimensión a evaluar es mayor a 50, y mediante el nivel de significancia obtenido se decidió si se rechaza o no la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis de normalidad:

H₀: La distribución de los datos a contrastar es normal

H₁: La distribución de los datos a contrastar no es normal

Se considera un nivel de confianza del 95% y por tanto el máximo error permitido será de 0.05.

Tabla 3*Prueba de Kolmogorof Smirnov de las variables y dimensiones a contrastar*

		Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra						
		Calidad de servicio	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Satisfacción laboral
N		161	161	161	161	161	161	161
Parámetros normales	Media	81.11	18.94	14.76	11.17	14.65	21.58	55.95
	Desv. Desviación	19.89	4.28	3.86	2.96	3.70	5.27	14.02
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0.086	0.120	0.110	0.154	0.098	0.097	0.105
	Positivo	0.073	0.082	0.087	0.098	0.074	0.055	0.105
	Negativo	-0.086	-0.120	-0.110	-0.154	-0.098	-0.097	-0.104
Estadístico de prueba		0.086	0.086	0.120	0.110	0.154	0.098	0.097
Sig. asintótica(bilateral)		,006 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,001 ^c	,001 ^c	,000 ^c

Fuente: Elaboración propia, SPSS v26

Nota: En la tabla 3 se observa que el nivel de significación para cada una de las variables y dimensiones es menor a 0.05; por tanto, la distribución de sus datos no se ajusta a una distribución normal; en este caso se debe de emplear la prueba estadística Rho de Spearman para realizar la contrastación de las hipótesis planteadas y dar cumplimiento a los objetivos de la investigación.

Asimismo, para identificar la magnitud de las relaciones entre las variables y dimensiones a contrastar aplicando la prueba Rho de Spearman, se decidirá de acuerdo con los valores indicados en la figura 4, que presenta la interpretación de los valores de los coeficientes de correlación.

Tabla 4*Valores del Coeficiente de Correlación*

Valor de Coeficiente de Correlación	Magnitud de la correlación
-1	Correlación negativa perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.75 a -0.89	Correlación negativa alta
0.5 a -0.75	Correlación negativa media
0.25 a -0.49	Correlación negativa baja
-0.1 a -0.24	Correlación negativa muy baja
0	No existe correlación
0.1 a 0.24	Correlación positiva muy baja
0.25 a 0.49	Correlación positiva baja
0.50 a 0.74	Correlación positiva media
0.75 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández y Mendoza (2018)

Nota: La tabla 4 nos muestra el coeficiente de correlación la cual es una medida de regresión utilizada para determinar la relación entre dos variables, estos valores nos ayudará a dar una magnitud de la correlación.

3.2 Analisis descriptivo univariado.

Tabla 5

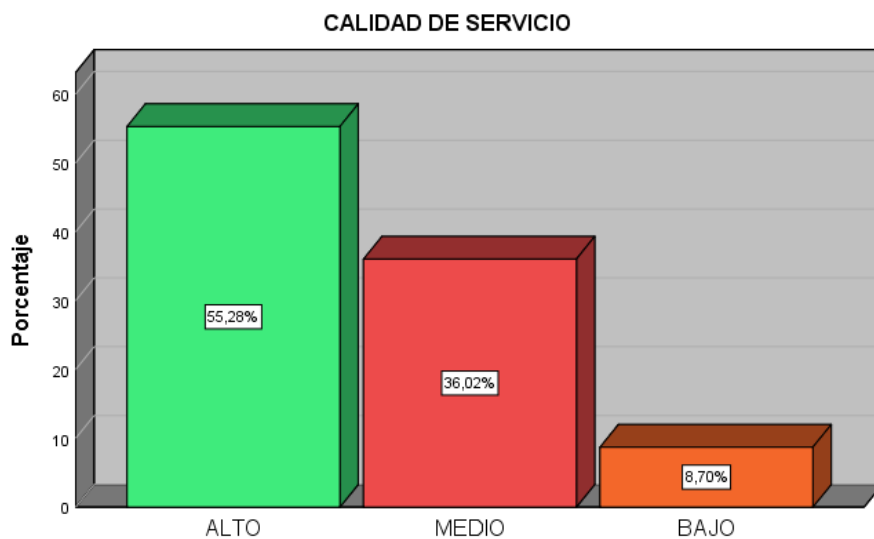
Resultados de la variable Calidad de Servicio

CALIDAD DE SERVICIO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	89	55,3	55,3	55,3
	MEDIO	58	36,0	36,0	91,3
	BAJO	14	8,7	8,7	100,0
	Total	161	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS v26

Figura 3

Resultados de la variable Calidad de Servicio



Nota: La tabla 7 y figura 5, nos muestra que la población selecta por 161 clientes del Hotel Pullman en Trujillo, el 55.28% manifestó que en cuanto la calidad de servicio es alto ya que los trabajadores de la empresa proveen las herramientas necesarias para desarrollar eficientemente su función, el 36.02% manifestó que es medio y el 8.7% refirió que es bajo.

Tabla 6

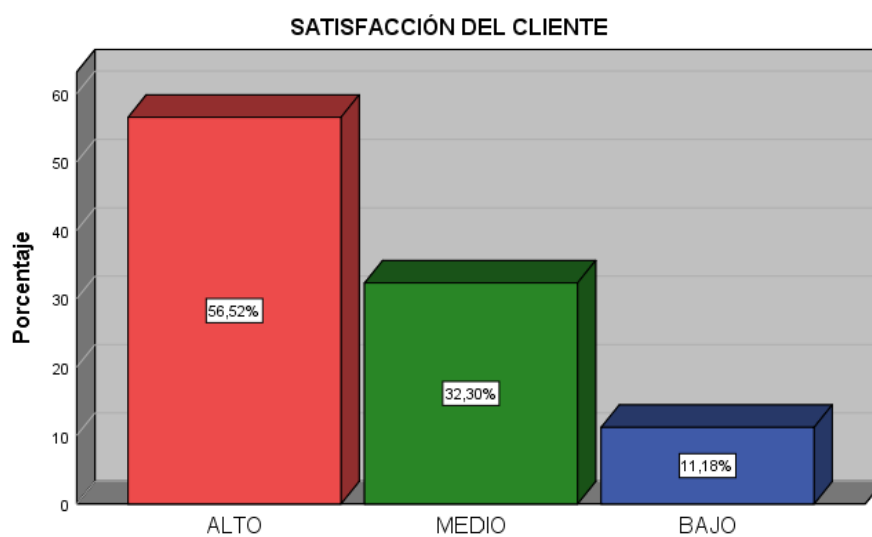
Resultados de la variable Satisfacción del Cliente

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	91	56,5	56,5	56,5
	MEDIO	52	32,3	32,3	88,8
	BAJO	18	11,2	11,2	100,0
	Total	161	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia SPSS v26

Figura 4

Resultados de la variable Satisfacción del Cliente



Nota: La tabla 8 y figura 6, nos muestra que la población selecta por 161 clientes del Hotel Pullman en Trujillo, el 55.52% manifestó que en cuanto la satisfacción al cliente es alto, el 32.3% manifestó que es medio y el 11.18% refirió que es bajo.

3.3 Resultado 1 del Objetivo General: Determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

- **Prueba de hipótesis general:**

- **H₀:** No existe relación significativa entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- **H₁:** Existe relación significativa entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

Tabla 7

Correlación entre la variable Calidad de Servicio y la variable Satisfacción del Cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

			Calidad de servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,846**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del cliente	N	161	161
		Coefficiente de correlación	,846**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	161	161

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, SPSS v26

Decisión estadística

El nivel de correlación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, es $r = ,846$ con un nivel de significancia de $.000$; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, se halló evidencia estadística para afirmar que existe relación significativa, directa y de magnitud alta entre la variable calidad de servicio

y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. ($p = 0.000 \leq 0.05$).

3.4 Resultado 2 del Objetivo Específico 1: Identificar la relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

- **Prueba de hipótesis específica 1:**

- **H₀:** No existe relación significativa entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- **H₁:** Existe relación significativa entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

Tabla 8

Correlación entre la dimensión Elementos Tangibles y la variable Satisfacción del Cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

			Elementos tangibles	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	,845**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del cliente	N	161	161
		Coeficiente de correlación	,845**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	161	161

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, SPSS v26

Decisión estadística

El nivel de correlación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, es $r = ,845$ con un nivel de significancia de .000; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se

acepta la hipótesis de investigación, es decir, se halló evidencia estadística para afirmar que existe relación significativa, directa y de magnitud alta entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. ($p = 0.000 \leq 0.05$).

