

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE HOTELERIA

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniería de
administración de Empresas Hoteleras

**Estrategias de Mejora a la Calidad del Servicio de la Hostería San
Gerónimo, ubicada en la Provincia Imbabura - Ibarra, basada en el modelo
Servqual**

AUTORA:

Karol Andrea Rivadeneira Montalvo

DIRECTOR:

PhD: Jesús Gómez

Quito – Ecuador

Agosto 06 ,2020.

Carta del Director del Trabajo de Titulación

Magister,

Diana Constante Directora de la Escuela de Hotelería

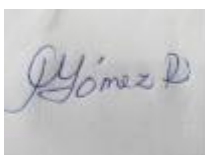
Director de la Escuela de Administración de Empresas Hoteleras

Presente.

Yo PhD. Jesús Gómez, Director del Trabajo de Titulación realizado por KAROL ANDREA RIVADENEIRA MONTALVO, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas Hoteleras, informo haber revisado el presente documento titulado **“Estrategias de Mejora a la Calidad del Servicio de la Hostería San Gerónimo, ubicada en la Provincia Imbabura - Ibarra, basada en el modelo Servqual”** el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



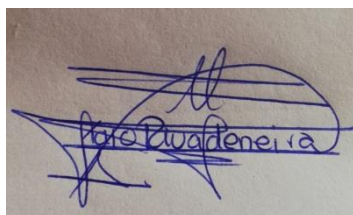
PhD. Jesús Gómez

Director del Trabajo de Titulación

Carta de Autoría del Trabajo

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación "**Estrategias de Mejora a la Calidad del Servicio de la Hostería San Gerónimo, ubicado en la Provincia Imbabura - Ibarra, basada en el modelo Servqual**" así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.



.....

Karol Andrea Rivadeneira Montalvo

No. de cédula de ciudadanía: 172547699-6

Quito, 02 de febrero 2020.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy gracias a Dios por darme la voluntad y fuerza necesaria para llegar hasta el final, haciendo realidad un sueño más.

También mi más sincero agradecimiento al tutor del presente trabajo de titulación PhD. Jesús Gómez, por el apoyo, esfuerzo, paciencia y dedicación de guiar y compartir sus conocimientos en el proceso de esta investigación, presentándose como una persona sencilla y honesta.

Asimismo, agradezco a la Universidad Iberoamericana del Ecuador por brindarme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

Gracias a mi familia, en especial a mis padres por el apoyo incondicional y los buenos consejos cuando más los he necesitado, son el pilar fundamental para lograr cada meta y superar cada adversidad que se me presente.

Gracias a mis amigos, que me han demostrado una amistad sincera brindándome el apoyo moral y humano, en los buenos y malos momentos.

En realidad son muchas las personas que han estado presentes como parte de mi vida personal y profesional a las que agradezco de todo corazón por los consejos, apoyo, ánimo y compañía en las situaciones más complicadas de mi vida.

INDICE

RESUMEN	100
CAPITULO 1	
INTRODUCCIÓN	111
1.1. Presentación del problema que aborda el TT	122
1.2. JUSTIFICACIÓN	154
1.3. OBJETIVOS	165
1.3.1. Objetivo general.....	165
1.3.2. Objetivos específicos	165
CAPITULO 2 MARCO TEÓRICO	166
2.1. Antecedentes de la investigación	166
2.2. Bases Teóricas	18
2.2.1. Calidad.....	18
2.2.2. Calidad del Servicio	18
2.2.3. Calidad del servicio hotelero	19
2.3. Servicio	19
2.3.1. Servicio hotelero	19
2.3.2. Hostería	200
2.4. Otros Modelos de medición de la calidad del servicio	210
2.4.1. Modelo SERVPERF	210
2.4.2. Modelo de la calidad normalizada.....	210
2.4.3. Modelo Hotelqual	211
2.5. MÓDELO SERVQUAL	221
2.5.1. Dimensiones del modelo.....	222
2.5.2. Objetivo del modelo	232
2.5.3. Expectativas de los clientes	233
2.5.4. Percepciones de los clientes.....	233