3.5 Resultado 3 del Objetivo Específico 2: Identificar la relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

- **Prueba de hipótesis específica 2:**

- **H₀:** No existe relación significativa entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- **H₁:** Existe relación significativa entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

Tabla 9

Correlación entre la dimensión Fiabilidad y la variable Satisfacción del Cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

		Fiabilidad	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Fiabilidad		
	Coeficiente de correlación	1,000	,828**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	161	161
Satisfacción del cliente	Satisfacción del cliente		
	Coeficiente de correlación	,828**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	161	161

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, SPSS v26

Decisión estadística

El nivel de correlación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, es $r = ,828$ con un nivel de significancia de $.000$; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, se halló evidencia estadística para afirmar que existe relación significativa, directa y de magnitud alta entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. ($p = 0.000 \leq 0.05$).

3.6 Resultado 4 del Objetivo Específico 3: Identificar la relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

- **Prueba de hipótesis específica 3:**

- **H₀:** No existe relación significativa entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- **H₁:** Existe relación significativa entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

Tabla 10

Correlación entre la dimensión Capacidad de Respuesta y la Variable Satisfacción del Cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	,827**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	161	161
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,827**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	161	161

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, SPSS v26

Decisión estadística

El nivel de correlación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, es $r = ,827$ con un nivel de significancia de .000; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, se halló evidencia estadística para afirmar que existe relación significativa, directa y de magnitud alta entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. ($p = 0.000 \leq 0.05$).

3.6 Resultado 5 del Objetivo Específico 4: Identificar la relación existente entre la seguridad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

- **Prueba de hipótesis específica 4:**

- **H₀:** No existe relación significativa entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

- **H₁**: Existe relación significativa entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

Tabla 11

Correlación entre la dimensión Seguridad y la variable Satisfacción del Cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

		Seguridad	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,844**
	Satisfacción del cliente	N	.
		Coefficiente de correlación	,000
	Seguridad	Sig. (bilateral)	1,000
		N	.
Satisfacción del cliente	Sig. (bilateral)	,000	
	N	161	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, SPSS v26

Decisión estadística

El nivel de correlación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, es $r = ,844$ con un nivel de significancia de $.000$; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, se halló evidencia estadística para afirmar que existe relación significativa, directa y de magnitud alta entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. ($p = 0.000 \leq 0.05$).

3.7 Resultado 6 del Objetivo Específico 5: Identificar la relación existente entre la empatía y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

- **Prueba de hipótesis específica 5:**

- **H₀:** No existe relación significativa entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.
- **H₁:** Existe relación significativa entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.

Tabla 12

Correlación entre la dimensión Empatía y la variable Satisfacción del Cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021

			Empatía	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,849**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,849**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	161	161

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, SPSS v26

Decisión estadística

El nivel de correlación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, es $r = ,849$ con un nivel de significancia de $.000$; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, se halló evidencia estadística para afirmar que existe relación significativa, directa y de magnitud alta entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. ($p = 0.000 \leq 0.05$).

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

- Con respecto al desarrollo del objetivo específico 1, se identificó que existe una relación significativa, positiva y de magnitud alta entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.845 y de este modo se rechazó la hipótesis nula para aceptar la hipótesis de investigación planteada en la prueba de hipótesis específica 1; un resultado similar se obtuvo en la tesis de Del Busto (2021) y Saldívar(2017), ambas aplicadas en el rubro de hotelería, también se encontró la existencia de una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente; por consiguiente en base a los resultados obtenidos y los antecedentes analizados se observa que los elementos tangibles en el sector hotelero constituyen un factor importante para definir la satisfacción de los clientes y este hallazgo es coherente pues el mobiliario, la infraestructura y el diseño de las instalaciones de un hotel en gran medida definirán la percepción de calidad en la mente de los consumidores.
- Con respecto al desarrollo del objetivo específico 2, se identificó que existe una relación significativa, positiva y de magnitud alta entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.828 y de este modo se rechazó la hipótesis nula para aceptar la hipótesis de investigación planteada en la prueba de hipótesis específica 2; en tanto, la investigación de Del Busto (2021) , se encontro que existe una relación significativa, directa de magnitud alta entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.735; además en la tesis de Saldívar (2017), aplicada en el sector hotelero, se encontró la existencia de una relación significativa,

positiva de magnitud alta entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente; los resultados de estos estudios ratifican que efectivamente existe una relación significativa entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción del cliente del rubro hotelero, se entiende este resultado al considerar lo indicado por Galviz (2011) quien precisa que la fiabilidad es la capacidad que posee la organización para cumplir a cabalidad la promesa de servicio, en ese sentido, en el rubro hotelero el cliente valora y construye su satisfacción cuando percibe que el hotel cumple con ofrecido en calidad, servicio, precio, y demás promesas previamente indicadas.

- Con respecto al desarrollo del objetivo específico 3, se identificó que existe una relación significativa, positiva y de magnitud alta entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.827 y de este modo se rechazó la hipótesis nula para aceptar la hipótesis de investigación planteada en la prueba de hipótesis específica 3; este resultado es consistente con lo obtenido por Oviedo (2019) se identificó que existe una relación significativa, positiva y de magnitud media entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.465; en tanto, las tesis de Avilés (2019) y Panduro y Rojas (2018) también aplicadas en el sector turismo, encontraron una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente, con una magnitud muy baja; estos resultados demuestran que los clientes del rubro hotelero consideran importante la capacidad de respuesta que estos establecimientos ofrecen, aunque la valoración que le atribuyen a esta dimensión depende del tipo de hotel al que acuden; además de acuerdo con Duque (2005) la capacidad de respuesta implica la capacidad de la compañía para responder de manera ágil a las demandas de sus clientes absolviendo dudas y reclamos de forma satisfactoria, en ese sentido, el cliente valora más una atención rápida y oportuna

cuando asiste a un hotel para clase ejecutiva dentro de la ciudad; que cuando asiste a un hotel tipo Resort para pasar vacaciones.

- Con respecto al desarrollo del objetivo específico 4, se identificó que existe una relación significativa, positiva y de magnitud alta entre la seguridad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.844 y de este modo se rechazó la hipótesis nula para aceptar la hipótesis de investigación planteada en la prueba de hipótesis específica 4; este resultado es similar al obtenido por Del Busto (2021) que también fue aplicada en el rubro hotelero, que existe una relación significativa, directa de magnitud media entre la seguridad y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.682; estos resultados demuestran que el cliente del rubro hotelero valora en gran medida la dimensión seguridad; además según lo indicado por Galviz (2011) esta dimensión refleja la capacidad de la organización para crear confianza en sus clientes, identificando sus necesidades y ofreciéndoles siempre un trato cortés para responder a sus inquietudes; en ese sentido el cliente del rubro hotelero busca sentirse protegido cuando se encuentra en las instalaciones de un hotel, tener la seguridad de que el hotel cuidará su integridad personal y de sus pertenencias; y de este sentimiento depende en gran medida su percepción de satisfacción.
- Con respecto al desarrollo del objetivo específico 5, se identificó que existe una relación significativa, positiva y de magnitud alta entre la empatía y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.849 y de este modo se rechazó la hipótesis nula para aceptar la hipótesis de investigación planteada en la prueba de hipótesis específica 4; este resultado es similar al que obtuvo Oviedo (2019) en su tesis titulada Relación de la calidad de servicio y la Satisfacción del cliente del Hostal Ameron Provincia de San Román

2019, donde identificó que existe una relación significativa, positiva y de magnitud media entre la empatía y la satisfacción del cliente con un coeficiente Rho de Spearman de 0.595; en tanto, las investigaciones por Galviz (2011) quien menciona que la empatía se manifiesta en la disposición de la organización por brindar una atención personalizada y con buen trato a sus clientes en busca de lograr su satisfacción.

- Con respecto al desarrollo del objetivo general, se identificó que existe una relación significativa, positiva y de magnitud alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.846 y de este modo se rechazó la hipótesis nula para aceptar la hipótesis de investigación planteada en la prueba de hipótesis general; el resultado obtenido guarda relación con el hallazgo de la tesis de Saldivar (2017) y Mondragon y Teran (2021) aplicadas en el rubro hotelero también identificaron una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente; estos antecedentes; por tanto, proporcionan un respaldo empírico a los resultados obtenidos en la presente investigación, además del soporte teórico que sustenta la relación encontrada, como lo indicado por Gosso (2010) y Vargas y Aldana (2014) quienes afirman que la calidad de servicio consiste en la brecha entre las expectativas y las percepciones de los usuarios del servicio, y el valor de esta brecha determina el nivel de satisfacción del cliente; consecuentemente el Hotel Pullman tiene la necesidad de diseñar y aplicar estrategias orientadas a mejorar cada una de las dimensiones de la calidad de servicio y de esta forma estará invirtiendo en generar clientes satisfechos que según Tschohl (2014) le permitirá a la empresa mantener a los clientes actuales, fidelizarlos y captar nuevos clientes; impactando positivamente en los resultados empresariales.

Conclusiones y Recomendaciones

- Al desarrollar el objetivo específico 1, se identificó que existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.845 que indica una relación positiva de magnitud alta; es decir la infraestructura y mobiliario del Hotel Pullman es un factor muy importante en la satisfacción de los clientes.
- Al desarrollar el objetivo específico 2, se identificó que existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.828 que indica una relación positiva de magnitud alta; es decir los clientes del Hotel Pullman, consideran que el cumplimiento a cabalidad de la promesa de servicio es un factor muy importante para su satisfacción con el servicio.
- Al desarrollar el objetivo específico 3, se identificó que existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.827 que indica una relación positiva de magnitud alta; es decir para los clientes del Hotel Pullman la rápida atención y solución de sus consultas e inquietudes es un factor muy importante para su satisfacción con el servicio.
- Al desarrollar el objetivo específico 4, se identificó que existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.844 que indica una relación positiva de magnitud alta; es decir, para los clientes del Hotel Pullman el sentimiento de confianza y credibilidad que les transmite el hotel y sus trabajadores es un factor muy importante para su satisfacción con el servicio.

- Al desarrollar el objetivo específico 5, se identificó que existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.849 que indica una relación positiva de magnitud alta; es decir, para los clientes del Hotel Pullman una atención personalizada y un trato amable de los empleados es un factor muy importante para su satisfacción con el servicio.
- Al desarrollar el objetivo general, se identificó que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.846 que indica una relación positiva de magnitud alta; es decir, para los clientes del Hotel Pullman la valoración del servicio en su conjunto que el hotel ofrece es un factor muy importante para su satisfacción.
- Para desarrollar la presente investigación fue necesario superar algunas limitaciones que se presentaron en el camino; una de estas consistió en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos a la muestra de estudio seleccionada, pues debido a la emergencia sanitaria se dificultó el acercamiento a los clientes para alcanzarles las encuestas, sin embargo gracias a la aplicación de formularios de Google fue posible superar esta limitante y recabar convenientemente la información; asimismo otra limitante que se presentó fue el escaso tiempo para recoger la información de los clientes de la muestra, que fue superada gracias al apoyo de la gerencia del Hotel Pullman que proporcionó la base de datos sus clientes con números de contactos y de esta manera fue posible contactar telefónicamente a los clientes de la muestra para coordinar el llenado de los cuestionarios de manera virtual.

- Se recomienda a los directivos del Hotel Pullman implementar estrategias para mejorar la calidad de servicio, considerando que se identificó la existencia de una relación significativa entre la calidad de servicio y cada una de sus dimensiones con la satisfacción del cliente y además se identificó como nivel predominante de la calidad de servicio el nivel alto, lo que indica que existe potencial de mejora; asimismo se recomienda a medir periódicamente la calidad de servicio y satisfacción del cliente para identificar la eficacia de las estrategias desplegadas; por otro lado, se recomienda a futuros investigadores que busquen estudiar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, que adecuen convenientemente las preguntas de los cuestionarios adaptándolos al contexto cultural y social de los clientes y de la empresa donde aplicarán la investigación.

REFERENCIAS

BBC News. (2021). 8 gráficos para entender cómo la pandemia de coronavirus ha afectado a las mayores economías del mundo. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55802814>

Bernal, P. (2018). *¿Por qué muchos consideran pésimo el servicio al cliente en Latino América?* - *LatinAmerican Post*. <https://latinamericanpost.com/es/21077-por-que-muchos-consideran-pesimo-el-servicio-al-cliente-en-latino-america>

Cordova R. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Hotel San Marino, Morales, 2020* [Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56770/C%c3%b3rdova_RJZ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mondragon, C. y Teran, A. (2021). *Calidad Del Servicio y Satisfacción De Los Huéspedes De Las Empresas Hoteleras Cajamarca – 2019* [Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/75052/Mondrag%c3%b3n_CTR_Teran_AVA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Diago, F. (2005). *Fundamentos del servicio al cliente de la aviación comercial: Valor diferencial del éxito empresarial*. Editorial Politécnico Gran Colombiano.

Duque E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 64–80.

Galviz, G. (2011). *Calidad en la Gestión de Servicios*. Fondo Editorial Biblioteca Universidad Rafael Urdaneta.

Gestión, N. (2019, septiembre 14). *Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños | ECONOMIA*. Gestión; NOTICIAS GESTIÓN. <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/>

Gosso, F. (2010). *Hiper satisfacción del cliente*. Panorama Editorial.

Hernández, H., Barrios, I. y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 169–185. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2018v16n28.2130>

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (7°)*. McGraw-Hill Education.

Ibarra, L. y Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: Una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229–260. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)72153-4](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)72153-4)

IPE. (2021, marzo 14). Turismo del sur perdió 154 000 empleos por COVID-19. *Instituto Peruano de Economía*. <https://www.ipe.org.pe/portal/turismo-del-sur-perdio-154-000-empleos-por-covid-19/>

Larico, L. (2019). *Calidad de Servicio y satisfacción del Cliente en los Hoteles de la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román, año 2019*. [Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez]. <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/4101>

Lovelock, C., D'Andrea, G., Huete, L., Reynoso, J. y Wirtz, J. (2017). *Administración de servicios: Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios* (2da Reimpresión). Pearson Educación.

Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, 34, 181–209.

Monroy, M. y Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación administrativa*, 48(123), 0–0.

Morán, G. y Alvarado, D. (2013). *Métodos de investigación*. Pearson.

Morillo, M. y Morillo, M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII(2), 111–131.

Oviedo, P. (2019). *Relación calidad de servicio y la Satisfacción del cliente del Hostal Ameron Provincia de San Román 2019*.

Panduro, J. y Rojas, A. (2018). *Relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el Hotel Sauce Resort del distrito de Sauce, San Martín, 2018* [Universidad Nacional de San Martín]. <http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/3112?show=full>

Pérez, J., & Gardey, A. (2014). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/satisfacciondel-cliente/>

Saldívar, S. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el hotel “Centenario” de la ciudad del Cusco, periodo 2016* [Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/UNSAAC/2812>

Setó, D. (2004). *De la calidad al servicio a la fidelidad del cliente* (1° Ed.). Esic.

Tschohl, J. (2014). *Servicio al cliente* (10 Ed.). Best Sellers Pub.

Toala, L. y Hinojosa, M. (2021). Satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil – Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 7 (3), 145-162.

Untiveros, G., Castillo, O. y Barrientos, K. (2020). *Clasificación y calidad de servicio de hoteles en el Perú*. <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/3925>

Vargas, M. y Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio* (3°). Ecoe Ediciones.

Yupanqui, N. (2019). *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas en el Hotel Tumi, Provincia de Huaraz—Ancash—2017* [Universidad Inca Garcilazo de la Vega]. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4612>

Zeithaml, V. y Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. McGraw-Hill.

ANEXOS

ANEXO n.º 1. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

La empresa **INVERSIONES J&S SAC**, sobre la cual vamos a realizar el informe.

1. Identificación de la empresa

Denominación y referencia de la empresa	
Nombre:	INVERSIONES J&S SAC
RUC:	20481077291
Número de trabajadores:	7 TRABAJADORES
Creación:	25/05/2005
CIUU:	Registro de la municipalidad
Sector:	HOTELERO
Dirección:	CALLE PIZARRO 879- CENTRO HISTORICO
Teléfono:	044-471645 / 949171044
Web:	-
Ubicación Geográfica	
Región:	La Libertad
Provincia:	Trujillo
Distrito:	Trujillo

1.2. Equipo Directivo y/ Gerencia.

- **GERENCIA:** ZOILA CONSUELO RODRIGUEZ VELASQUEZ

- **ADMINISTRADORA: GLADYS TSUKAMOTO**

1.3. Logo



1.4. Visión

PULLMAN HOTEL, tiene la visión de lograr al 2025, un liderazgo dentro del grupo de hoteles del mismo nivel de la ciudad de Trujillo y ser el mejor hotel en nuestro medio, y como tal, ubicarnos como el preferido de nuestros clientes.