2.5.5. Operacionalización de variables	233
CAPITULO 3 METODOLOGÍA	
EMPLEADA.....	27
6	
3.1 Enfoque y tipo de investigación.....	276
3.2. Diseño de la investigación.....	276
3.4. Muestra.....	297
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.6. Validez y confiabilidad	29
3.6.1. Validez	310
3.6.2. Confiabilidad	321
3.7. Estadística descriptiva.....	321
3.8. Análisis e interpretación de datos	321
CAPITULO 4 RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	
4.1. Análisis de Resultados	343
4.1.1 Evaluacion de las expectativas de los clientes y las percepciones de los trabajadores de la Hosteria San Geronimo sobre el servicio ofrecido	
¡Error! Marcador no definido.3	
a) Dimensión Fiabilidad	346
b) Dimensión Capacidad de Respuesta.....	377
c) Dimensión Seguridad	389
d) Dimensión Empatía	41
e) Dimensión Elementos Tangibles	421
4.1.2 Analisis de la calidad del servicio en basea las expectativas y percepciones de los clientes de la Hostería San Gerónimo.....	465
4.1.3 Calidad del Servicio global.....	476
4.1.4 Diseño de estrategias de mejora de la calidad del servicio ofrecido en la Hostería San Gerónimo.....	47

CAPITULO 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 53

5.1. Conclusiones.....	53
5.2.Recomendaciones.....	54
6. Anexos.....	57
7. Bibliografía.....	60

INDICE DE TABLAS

Tabla No.1. Dimensiones del Modelo Servqual. Fuente: Parasuraman, Berry y Zeithaml (1988)	22
Tabla No.2. Operacionalización de variables del Modelo Servqual. Fuente: K. Rivadeneira (2019).....	25
Tabla No.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Fuente: K. Rivadeneira (2019).....	31
Tabla No. 4. Expectativas del Servicio recibido por los clientes. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	35
Tabla No.5. Percepciones del Servicio brindando por los trabajadores. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	36
Tabla No.6. Expectativas de los clientes en relación a la Capacidad de respuesta. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	37
Tabla No.7. Percepciones del Servicio brindando por los trabajadores en relacion a la Capacidad de respuesta. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	38
Tabla No.8. Expectativas de los clientes acerca del servicio, brecha seguridad. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	39
Tabla No.9. Percepciones de los trabajadores acerca del servicio brecha seguridad. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	40
Tabla No.10. Expectativas de los clientes, brecha empatía. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	41
Tabla No.11. Percepciones de los trabajadores, brecha empatía. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	42
Tabla No.12. Expectativas de los clientes, brecha elementos tangibles. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	43
Tabla No.13. Percepciones de los trabajadores, brecha Elementos Tangibles. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	44
Tabla No.14. Analisis de las percepciones de los trabajadores y las expectativas del cliente, resultado global por brecha. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	45

Tabla No.15. Evaluacion de las expectativas y percepciones de los clientes, resultado global por brecha. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	47
Tabla No.16. Calidad del servicio total. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	44
Tabla No.17. Estrategias de mejora a la Calidad del Servicio Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	46
Tabla No.18. Costos de estrategias de mejora. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	47
Tabla No.19. Cronograma de estrategias Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	48

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1. Expectativas y percepciones del Servicio recibido por los clientes. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	35
Gráfico No.2. Percepciones de los trabajadores, brecha fiabilidad. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	36
Gráfico No.3. Expectativas de los clientes en relación a la capacidad de respuesta. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	37
Gráfico No.4. Percepciones de los trabajadores, brecha Capacidad de respuesta. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	38
Gráfico No.5. Expectativas del cliente acerca del servicio, brecha seguridad. Fuente: K.Rivadeneira, 2020.....	39
Gráfico No.6. Percepciones de los trabajadores, brecha Seguridad. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	40
Gráfico No.7. La Hostería San Gerónimo brinda atención individual a los clientes. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	41
Gráfico No.8. Percepciones de los trabajadores, brecha Empatía. Fuente: E. Narváez y K. Rivadeneira, 2020.....	42
Gráfico No.9. Expectativas y percepciones de los clientes, brecha elementos tangibles. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	43

Gráfico No.10. Percepciones de los trabajadores, brecha Empatía. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	44
Gráfico No.11. Diferencias entre las percepciones de los trabajadores y las expectativas del cliente, resultado global por brecha. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico No.12. Expectativas y percepciones de los clientes, resultado global por brecha. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.....	47
Gráfico No.13. Calidad del servicio total .Fuente: Rivadeneira, 2020.....	43
Gráfico No .14. Causa y efecto. Fuente: Rivadeneira, 2020.....	44