1.5. Misión

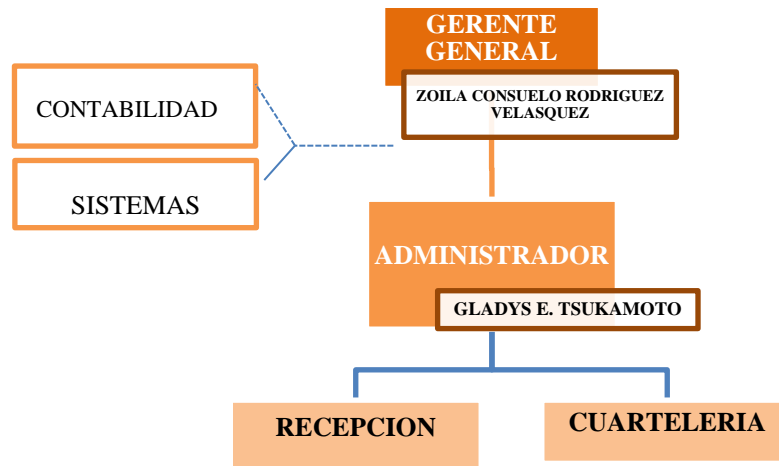
Representar la hospitalidad de *PULLMAN HOTEL*, preservando y promoviendo nuestros valores culturales, sociales y ambientales, creando experiencias únicas con un servicio de calidad basado en el respeto, que motiven a nuestros huéspedes a ser su mejor opción.

1.6. Valores

- Responsabilidad
- Amabilidad
- Trabajo en equipo
- servicio

2. Organigrama

Figura No. 1: Organigrama de la empresa INVERSIONES J&S SAC



Elaborado por E.L.C

VIGENCIA 12/2022

Elaboración: Autora del proyecto

ANEXO n.º 2. Cuestionario de medición de calidad de servicio

CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE SERVICIO						
El presente cuestionario busca conocer su experiencia como cliente del Hotel Pullman, a partir de la información recolectada se implementarán acciones que permitirán mejorar la calidad del servicio ofrecido.						
Sexo: Masculino _____ Femenino _____ Edad: _____						
Escala: 1: Nunca 2: pocas veces 3: a veces 4: Muchas veces 5: Siempre						
Nº	Dimensiones / Items	Escala				
		N	PV	AV	CS	S
Elementos tangibles		1	2	3	4	5
1	El Hotel Pullman cuenta con mobiliario y equipamiento (muebles, luminarias, televisores, camas, mesa de noche, etc.) son adecuadas y de apariencia moderna.					
2	La decoración de los distintos ambientes del Hotel Pullman es visualmente atractiva.					
3	La presentación y apariencia de los empleados del Hotel Pullman es adecuada.					
4	Los utensilios y menaje en el restaurant del Hotel Pullman son visualmente atractivos y adecuados.					
5	El Hotel Pullman cuenta con tecnología adecuada (red wifi, equipos modernos, página web intuitiva, etc.)					
Fiabilidad		1	2	3	4	5
6	Cuando el personal del Hotel Pullman se compromete en hacer algo en cierto tiempo, lo hace.					
7	Cuando se presenta algún inconveniente, el personal del Hotel Pullman muestra un sincero interés en solucionarlo.					
8	Habitualmente el personal del Hotel Pullman ofrece un buen servicio.					
9	El personal del Hotel Pullman, se esmera en no cometer errores en el registro de reservaciones, hospedajes y consumos.					
Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
10	Los empleados del Hotel Pullman ofrecen un servicio rápido y efectivo.					
11	Los empleados del Hotel Pullman, siempre están dispuestos a ayudar.					
12	Los empleados del Hotel Pullman, le dedican el tiempo necesario para responder sus preguntas e inquietudes.					
Seguridad		1	2	3	4	5
13	El comportamiento de los empleados del Hotel Pullman, le transmiten confianza.					
14	Me siento seguro en las instalaciones del Hotel Pullman.					
15	Los empleados del Hotel Pullman son siempre amables.					
16	Los empleados del Hotel Pullman, tienen siempre el conocimiento adecuado para responder mis consultas y aclarar mis dudas.					
Empatía		1	2	3	4	5
17	Los empleados del Hotel Pullman, hacen un seguimiento personalizado a los clientes.					
18	El Hotel Pullman tiene un horario adecuado de atención.					
19	Los empleados del Hotel Pullman ofrecen información y atención personalizada.					
20	Los empleados del Hotel Pullman buscan lo mejor para los intereses del cliente.					
21	Los empleados del Hotel Pullman son amables y respetuosos en su trato.					
22	Los empleados del Hotel Pullman comprenden mis necesidades específicas.					

ANEXO n.º 3. Cuestionario de medición de satisfacción del cliente

CUESTIONARIO SOBRE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
El presente cuestionario busca conocer su experiencia como cliente del Hotel Pullman, a partir de la información recolectada se implementarán acciones que permitirán mejorar la calidad del servicio ofrecido.						
Sexo: Masculino_____ Femenino_____ Edad:_____						
Escala: 1: Nunca 2: pocas veces 3: a veces 4: Muchas veces 5: Siempre						
Nº	Dimensiones / Items	Escala				
		N	PV	AV	CS	S
Rendimiento percibido		1	2	3	4	5
1	El servicio brindado por la Hotel Pullman me genera confianza.					
2	Me siento conforme con el desempeño de los empleados del hotel Pullman.					
3	Los servicios que brinda el hotel Pullman son acordes con lo ofrecido en su página web y redes sociales.					
4	Me agradan las instalaciones del hotel Pullman, así como el mobiliario, y demás enseres.					
5	Me siento conforme con el tiempo de atención que brinda el hotel Pullman.					
Expectativas		1	2	3	4	5
6	Valoro el esfuerzo que brindan los empleados del hotel Pullman.					
7	Los servicios que brinda el hotel Pullman son excelentes para mí.					
8	El servicio que brinda el hotel Pullman es oportuno.					
9	En el hotel Pullman existen comodidades para una buena experiencia de servicio.					
10	Los trabajadores del hotel Pullman resuelven todas mis dudas y consultas adecuadamente.					
Nivel de satisfacción		1	2	3	4	5
11	Me siento satisfecho con el servicio que brinda el hotel Pullman.					
12	Siento que recibo un trato bueno y personalizado de parte de los empleados del hotel Pullman.					
13	Me satisfacen los horarios y la rápida atención que brinda el hotel Pullman.					
14	El servicio y trato de los empleados del hotel Pullman me genera confianza.					
15	Estoy satisfecho con las comodidades que me ofrece el hotel Pullman.					

ANEXO n.º 4. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL HOTEL PULLMAN, TRUJILLO, 2021					
PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
<p>¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Existe una relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.</p> <p>ESPECÍFICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Existe una relación positiva y significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. •Existe una relación positiva y significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. •Existe una relación positiva y significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. •Existe una relación positiva y significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. •Existe una relación positiva y significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. 	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Identificar la relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. • Identificar la relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. •Identificar la relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. •Identificar la relación existente entre la seguridad y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. •Identificar la relación existente entre la empatía y la satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021. 	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>Dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía</p> <p>VARIABLE 2:</p> <p>Satisfacción del cliente</p> <p>Dimensiones: Rendimiento percibido, expectativas, nivel de satisfacción</p>	<p>Tipo de investigación: No experimental</p> <p>Diseño: Transeccional - correlacional</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Técnicas de procesamiento de datos: Estadística descriptiva Estadística inferencial</p> <p>Prueba de hipótesis: Tablas de contingencia Coeficiente de correlación Rho de Spearman</p>	<p>POBLACIÓN:</p> <p>277 huéspedes del hotel Pullman de la ciudad de Trujillo que se hospedaron durante el primer trimestre del año 2021.</p> <p>MUESTRA:</p> <p>161 huéspedes del hotel Pullman de la ciudad de Trujillo que se hospedaron durante el primer trimestre del año 2021.</p>

ANEXO n.º 5. Cuadro de operacionalización de variable

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL HOTEL PULLMAN, TRUJILLO, 2021					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE 1: Calidad de servicio	La calidad de servicio es el grado de cercanía que existe entre lo que brinda el producto y las expectativas del cliente. En consecuencia, la calidad de servicio es un tema subjetivo, ya que, de acuerdo a sus propias expectativas, distintos clientes pueden calificar con distintos grados de calidad de servicio a una misma experiencia de servicio (Gosso, 2010)	Se mide la calidad de servicio en base al instrumento SERVPERF de 22 preguntas en escala de Likert con las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Elementos tangibles	Instalaciones / empleados / materiales y equipos	Ordinal: Nunca, pocas veces, a veces, muchas veces, siempre
			Fiabilidad	Servicio / Perfección	
			Capacidad de respuesta	Atención / Oportunidad	
			Seguridad	Confianza / Amabilidad	
			Empatía	Servicio / Tangibilidad	
VARIABLE 2: Satisfacción del cliente	Nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (Kotler, 2003).	Se mide la calidad de servicio en base al instrumento de 15 preguntas en escala de Likert bajo el fundamento teórico de Kotler y Armstrong con las dimensiones: rendimiento percibido, expectativas y nivel de satisfacción	Rendimiento percibido	Conformidad / infraestructura / atención	Ordinal: Nunca, pocas veces, a veces, muchas veces, siempre
			Expectativas	Esfuerzo / Niveles de desempeño	
			Nivel de satisfacción	Servicio / Tangibilidad	

ANEXO n.º 6. Formato de validación de instrumentos

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	SÁNCHEZ QUIROZ JULIO OCTAVIO
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Calidad de servicio


Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

El cuestionario es adecuado para la investigación.

Firma del experto:


Mg. Julio Sánchez Quiroz
DNI: 40003184

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	SÁNCHEZ QUIROZ JULIO OCTAVIO
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Satisfacción del cliente

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

El cuestionario es adecuado para la investigación.

Firma del experto:



Mg. Julio Sánchez Quiroz
DNI. 40003184

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

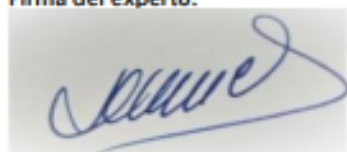
Título de la investigación:	Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	ZEGARRA ESCALANTE DORA LUZ
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Calidad de servicio

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

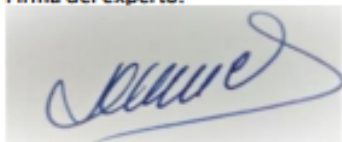
Título de la investigación:	Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	ZEGARRA ESCALANTE DORA LUZ
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Satisfacción del cliente

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	Ramos Valeriano Daniel Enrique
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Calidad de servicio

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

El cuestionario es adecuado para la presente investigación.

Firma del experto:



Mg. Daniel Ramos Valeriano
Dni: 41418484

Título de la investigación:	Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Hotel Pullman, Trujillo, 2021
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	Ramos Valeriano Daniel Enrique
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Satisfacción del cliente

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

El cuestionario es adecuado para la presente investigación.

Firma del experto:


Mg. Daniel Ramos Valeriano
Dni: 41418484

ANEXO n.º 7. Listado de clientes huéspedes del Hotel Pullman periodo enero – marzo

2021

Nº	FECHA	NOMBRE	EMPRESA	TELEFONO
1	1-Ene	MAGALY ALVAREZ NAVARRO	NURI LUCH SAC	986310188
2	3-Ene	HECTOR CUCHO	HCM ABOGADOS SAC	999008371
3	4-Ene	WALTER CONTRERAS	-	921023871
4	5-Ene	EDGARDO ARMAS	-	044-245422
5	5-Ene	SANTOS ISIDRO PESANTES	-	997376028
6	5-Ene	DAVID MORALES PATIÑO	DAVID MORALES PATIÑO	-
7	5-Ene	ALDO RODRIGUEZ	INVERSIONES EFI EIRL	940574189
8	5-Ene	TITO PANDURO PINEDO	-	-
9	8-Ene	JUAN MONTES	-	-
10	8-Ene	JUAN CORTEZ		
11	9-Ene	EDUAR MEJIAS VASQUEZ		
12	10-Ene	SILVIA CARRASCO VASQUEZ		
13	10-Ene	PEDRO SOLIER OCHOA		
14	10-Ene	ANTONIO HERNANDEZ ACUÑA	ABHER S.A.C.	
15	10-Ene	CRISPIN VEGA	SOLTRAK S.A.	968211196
16	11-Ene	KATIA ARCE LAZO	ARCE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	975007494
17	13-Ene	ALCIDES MALDONADO CORTEZ	BANCO DE LA NACION	
18	13-Ene	DAVID CHANDUVI		996905907
19	13-Ene	HELBERT ZINANGUCA		992518194
20	14-Ene	AZUCENA ROJAS SOLIS	COEMIN S.A.C.	981214333
21	14-Ene	DANNY VANESSA RIVAS RIVAS	CAJA TRUJILLO	943778065
22	14-Ene	JUAN ORE LA ROSA	CAJA TRUJILLO	
23	14-Ene	JAVIER ARCE LEJO	ARCE S.R.L.	
24	14-Abr	CARLOS GUERRA PEREZ	RESERINGRAF PERU S.A.C.	992144999
25	15-Ene	ALEJANDRO DEL CASTILLO RICCIO	GENESIS INTERNATIONAL ADVISORS S.A.C.	994847622
26	15-Ene	JHANNY GASTELO CUADROS	GENESIS INTERNATIONAL ADVISORS S.A.C.	959206959
27	15-Ene	KARLA SOLANO VILLARREAL	EMPRESAS COMERCIALES S.A.	
28	16-Ene	EDER ACLDERON GARCIA		937695634
29	16-Ene	ANTONIO VALLE CISNEROS		964722856
30	16-Ene	ELIO VIVANCO		980912554
31	17-Ene	CARLA MILAGROS ROJAS AGUIRRE	MI INDUSTRIAL S.A.C.	955921336
32	17-Ene	GLANBER REATEGUI	MI INDUSTRIAL S.A.C.	944460870
33	17-Ene	SILVARIO ALEX		951531229
34	17-Ene	DANIEL CUETO DIAZ		942762047
35	17-Ene	JOSE CANO RAMIREZ		962331951

36	17-Ene	RENZO CLEMENTE TORRES		993128402
37	18-Ene	RAUL HECTOR LOPEZ CHAVEZ		966868747
38	18-Ene	MARICRUZ CERNA	CREATIVOS FARGOS S.A.C.	958969282
39	18-Ene	JOEL CARLOS VAN DE KAMP		959227828
40	18-Ene	YESENIA SANCHEZ	RECREATUVIS FARGIS SA.C.	993537710
41	19-Ene	LUIS ALBERTO TUPIA CATAMAYO		981095055
42	19-Ene	CRISTIAN HUAMAN		987711966
43	19-Ene	PILAR JAUREGUI CANCINO		987710070
44	19-Ene	WALTER BARRERA CUADROS		983465379
45	19-Ene	LUIIS CRUZADO ALVA	LUIS EDUARDO CRUZADO ALVA	997579497
46	19-Ene	OMAR VARGAS MORI		946207685
47	20-Ene	JOSE BARRIOS ROBLES		931235051
48	20-Ene	GLORIA MARIA PEREZ		970005232
49	20-Ene	KENNDY SIMION SAIRITUPAC		956875215
50	21-Ene	SILVIA CALDERON	CAJA TRUJILLO	
51	21-Ene	JORGE MORALES CASTILLO	COMERCIALIZADORA LOS GEMELOS S.A.C.	974391847
52	20-Ene	MAGDOMIO RAMIREZ GUEVARA	M&S MAGSONLIFE EIRL	937588774
53	21-Ene	MIRIAM SEGURA		941100876
54	21-Ene	LINA MACETAS FERNANDEZ		976011998
55	21-Ene	GERSON PANDURO DIAZ	EURODRIP PERU S.A.C.	
56	21-Ene	ANA CECILIA CHAVEZ GAMBOA		957354543
57	21-Ene	CLAUDIO ESTRADA		964549373
58	22-Ene	PATRICIA SALCEDO	SOLTRAK S.A.	954843780
59	22-Ene	ANIBAL ORTIZ OSTOS	SOLTRAK S.A.	950814324
60	22-Ene	RODRIGO CARRASCO SOTOMAYOR	AGRORUM SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGRORUM S.A.C.	959959730
61	22-Ene	ALBERTO ELOY CASTRO CHUMPITAZ		953792551
62	22-Ene	LUIS GONZALES VALENCIA	GONZALES VALENCIA LUIS ALBERTO	959177362
63	22-Ene	CESAR TORRES		941100159
64	22-Ene	ALICIA REYES RUBIO		963613112
65	24-Ene	ROSA LAGARSO GARCIA		950191565
66	24-Ene	ANA MARIA CALLISSIANI RODRIGUEZ		998286384
67	24-Ene	ROSA DEL PILAR NIÑO	MARKETING POWER S.A.C.	
68	24-Ene	ROMULO ZAPANA CHAMB		991967071
69	25-Ene	ALDO VEGA ROSALES		980984284
70	25-Ene	LANTY ZENA GAMARRA		992046592
71	25-Ene	TERESA ARTETA GONZALES		995853245
72	25-Ene	ZULLY ENIT MONTEZA SANCHEZ	LABORATORIO ALGAS MARINAS S.A.C	949998997
73	25-Ene	GLADYS ORTIZ CORTAGENA		995818276