INDICE DE ANEXOS

Fotografía 1 Entrada	69
Fotografía 2 Fachada	69
Fotografía 3 Fachada de Habitaciones	69
Fotografía 4 Señaletica Ambiental.....	69
Fotografía 5 Baño de habitacion.....	69
Fotografía 6 Señaletica de Precaucion.....	69
Fotografía 7 Areas Verdes	70
Fotografía 8 Habitaciones.....	70
Fotografía 9 Pasaje de habitaciones	70
Fotografía 10 Habitaciones Dobles.....	70
Fotografía 11 Recepcion.....	70
Fotografía 12 Zonas Recreacionales	70
Fotografía 13 Capacitación.....	71

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se centró con la finalidad de analizar la calidad del servicio proponiendo estrategias de mejora por medio del modelo SERVQUAL en la Hostería San Gerónimo dicho modelo fue creado en el año de 1988 por Parasuraman, Berry y Zeithaml teniendo como objetivo medir las expectativas y percepciones de los clientes y trabajadores del establecimiento, se ejecutó el estudio en teoría y concepto, que ayudan a fortalecer el conocimiento sobre el alcance de las estrategias de mejora ,se realizó dos tipos de encuestas estandarizadas, una para los empleados y otra para los clientes de la Hostería San Gerónimo, para ello, en primer lugar, se identificaron expectativas y percepciones de las dos poblaciones, posteriormente se analizaron las discrepancias referentes a la calidad del servicio con base a las cinco dimensiones que conforman el referido modelo: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. La investigación se desarrolló enmarcada en el enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva y diseño no experimental – transeccional, es decir se realizó en un momento y tiempo determinado. La muestra estuvo conformada por 71 clientes y 13 trabajadores, valorado según la escala Likert del 1 al 7, el cual permitió la identificación de las deficiencias presentes en dicha hostería. La validez del instrumento quedó determinada por el hecho de ser el mismo un documento estandarizado y la confiabilidad se calculó a partir del promedio de las brechas evaluadas, arrojando un valor negativo lo cual demuestra las falencias encontradas. Los resultados obtenidos indican que la percepción de la calidad por parte de los clientes es menor a sus expectativas arrojando respuestas negativas en donde fiabilidad obtiene como total de brecha un valor negativo igual a -1,40, capacidad de respuesta con el -0,62 y seguridad con el -3,60, es importante recalcar que el procedimiento se adaptó a los objetivos propuestos en la investigación. Se concluyó que el establecimiento requiere la implementación de estrategias de mejoras en la calidad del servicio que se oferta a los clientes que visitan el establecimiento y las principales recomendaciones se dirigen a los dueños de la Hostería San Gerónimo las cuales ayudaran a la mejora de la calidad del servicio.

Palabras clave: Estrategias de mejora, Calidad del servicio, Modelo Servqual.

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

Frente a las estrategias del gobierno de fomentar a la visita de las maravillas naturales del Ecuador, muestra en la actualidad aun la falta de desarrollo del sector turístico integrando en ella la diversidad de actividades como; el transporte, alojamiento, alimentación y actividades de recreación. Evidenciando aspectos por mejorar, siendo como principal falencia identificada la calidad del servicio al cliente, lo cual es fundamental para generar dinamismo en el sector (Romero y Ordóñez, 2017).

La presente investigación se lleva a cabo en la Hostería San Gerónimo, cumpliendo con todos los requerimientos dispuestos en el último reglamento vigente de alojamiento turístico como hostería (HT) en el cual se menciona las características principales evidentes en el capítulo 3 y los requisitos obligatorios y de categorización, presentes en los correspondientes anexos disponibles en el capítulo 4 del reglamento, se considera también la normativa del catastro de alojamiento, manifestando al establecimiento como de segunda categoría, la hostería está ubicada en Imbabura-Ibarra, vía San Gerónimo, específicamente en el kilómetro 63, el presente análisis tiene la finalidad de proponer un esquema de estrategias para la mejora de la calidad del servicio (Mintur, 2015).

El estudio se centra en los aspectos de calidad de servicio complementando con la calidad objetiva que comprende las características del bien o servicio ofertado y el modelo Servqual específicamente utilizando su modelo de brechas para la evaluación de los requerimientos, expectativas y percepciones del cliente y del personal del establecimiento, garantizando resultados confiables que ayuden con acciones positivas ante la situación actual.