74	25-Ene	MARIZA OCAÑA	A JAIME ROJAS REPRESENTACIONES GRLES S A	
75	25-Ene	JORGE LUIS ÑIQUEN MENDOZA		986186065
76	25-Ene	LUIS GALLARDO LOPEZ		999619498
77	26-Ene	EDUAR ALZAMORA		990056592
78	26-Ene	OSCAR SAMUEL CHAUCA		990284932
79	26-Ene	EDWIN EUSEBIO CHAVEZ GAMARRA		965669799
80	26-Ene	MARTIN STEWARD DEDIOS RUIZ		945005725
81	26-Ene	WILDER ARTEAGA LA CRUZ		996013882
82	27-Ene	JOSE HUMBERTO GAMONAL CRUZ		947004377
83	27-Ene	VICTOR BAUTISTA		991452519
84	27-Ene	FERNANDO DIAZ ROJAS		970973263
85	27-Ene	SONIA QUEZADA QUISPE		991974115
86	29-Ene	JULIO ESPINOZA	PROESTECH PERU S.A.	949076619
87	29-Ene	PERLA RUIZ	CORPORACION WARSOFF SAC	950381954
88	29-Ene	JAVIER ARCE LAZO	ARCE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	94526232
89	30-Ene	PEDRO MEJIA SALAS	FLAMER SA	943611901
46	19-Ene	OMAR VARGAS MORI		946207685
47	20-Ene	JOSE BARRIOS ROBLES		931235051
48	20-Ene	GLORIA MARIA PEREZ		970005232
49	20-Ene	KENNDY SIMION SAIRITUPAC		956875215
50	21-Ene	SILVIA CALDERON	CAJA TRUJILLO	
51	21-Ene	JORGE MORALES CASTILLO	COMERCIALIZADORA LOS GEMELOS S.A.C.	974391847
52	20-Ene	MAGDOMIO RAMIREZ GUEVARA	M&S MAGSONLIFE EIRL	937588774
53	21-Ene	MIRIAM SEGURA		941100876
54	21-Ene	LINA MACETAS FERNANDEZ		976011998
55	21-Ene	GERSON PANDURO DIAZ	EURODRIP PERU S.A.C.	
56	21-Ene	ANA CECILIA CHAVEZ GAMBOA		957354543
57	21-Ene	CLAUDIO ESTRADA		964549373
58	22-Ene	PATRICIA SALCEDO	SOLTRAK S.A.	954843780
59	22-Ene	ANIBAL ORTIZ OSTOS	SOLTRAK S.A.	950814324
60	22-Ene	RODRIGO CARRASCO SOTOMAYOR	AGRORUM SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGRORUM S.A.C.	959959730
61	22-Ene	ALBERTO ELOY CASTRO CHUMPITAZ		953792551
62	22-Ene	LUIS GONZALES VALENCIA	GONZALES VALENCIA LUIS ALBERTO	959177362
63	22-Ene	CESAR TORRES		941100159
64	22-Ene	ALICIA REYES RUBIO		963613112
65	24-Ene	ROSA LAGARSO GARCIA		950191565
66	24-Ene	ANA MARIA CALLISSIANI RODRIGUEZ		998286384
67	24-Ene	ROSA DEL PILAR NIÑO	MARKETING POWER S.A.C.	
68	24-Ene	ROMULO ZAPANA CHAMB		991967071
69	25-Ene	ALDO VEGA ROSALES		980984284

70	25-Ene	LANTY ZENA GAMARRA		992046592
71	25-Ene	TERESA ARTETA GONZALES		995853245
72	25-Ene	ZULLY ENIT MONTEZA SANCHEZ	LABORATORIO ALGAS MARINAS S.A.C	949998997
73	25-Ene	GLADYS ORTIZ CORTAGENA		995818276
74	25-Ene	MARIZA OCAÑA	A JAIME ROJAS REPRESENTACIONES GRLES S A	
75	25-Ene	JORGE LUIS ÑIQUEN MENDOZA		986186065
76	25-Ene	LUIS GALLARDO LOPEZ		999619498
77	26-Ene	EDUAR ALZAMORA		990056592
78	26-Ene	OSCAR SAMUEL CHAUCA		990284932
79	26-Ene	EDWIN EUSEBIO CHAVEZ GAMARRA		965669799
80	26-Ene	MARTIN STEWARD DEDIOS RUIZ		945005725
81	26-Ene	WILDER ARTEAGA LA CRUZ		996013882
82	27-Ene	JOSE HUMBERTO GAMONAL CRUZ		947004377
83	27-Ene	VICTOR BAUTISTA		991452519
84	27-Ene	FERNANDO DIAZ ROJAS		970973263
85	27-Ene	SONIA QUEZADA QUISPE		991974115
86	29-Ene	JULIO ESPINOZA	PROESTECH PERU S.A.	949076619
87	29-Ene	PERLA RUIZ	CORPORACION WARSO SAC	950381954
88	29-Ene	JAVIER ARCE LAZO	ARCE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	94526232
89	30-Ene	PEDRO MEJIA SALAS	FLAMER SA	943611901
90	30-Ene	MIGUEL PAZ SIME	AI INVERSIONES PALO ALTO I S.A.C.	
91	30-Ene	ELMER MANZANARES MEDINA	GEODRILS.A.C.	958338401
92	30-Ene	GILBERTO VARAS	VARAS LOLI GILBERTO DOMINGO	948064310
93	30-Ene	JONATHAN ROMERO FAJARDO	EMPRESA DE BIENES Y SERVICIOS PARA EL HOGAR SAC	997823864
94	31-Ene	LIZ HIDALGO RUIZ	CONGRESO DE REPUBLICA	
95	31-Ene	TOMAS GUTIERRES SANCHEZ	CONGRESO DE REPUBLICA	
96	31-Ene	ZULEMA REYES CLEMENTE	TAI LOYS.A.	981106447
97	31-Ene	EDITH LORENZO ALEJO		995718638
98	31-Ene	CESAR GUTIERREZ	PROGRAMA SUBSECTORIAL DE IRRIGACIONES-PSI	951721231
99	31-Ene	DARWIN ROBLES LOVATON	GEOTEC S.A.	991338651
100	31-Ene	FILOMENO CUBA GASTELU		990629574
101	1-Feb	MIGUEL BRACHO		969910435
102	1-Feb	CARMEN PALMA	LABORATORIOS ALPACA	999219592
103	1-Feb	YEN CARRION OLIVARES		929519122
104	1-Feb	JHONY PAREDES RIOS		9525644723
105	1-Feb	JUAN CHANGANA		
106	2-Feb	CARLOS GUERRA	RESERINGRAF PERU S.A.C.	992144999
107	2-Feb	RICARDO SHIMAJUKO		

108	2-Feb	KEVIN CONDORI CAPIA		939386565
109	2-Feb	JUAN SANDRO ZEVALLOS		
110	2-Feb	DUVEE RIVERA		969306692
111	3-Feb	PATRICIA PEREZ SANCHEZ		
112	3-Feb	JOSE DIAZ DIAZ		
113	4-Feb	SILVIA CALDERON	CAJA TRUJILLO	
114	4-Feb	RAUL ESCALANTE		5415382
115	4-Feb	MAGALY POMA		994832243
116	5-Feb	ALIMDU TARAZONA		942668323
117	5-Feb	RICARDO SHIMAJUKO		
118	5-Feb	JULIA CORONADO	PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES S.A.C.	990146651
119	5-Feb	JESUS ADAUTO	CONSORCIO SUPERVISOR SAUSACocha	965721375
120	5-Feb	NOLITA LOPEZ CAMPOS		
121	5-Feb	JOSE GUERRA	HG REAL EIRL	943224747
122	6-Feb	SAMUEL ALIAGA SILVA	CLINICA SANCHEZ FERRER S.A.	999539751
123	6-Feb	FRANCISCO BENEL BERNAL	MINISTERIO DE VIVIENDA, CONSTRUCCION Y SANEAMIENTO	992798491
124	6-Feb	LINA MACETAS FERNANDEZ		
125	6-Feb	NESTOR ACOSTA CUELLO		947758678
126	6-Feb	MANUELA RAMIREZ CRUZ		994771302
127	7-Feb	NOLBERTO MADRID CHUMACEROS		941873683
128	7-Feb	WARNER AIQUIPA JORGE		996671454
129	7-Feb	LUISA HUAMAN CAMACHO	CORPORACION ARION SAC	996131864
130	8-Feb	JOSE DAVID BOÑON		992743778
131	8-Feb	EDUARDO VELARDE NAVARRETE		940404170
132	8-Feb	PAUL VALDEZ ALBUJAR		941821597
133	8-Feb	CARLA TACSA CISNEROS	CORPORACION WAMA SAC	939890412
134	9-Feb	BRYAN SANCHEZ LOZADA		960738320
135	9-Feb	RAMSES VICTOR TORRES VALENCIA		938893346
136	10-Feb	AUREAGINA ARIAS LEON		948310382
137	10-Feb	ERICK PEREZ VILLENA		
138	10-Feb	AGUSTIN VASQUEZ DIAZ		961758317
139	10-Feb	FRANCISCO ROMEL PAREDES	IGLESIA CRISTIANA M.M.M.	986774076
140	10-Feb	GEYRI MARIZA OCAÑA		969024673
141	10-Feb	LUIS SANTILLAN		
142	11-Feb	WALKER RUIZ VELA		
143	11-Feb	NOEMI APOZA LORICO	BANCO AZTECA DEL PERU SA	987076619
144	11-Feb	ROSA CALDERON		984825919
145	12-Feb	IVOR ROMERO MADUEÑO		993498148
146	12-Feb	PEDRO ALVARADO GUERRERO		
147	12-Feb	MICHAEL MOZONBITE		960321621
148	12-Feb	ANTONIO JULCAMOZO DE LA CRUZ		954570058
149	13-Feb	JHONY PAREDES RIOS	GRUPO MINERO RIOS	952564725