La investigación se encuentra estructurada en cinco capítulos de la siguiente manera: Capítulo 1 denominado Introducción, contiene la Presentación del problema de investigación, Justificación y Objetivos. El Capítulo 2 corresponde al Marco Teórico y detalla los Antecedentes de investigación, bases teóricas y legales. En el Capítulo 3 se describe la metodología empleada para desarrollar

la investigación, el Capítulo 4 muestra los resultados obtenidos al dar cumplimiento a los objetivos planteados, con su correspondiente interpretación y el Capítulo 5 propone las Conclusiones y Recomendaciones derivadas del estudio.

1.1. Presentación del problema que aborda el TT

El valor de brindar bienes y servicios de calidad es indispensable para cualquier organización, permitiendo la fidelización de los clientes a través de la experiencia generada, tomando en cuenta que los consumidores tienen características diferentes, unos son más estrictos y exigentes, es decir, tienen una idea de lo que interviene en la calidad convirtiéndose en una ventaja competitiva más fuerte dentro del mercado y en cualquier sector (Camisón, Cruz y González, 2006).

De igual manera Camisón, Cruz y González (2006) afirman que se conoce como servicio a todas las actividades que se realizan para fidelizar al cliente, donde intervienen elementos tangibles e intangibles y la actitud de quien presta el servicio, considerando que la percepción de calidad en la mente del cliente se forja a partir de las experiencias personales que se han generado, bien sea con el mismo producto o con productos sustitutos, influye también el posicionamiento de la marca del establecimiento y las recomendaciones de terceras personas.

La obtención de las perspectivas de los clientes sobre el servicio, es difícil de comprender, por las distintas preferencias ante la compra de un bien o servicio, para garantizar un buen servicio es necesario el trabajo en equipo de todos los trabajadores del establecimiento. De allí que, en la actualidad, existen varios modelos de medición de calidad de servicio, encontrándose entre estos el modelo Servqual, escogido como base teórica de la presente investigación, el cual fue creado por Parasuraman, Berry y Zeithaml en el año de 1993, siendo su objetivo principal perfeccionar la calidad del servicio ofertado en el sector hotelero. Para ello, han creado una herramienta de medición globalizando

todos los aspectos necesarios para un análisis completo de la calidad del servicio, el instrumento es mediante un cuestionario estandarizado con gran viabilidad y confiabilidad, analizado por medio de una escala de respuestas, para entender las expectativas y percepciones de los clientes y trabajadores, por lo que se analizan cinco aspectos que son: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. De esta manera garantiza la evaluación de calidad permitiendo una ventaja competitiva, este modelo permite adaptar su esquema de acuerdo a la situación de cada establecimiento (Chavez, 2018).

En el sector hotelero, el servicio debe garantizar cubrir todos los requerimientos del cliente, este es el indicador más importante, por el que se realiza la medición de la calidad de servicio, por otro lado, estos establecimientos también dependen de otras variables como la percepción del cliente y las características del servicio.

De allí que el hotelería se ha convertido en una de las actividades principales en el turismo, fijando como objetivo principal la satisfacción del cliente, con base a procesos no estructurados, debido a que se hace necesario ir más allá y mostrar flexibilidad, esto ha permitido un incremento de turistas que beneficia el desarrollo de los destinos turísticos, convirtiéndolos en lugares de mayor productividad con aumento de su rentabilidad (Serrano y García, 2007).

Por otra parte, la Provincia de Imbabura según datos del GAD-I (2015) afirma que “representa una parte muy importante en el desarrollo turístico del país, tomando en cuenta por su gran oferta turística y hotelera, permitiendo impulsar este destino turístico con responsabilidad y respeto por la cultura ecuatoriana, siendo necesario brindar servicios de calidad para generar mayor afluencia de turistas nacionales y extranjero”.

La hostería San Gerónimo se encuentra situada vía San Gerónimo Km 63 a hora y media del centro histórico de la ciudad de Ibarra, el establecimiento se crea en base a la necesidad de obtener mayores ganancias dentro de su vida cotidiana, se encuentra rodeado de un clima cálido permitiendo la cosecha de productos autóctonos en los cuales se puede encontrar yuca, guanábana, frejol, maíz, entre otros, que se encuentran a la venta en el restaurante del

establecimiento ya que los productos son utilizados para la preparación de comida típica del lugar, siendo esta la tradicional menestra de San Gerónimo brindando como opciones para acompañar el lomo a la plancha o mariscos.

Cabe señalar que el establecimiento de alojamiento, es el único dentro de San Gerónimo, es decir, no cuenta con un competidor directo, razón por lo que tiene una gran acogida por parte de los pobladores del sector y también en su mayoría extranjeros provenientes de Colombia. La misma cuenta con 40 tipos de habitaciones entre ellas simples, dobles y cuádruples, además ofrece precios accesibles y oferta otras áreas de servicio como restaurante, salón de eventos, piscina, cancha de indor, pista de motocrós y una vista rodeada de naturaleza.

En relación al personal que labora en la hostería San Gerónimo cuenta con administradores y empleados empíricos, lo que trae como consecuencia una baja promoción hotelera - turística, por otro lado, los trabajadores no poseen el conocimiento suficiente sobre las diversas áreas como: housekeeping, equipamiento, recepción, cuadernos de registro y restaurante.

De igual manera dentro de la problemática evidenciada en la hostería San Gerónimo según los propietarios y administradores Joselito Armando Mina Minda y su esposa Carmen Amelia Reina Guamán, existe una disminución de clientes a partir del incremento de quejas constantes por parte de los huéspedes en los servicios brindados, creando insatisfacción en los clientes y pérdida en la rentabilidad de la hostería, ocasionando insolvencia para los costos de mantenimiento de las instalaciones, pago de la nómina del trabajador y cancelación de créditos de financiación.

En este contexto, surge la necesidad de diseñar estrategias de mejora a la calidad del servicio, aplicando el modelo Servqual, con la finalidad de determinar las diferencias existentes entre expectativas y percepciones de los huéspedes que acceden al servicio, de manera que se identifiquen las fallas a partir del análisis de las cinco dimensiones de dicho modelo.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se desarrolla a partir de la aplicación de una herramienta hotelera que permite la evaluación de calidad de servicio, el modelo Servqual creado por los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry, quienes centraron sus investigaciones en las siguientes preguntas: ¿cuándo un servicio es percibido de calidad?, ¿qué dimensiones integran la calidad?, y ¿qué preguntas deben integrar el cuestionario para medir la calidad?, abarcando de esta manera los diferentes aspectos de percibir un servicio de calidad que lo conforma. (Camisón, Cruz y González, 2006, p. 918).

De esta manera se identifican los beneficios que brinda el modelo Servqual mediante su aplicación en la hoteria San Gerónimo: Cumplimiento de necesidades y deseos de los clientes mediante los servicios que ofrece la hostería; Aumento de la rentabilidad y mayor posicionamiento en el mercado; Fidelización de los clientes internos y externos y compromiso sobre el mejoramiento continuo por parte de los administradores del establecimiento para mantener un servicio de calidad a largo plazo (Carrion, 2013).

La aplicación de este modelo ayuda al administrador a poner en marcha las estrategias de mejora en base a los beneficios identificados ,que influirán en el mejoramiento de la situación actual, teniendo un aumento en la calidad del servicio, comparando y analizando las dimensiones correspondientes: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía , obteniendo del modelo Servqual: lo que desean los consumidores, lo que perciben los consumidores, las razones de insatisfacción y por ultimo permite ordenar los defectos de calidad encontrados (Mendoza, 2009).

De esta manera permite hacer uso de los conocimientos académicos adquiridos durante la carrera de administración hotelera, contribuyendo como sustento para futuras investigaciones dentro del ámbito científico en temas relacionados con la calidad de servicio.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Proponer estrategias de mejora para la Calidad del Servicio de la Hostería San Gerónimo basada en el Modelo Servqual.

1.3.2. Objetivos específicos

- Evaluar las expectativas de los clientes y percepciones de los trabajadores con respecto al servicio en la Hostería San Gerónimo.
- Analizar la calidad de servicio de las expectativas y percepciones de los clientes de la Hostería San Gerónimo.
- Diseñar estrategias de mejora de la calidad del servicio ofrecido en la Hostería San Gerónimo.