150	13-Feb	LUIS FERNANDO LEON OJEDA	GOALCO INGENIEROS SAC	998840822
151	13-Feb	GUILLERMO ZAVALLOS		951621743
152	13-Feb	CESAR POMA PANDO		993452792
153	13-Feb	KATIA ARCE LAZO	ARCE SRL	995007494
154	14-Feb	SEGUNDO PALACIOS ARRUNTEGUI		
155	14-Feb	ELUCIO GARCIA CORDOVA		999709858
156	14-Feb	DANY MORANTE CASTILLO		950176987
157	14-Feb	MANUEL ALEJANDRO TIRADO VILLALOBOS		922623631
158	14-Feb	ANTENOR PONCE VEGA	HIDRANDRINA	973947459
159	14-Feb	JHIMY ZAVALTA REYNA	HIDRANDRINA	965657772
160	14-Feb	JUAN RODRIGUEZ REYNA		948809495
161	14-Feb	FERNANDO GONZALES		
162	14-Feb	LUIS TEJADO MESIAS	HYT SERVICIOS GENERALES EIRL	954193179
163	15-Feb	PAOLO GIANHETTI		939948552
164	16-Feb	CHRISTIAN AGRAMONTE OCHOA		974265518
165	16-Feb	CESAR AGUIRRE ARBULU		922029478
166	16-Feb	PERCY RIQUERO		960292641
167	17-Feb	SAMUEL RIOS ARMAS		
168	17-Feb	CESAR MOLINA CORNEJO	PLATINUM SRL	989260330
169	17-Feb	RICARDO BRAVO CONDEZO		964539800
170	18-Feb	WILSON CRISOLOGO POLO		987213372
171	18-Feb	FRANCISCO LINARES APARICIO	CONSORCIO SUPERVISOR PENITENCIARIO HUANCHACO	940206331
172	19-Feb	RODRIGO CARRASCO SOTOMAYOR	AGRORUM SAC	959959730
173	19-Feb	RICARDO GONZALES ROJAS		
174	19-Feb	AARON RIOS SARMIENTO		992187312
175	19-Feb	MIRIAN SEGURA	CKM SAC	
176	20-Feb	JOSE CRISTIANO ROSAS		
177	20-Feb	MARCOS RODRIGUEZ CARDENAS	SISTEMAS ANALITICOS SRL	4816593
178	20-Feb	SEGUISMUNDO SUAREZ		
179	20-Feb	MAGNO MENDOZA RODRIGUEZ		
180	20-Feb	CARLOS MELO MERA		
181	20-Feb	CHRISTIAN BENAVENTE HUERTA		
182	21-Feb	ROSARIO LOAYZA CORDERO		937519143
183	21-Feb	DALILA ALATAMIRA CHAVEZ	CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA	956724815
184	21-Feb	JULIO SANTOS FLORES	CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA	
185	21-Feb	BORIS CHACON	INSPECTORATE SERVICES PERU SAC	963758470
186	21-Feb	DETLEV DR. NOTHNAGEL		
187	21-Feb	RICHARD CULOX		989037933
188	22-Feb	MILAGROS LA TORRE VASQUEZ		
189	22-Feb	MAYRA MONTENEGRO		
190	22-Feb	FLOR IBAÑEZ OJEDO		938252462

191	26-Feb	FELIX VILCHEZ MIRKO		913000293
192	27-Feb	DAVID MORALES PATIÑO		985059658
193	27-Feb	JUAN CARLOS MEDINA		964630807
194	27-Feb	MIGUEL SANCHEZ VILCAPUMA	GESTION DE SERVICIOS COMPARTIDOS S.A.C	999611163
195	27-Feb	ELVIS ESPINOZA CASTILLO		
196	27-Feb	GERSON PANDURO DIAZ	KING STEEL PERU S.A.C	
197	27-Feb	NEDITA ARCELA REY		979407983
198	27-Feb	FRANCISCO ARIAS		984333123
199	28-Feb	PAUL CHAVARRY MIRANDA		936489097
200	28-Feb	PEDRO DEZA ACEVEDO		998753108
201	1-Mar	JULLY PINEDO		
202	1-Mar	ROGER HIDALGO		
203	1-Mar	YURI CAMILO OLIVERA		
204	1-Mar	HENRY PEDRO AGUIRRE MANTILLA		984258363
205	1-Mar	SHIMAJUKO		
206	2-Mar	RICARDO SHIMAJUKO		
207	2-Mar	VICTOR BAUTISTA DIAZ		991492516
208	3-Mar	DORIS ROSAS PEÑA	MINISTERIO DE SALUD	956622164
209	3-Mar	DENISSE ROXANA AQUINO		943714352
210	3-Mar	MARIA ISABEL PIMENTEL TELLO		976499625
211	3-Mar	SILVIA CALDERON	CAJA TRUJILLO	
212	5-Mar	JORGE		
213	6-Mar	WILFREDO PASACHE JUAREZ	CONSORCIO ACR	920060827
214	6-Mar	LUIS ROBERTO CARDENAS VALLEJOS	TAI LOY S.A.	940983624
215	6-Mar	ROBERT MORENO REYES		962520381
216	6-Mar	EDUARDO VIZCARDI LEZAMA		991342167
217	7-Mar	RENATO AGREGA		
218	7-Mar	DANTE RAMIREZ VELASCO	PESQUERA HAYDUK	933438814
219	8-Mar	MILUSKA LILIANA REYES		949814155
220	8-Mar	MAXIMO PONTE VEGA		995063456
221	8-Mar	FERNANDIO RIOS LOZADA		
222	8-Mar	PERCY ELORREAGA DE LA CRUZ		
223	8-Mar	DAVID CHANDUVI		
224	9-Mar	OXAMA CAPUÑAY GONZALES		079-957920
225	9-Mar	CARLOS GUERRA		992144999
226	9-Mar	YAMIR ENCISO MARTINEZ		990374049
227	9-Mar	RICARDO SHIMAJUKO		
228	9-Mar	PAUL VALDEZ ABUJAR		941821597
229	10-Mar	FRANKLIN ACEVEDO		
230	10-Mar	SILVIA CALDERON		
231	11-Mar	NOLACATO CAMPOS	PROGRAMA IMPULSA PERU	999910223
232	11-Mar	SANTOS FELICITO AGUIRRE ENRIQUEZ		
233	11-Mar	LUIS RIVERA VASQUEZ		
234	11-Mar	ALEXANDER QUINTANILLA		
235	12-Mar	LUIS SILVA GUERRA		927776610