CAPITULO 2 MARCO TEÓRICO

El presente capítulo describe los antecedentes de la investigación relacionados con la calidad del servicio en establecimientos hoteleros y restauración, así como las bases teóricas y legales que serán sustento de la investigación, aportando al soporte desarrollo de los objetivos planteados para lograr la propuesta de estrategias de mejora a la Calidad del Servicio de la Hostería San Gerónimo basada en el Modelo Servqual.

2.1. Antecedentes de la investigación

Como primer antecedente, se tiene la investigación desarrollada por Villalba (2016), cuyo nombre es “Análisis de calidad de servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bristo y Q Restaurant, y sugerencias de mejora”, la cual se centró en analizar la calidad y servicio de tres restaurantes de la ciudad de Quito, con base al Modelo Servqual, desde un enfoque cuantitativo, utilizando como técnica de recolección de datos, la encuesta, a partir del instrumento estandarizado del modelo Servqual, aplicado a una población comprendida por los trabajadores y clientes de cada uno de los establecimientos, presentando como resultado del estudio se concluye el conocimiento de la satisfacción de

los colaboradores y clientes desarrollando una propuesta de mejora tanto para el servicio al cliente, como para el clima laboral, misma que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes.

Así pues, la investigación realizada por Villalba es un aporte para el presente estudio, debido a que en ambos se utilizó el método Servqual para analizar la calidad de servicio de un establecimiento, comprobándose la validez del modelo, además aporta con conceptos importantes, existiendo similitud en las técnicas utilizadas y la forma de analizar los resultados, con base a la satisfacción del cliente y calidad de servicio.

Por otra parte, se tiene la investigación realizada por Chávez (2018), nombrada “Diseño de un plan de mejora mediante el modelo servqual para el hotel “Canoa’s Wonderland” de la parroquia de canoa, cantón San Vicente”, basada en la aplicación del modelo Servqual con el objetivo de medir la calidad de servicio en un establecimiento hotelero empleando un método cuantitativo, presentando como instrumento una encuesta realizada a los huéspedes y empleados del Hotel Canoa’s Wonderland en el cantón San Vicente de Manabí, obteniendo como resultado el diseño un plan de mejora.

En este sentido puede decirse que la investigación contribuye en las técnicas para la elaboración de estrategias, detallando el procedimiento para realizar un plan de mejora dentro de un establecimiento hotelero, ubicado en un destino turístico posicionado en el mercado, aportando con aspectos importantes al aplicar el Modelo Servqual.

Finalmente, Muñoz (2017) desarrolló su trabajo investigativo con el nombre de “Análisis de la calidad del servicio del Hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas”, con un método descriptivo, exploratorio, científico inductivo-deductivo, lo que permitió establecer reglas y obtener resultados en un momento determinado, el objetivo general del estudio fue analizar la calidad de servicio que brinda el personal del Hotel Perla Verde de Esmeraldas, utilizando el método SERVQUAL haciendo uso como instrumento de recolección de datos la encuesta, dando así como resultado el escaso nivel de compromiso y una limitada actuación de los colaboradores en donde como resultado de la investigación propone un Plan de mejoras para optimizar el nivel de

desempeño del talento humano y fortalecer la calidad del servicio en el Hotel Perla Verde, de la ciudad de Esmeraldas, vinculada a mejorar la capacidad de desempeño laboral, en donde se fortalezca el conocimiento, habilidades y destrezas referente a la comunicación, liderazgo, trabajo en equipo.

De tal forma, esta investigación sirve de orientación al análisis de las deficiencias que puede presentar un establecimiento hotelero, se evidencia que el modelo Servqual ayudo a determinar que los colaboradores eran los responsables del escaso nivel de calidad de servicio, es decir, ayudará al análisis desde el punto de vista de los trabajadores y guiarán a la presente investigación al diseño de estrategias.

Igualmente, los estudios presentados como basas teóricas se enfocan en la aplicación del modelo Servqual, manifestando su buen funcionamiento para realizar la medición de satisfacción del cliente y trabajador del establecimiento, este modelo ayudará a identificar todas las necesidades y falencias de la Hostería San Gerónimo y mediante los resultados se establecerán estrategias de mejora.

En este contexto surge la siguiente interrogante ¿Cuál es la Calidad del Servicio en la Hostería San Gerónimo?

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Calidad

La calidad de un producto o servicio en una organización representa la satisfacción de los clientes, con el fin de cubrir las necesidades y deseos de las personas que adquieren el servicio y generar confianza en los clientes (Camisón, Cruz y González, 2007).

Por su parte el RAE (2019) define la calidad como una propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie.

De igual manera Aldana, Álvarez y Bernal (2011) exponen a la calidad como el conjunto de bienes que por sus características son superiores a los demandados por los consumidores y así mismo consiste en llevar a cabo las

funciones y cumplir las normas previstas, sin desfallecer a la ausencia de defectos, fiabilidad, operatividad de mantenimiento, disponibilidad, entre otros.”

Finalmente, tomando en cuenta a Camisón, Cruz y González, (2007) y Aldana, Álvarez y Bernal (2011) se puede señalar a la calidad como la relación del modo de pensar de la empresa y los procesos que en ella se gestionan en el día a día, conformando la actividad de una organización o establecimiento, el cual se refiere al producto o servicio cubriendo las necesidades del cliente, innovando frente a la competencia.

2.2.2. Calidad del Servicio

En la actualidad, la calidad no solo está relacionada al producto sino también al servicio que se oferta, de la misma manera, Valencia (2015, p 20) afirma que “la calidad del servicio se enfoca en la percepción de satisfacción de los usuarios y la prestación del servicio que le oferta la empresa”.

Existen varios factores que interfieren en la calidad de un producto o servicio, al respecto Valencia (2015, p 20) expone que “la atención es uno de los factores que denota calidad ligado estrechamente al servicio que se brinde al cliente, garantizando un trato amable y cordial”. De esta manera, se destaca la importancia de calidad del servicio, ya que no solo significa que el cliente se sienta satisfecho por el servicio adquirido sino también por la atención que le proporciona el personal en el área hotelera.

2.2.3. Calidad del servicio hotelero

Según Santomá y Costa (2007), en la industria hotelera existe una relación positiva entre calidad de servicio, satisfacción del consumidor, intencionalidad de compra y recomendación posterior, justificando de esta manera la necesidad de imponer políticas de calidad en estos establecimientos.

Los componentes del servicio hotelero se dividen de la siguiente manera:

- La calidad física, la cual abarca los componentes visibles del establecimiento hotelero.
- La calidad interactiva, relacionada con la forma con la prestación del servicio y la atención al cliente.

- La imagen del hotel, componente más importante de la calidad de servicio, debido a que denota credibilidad y confianza en los clientes.

Además, los establecimientos hoteleros fijan sus objetivos con base de brindar a sus clientes la mejor atención en sus servicios, obteniendo la satisfacción y fidelidad del cliente. De la misma forma, el producto y servicio ofertado se planifican, diseñan y ejecutan mediante estudios al target orientados con el fin de establecer estrategias en la relación compra – venta teniendo en cuenta las necesidades del mercado meta.

2.3. Servicio

2.3.1. Servicio hotelero

Según Daza, (2013) expone cuáles son las dimensiones más importantes en la medición de la calidad del servicio hotelero usando el modelo SERVQUAL, presentando la fiabilidad, los elementos tangibles, las características del personal y la oferta complementaria.

Los elementos principales que conforman el servicio hotelero son todos los objetos observables de la estructura del establecimiento, al igual que las comodidades que se ofertan a toda clase de turista, debido a la importancia de proyectar su imagen comercial y capacidad de respuesta, adquiriendo personalidad propia y diferenciadora ante la demanda del mercado. Por lo tanto, se pretende que el área hotelera realce su calidad de servicio en sus principales cinco dimensiones siendo estos elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y fiabilidad, trabajando conjuntamente todas las áreas que intervienen en un establecimiento de alojamiento.

2.3.2. Hostería

Según el reglamento de alojamiento turístico capítulo 3 menciona que, es un establecimiento con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje, debe contar con un mínimo de cinco habitaciones o cabañas privadas, poseer un cuarto de baño y aseo privado, pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios

complementarios. Además, posee jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, así como estacionamiento (Mintur, 2015).

2.4. Otros Modelos de medición de la calidad del servicio

2.4.1. Modelo SERVPERF

Como alternativa al modelo Servqual, Croin y Taylor proponen en el año de 1992, un modelo para evaluar las percepciones del servicio prestado al cliente eliminando las expectativas del mismo, la escala SERVPERF emplea veinte y uno enunciados extraídos del modelo Servqual, es decir, se reducen a la mitad las mediciones con respecto a dicho modelo, por lo tanto, lo convierte en un instrumento mucho más manejable y menos costoso de utilizar, relacionado con las acciones que causan problemas de interpretación que intervienen en el concepto de expectativas (Davila y Flores, 2017).