236	12-Mar	DIOYOLMIR LUGO ESTRADA		
237	13-Feb	JAVIER ORTIZ	BITZBIT SAC	978353221
238	13-Mar	MARIZA OCAÑA	A. JAIME ROJAS REPRESENTACIONES GENERALES S.A.	969024673
239	14-Mar	ALICIA PAREJA FONSECA		
240	14-Mar	MANUEL BARRIOS ALIAGA	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KURIA	961732263
241	14-Mar	FLAVIO MUNDACA	TRANSPORTES ACUARIO S.A.C.	
242	15-Mar	JOHN HINOJOSA		
243	15-Mar	NESTOR MALCA GANOZA		999599675
244	16-Mar	ELISA CRISTINA CASTILLA MAYERGA		939912426
245	16-Mar	RICARDO SHIMAJUKO		
246	16-Mar	JOAN MAPARTIDA		987802609
247	16-Mar	SANTOS ISIDRO PESANTES	TRANSPORTES ACUARIO S.A.C.	
248	16-Mar	PATRICIO ESCOBAR	TRANSPORTES ACUARIO S.A.C.	
249	17-Mar	OMAR CUETO FUENTE		982319899
250	18-Mar	CARMEN PALMA	LABORATORIO ALPACA EIRL	999219592
251	18-Mar	LUISA ELENA HUAMAN CAMACHO	CORPORACION ARION SAC	996131864
252	19-Mar	SHIMAJUKO		
253	19-Mar	JOSE BENAVENTE	FINANCIERA EFECTIVA S.A.C	
254	19-Mar	EDER CALDERON GARCIA		937695634
255	20-Mar	MARSHALL		
256	20-Mar	FERNANDO MAUTIRO		956286344
257	21-Mar	FRANCISCO ORAYA	FC INGENIERIA Y SERVICIOS AMBIENTALES SAC	
258	21-Mar	MARGARITA CARRILLO		
259	22-Mar	LOURDES LIZBETH HUAMAN BRAVO	COLORANTES NATURALES TRUJILLO SAC	989434332
260	22-Mar	CESAR ATALAYA CACHA		
261	22-Mar	DANIEL SANCHEZ		
262	22-Mar	ADA ALVARADO BAUTISTA	JANIA INVERSIONES EIRL	
263	23-Mar	LUIS ARMANDO ALCALDE ARAUJO		943750031
264	23-Mar	RICARDO SHIMAJUKO		
265	23-Mar	ALAN FERRER CARDENAS		933867876
266	23-Mar	JORGE LUIS GUZMAN ROMERO	PIERINELLI SAC	980168068
267	23-Mar	ANTONIO DE LA CRUZ		954570058
268	24-Mar	YIMY SULLO YARLEQUE	PLAN RENTABLE PERU SAC E AFC	
269	25-Mar	JEAN LOANN BRUNO		
270	25-Mar	CESAR SANTIAGO		985352201
271	27-Mar	ANTONIO HERNANDEZ ACUÑA	ABHER SAC	
272	28-Mar	DENILSON MARQUES DA SILVA	AVG SHAFIT TECNOLOGIA	
273	28-Mar	LIDIA RIDRIGUEZ QUISPE	CORPORACION DE INDUSTRIAS PLASTICAS	998122377

274	28-Mar	CHRISTIAN ALEJANDRO VASQUEZ ESPINOZA		
275	28-Mar	CARLOS PULACHE VILCHEZ		943882284
276	28-Mar	LUIS PADRO NARREA	VCPSAC	01-3367881
277	30-Mar	RICARDO SHIMAJUKO		

ANEXO n.º 8. ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

**PRUEBA PILOTO DE CONFIABILIDAD PARA EL INSTRUMENTO
QUE EVALÚA LA CALIDAD DE ATENCIÓN.**

Nº	CALIDAD DE ATENCIÓN																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	3	2	2	2	3	4	2	3	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4
2	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	4	2	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3
3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	3	1	1	3	3	3	1	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3
6	1	2	2	1	3	3	2	1	1	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	2	1	2
7	1	2	2	1	3	3	2	3	3	3	2	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3
8	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	3
9	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3
10	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3
11	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
12	5	3	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	3
13	5	5	3	3	4	4	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4
14	3	2	2	3	1	2	3	1	3	1	2	3	3	3	2	1	2	2	2	3	1	3
15	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3	2
16	2	1	1	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	2
17	5	5	3	5	5	5	5	3	3	4	5	3	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5
18	1	4	4	5	4	5	3	1	4	4	1	1	5	2	3	4	5	2	3	4	2	1
19	2	5	5	3	4	1	2	5	5	2	2	4	5	2	5	3	1	4	5	5	1	2
20	4	2	3	5	4	5	1	1	4	5	1	5	5	4	3	1	5	1	3	2	2	2

Fuente: Muestra Piloto.

1. Prueba de Confiabilidad del Instrumento que evalúa la calidad de servicio “α”

Alfa de Cronbach.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right)$$

Dónde:

α: Coeficiente de Confiabilidad

K: Número de ítems

S_i^2 : Varianza de cada ítem

S_t^2 : Varianza del total de ítems

∑: Sumatoria

Cálculo de los datos:

$$K = 22$$

$$\sum S_i^2 = 33.321$$

$$S_t^2 = 361.989$$

Reemplazando:

$$\alpha = \frac{22}{22-1} \times \left(1 - \frac{33.321}{361.989}\right) = 0.951 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$

CONFIABILIDAD TOTAL:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,951	22

Salida SPSS versión 26.0

CONFIABILIDAD SEGÚN ÍTEMS:

Estadísticas de total de elemento				
Ítems	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta1	67.1000	320.621	0.756	0.948
Pregunta2	66.9500	320.576	0.820	0.947
Pregunta3	67.2000	330.168	0.665	0.949
Pregunta4	66.9000	332.516	0.575	0.950
Pregunta5	66.7500	341.355	0.573	0.950
Pregunta6	66.6500	329.503	0.643	0.949
Pregunta7	67.0500	319.418	0.840	0.947
Pregunta8	67.0000	321.474	0.702	0.949
Pregunta9	66.9000	332.516	0.643	0.949
Pregunta10	66.6500	326.976	0.723	0.948
Pregunta11	67.0500	332.261	0.604	0.950
Pregunta12	66.7500	335.776	0.573	0.950
Pregunta13	66.4500	336.997	0.595	0.950
Pregunta14	67.1500	351.082	0.406	0.952
Pregunta15	66.8000	336.800	0.675	0.949
Pregunta16	67.1000	322.832	0.753	0.948
Pregunta17	66.7000	332.537	0.622	0.950
Pregunta18	67.0500	332.155	0.683	0.949
Pregunta19	66.7000	318.537	0.862	0.946
Pregunta20	66.8000	334.695	0.661	0.949
Pregunta21	67.3000	324.853	0.719	0.948
Pregunta22	67.1000	339.463	0.568	0.950

Salida SPSS versión 26.0

**PRUEBA PILOTO DE CONFIABILIDAD PARA EL INSTRUMENTO QUE
EVALÚA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.**

N°	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	3	3	4	4	3	3	4	4	2	2	4	3	3	4	3
2	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	2
3	5	3	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3
4	3	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	5	5	4
5	1	1	2	3	2	1	3	3	1	2	3	1	3	1	3
6	1	1	3	3	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3	2
7	2	1	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	1	1	2
8	5	5	5	3	5	5	3	4	5	3	5	4	4	5	5
9	2	4	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
10	3	3	2	3	4	3	3	2	2	4	2	4	4	3	3
11	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
12	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3
13	4	5	5	3	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4
14	1	2	1	3	2	2	1	3	2	1	3	2	1	3	1
15	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	1	1	3
16	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3
17	3	5	4	3	3	3	5	3	5	3	3	5	5	3	4
18	5	4	5	3	5	5	1	1	2	5	2	1	2	1	3
19	5	1	4	4	3	4	1	4	3	2	4	4	2	5	1
20	2	5	5	5	1	2	1	4	4	1	2	1	2	4	2

Fuente: Muestra Piloto.

2. Prueba de Confiabilidad del Instrumento que evalúa la satisfacción del cliente " α " Alfa de Cronbach.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dónde:

α : Coeficiente de Confiabilidad

K: Número de ítems

S_i^2 : Varianza de cada ítem

S_t^2 : Varianza del total de ítems

\sum : Sumatoria

Cálculo de los datos:

$$K = 15$$

$$\sum S_i^2 = 23.958$$

$$S_t^2 = 171.632$$

Reemplazando:

$$\alpha = \frac{15}{15-1} \times \left(1 - \frac{23.958}{171.632} \right) = 0.922 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$

CONFIABILIDAD TOTAL:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,922	15

Salida SPSS versión 26.0

CONFIABILIDAD SEGÚN ÍTEMS:

Estadísticas de total de elemento

Ítems	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta1	44.3000	146.221	0.693	0.915
Pregunta2	44.3000	145.484	0.656	0.916
Pregunta3	44.0000	151.053	0.654	0.916
Pregunta4	44.0500	160.682	0.452	0.922
Pregunta5	44.3500	148.871	0.659	0.916
Pregunta6	44.3500	145.292	0.754	0.913
Pregunta7	44.6000	153.937	0.499	0.921
Pregunta8	44.4000	155.095	0.523	0.920
Pregunta9	44.3500	147.924	0.716	0.914
Pregunta10	44.4500	150.155	0.635	0.917
Pregunta11	44.1500	153.608	0.657	0.917
Pregunta12	44.3500	148.976	0.680	0.915
Pregunta13	44.5000	147.632	0.683	0.915
Pregunta14	44.2500	144.197	0.709	0.914
Pregunta15	44.6000	156.042	0.570	0.919

Salida SPSS versión 26.0