2.4.2. Modelo de la calidad normalizada

El modelo de desempeño evaluado, Tea (1993) también propone el modelo de la Calidad Normalizada (NQ) como alternativa del modelo Servqual, el cual compara la calidad percibida del objeto que se evalúa y la calidad percibida de otro objeto que se toma como referente (Camisón, Cruz y González, 2007). Es decir, este modelo compara las percepciones del servicio con otro similar, con el fin de determinar cuál es el que satisface las necesidades de la persona en su totalidad.

2.4.3. Modelo Hotelqual

Este modelo se encarga de medir la calidad que se percibe en los servicios de alojamiento. Según Collados (2017) se tienen una serie de puntos establecidos dentro del mismo y que se modifican atendiendo a las características específicas del establecimiento, componiéndose de tres grandes dimensiones:

- La evaluación del personal: Capacidad de respuesta transmitiendo confianza y seguridad al cliente.
- Evaluación de instalaciones: Los clientes evalúan el estado de confortabilidad.

- Organización del servicio: El cliente evalúa la organización del personal, la rapidez y el orden a la hora de realizar un servicio.

El modelo hotelqual calcula las discrepancias del servicio, mediante una encuesta de 20 ítems que ayuda a determinar las diferencias entre las expectativas y rendimiento.

2.5. MÓDELO SERVQUAL

Dentro de los expertos de calidad se encuentran Torres y Vásquez (2015) donde exponen a un equipo de investigadores conformado por Parasuraman, Berry y Zeithaml quienes fueron los creadores del modelo Servqual en 1988, el cual mide y evalúa las expectativas y percepciones de los trabajadores y clientes, mediante una encuesta de cuarenta y dos ítems dividido en dos cuestionarios aplicados en dos momentos del servicio antes de adquirirlo y después en la percepción final del servicio (p.64), evaluando las 5 dimensiones que propone el modelo Servqual.

El modelo Servqual fue creado en el año 1988, experimentado numerosas mejoras y revisiones desde entonces, Matsumoto (2014, "p.6"), dice que, es una herramienta de investigación mercantil, permitiendo realizar el cálculo de la calidad del servicio, con el fin, de percibir las expectativas de los usuarios y cómo califican el servicio, observando el comportamiento del consumidor.

En este modo, se ha procedido a escoger para el desarrollo de la presente investigación, el modelo SERVQUAL, presentándose con técnicas e instrumentos de fácil adaptación al contexto del presente estudio, el cual evalúa las expectativas y percepciones, en dos momentos de la estadía del cliente lo que ayudara a percibir la calidad total del establecimiento.

2.5.1. Dimensiones del modelo

El modelo Servqual propone 5 dimensiones según (Zeithaml, Bitner Y Gremler, 2009):

Tabla No.1. Dimensiones del Modelo Servqual. Fuente: Parasuraman, Berry y Zeithaml (1988)

Dimensión	Significado
Elementos tangibles	Aspecto e imagen de la infraestructura, las

	instalaciones, los equipos y del personal.
Empatía	Brindar atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes.
Fiabilidad	Capacidad de realizar el servicio de manera correcta.
Seguridad	Inspirar credibilidad y confianza.
Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado.

2.5.2. Objetivo del modelo

El modelo Servqual, se centra en medir la calidad del servicio prestado por los establecimientos del sector hotelero, así como identificar cuáles son las dimensiones más relevantes que integran la variable calidad de servicio en establecimientos hoteleros (Matsumoto,2014).

Por su parte, Nishizawa (2014, p.185) enuncia que “el objetivo principal del modelo Servqual es la evaluación de las expectativas y percepciones del servicio tanto de los empleados como en los clientes, determinando el nivel de satisfacción”.

2.5.3. Expectativas de los clientes

Las expectativas son evaluadas antes del servicio que obtienen los clientes, según Nishizawa (2014, p.185) son opiniones referentes a la presentación del servicio, para conocer lo que esperan los clientes y son creadas por la comunicación y la experiencia de otras personas que ya han usado un servicio similar.

2.5.4. Percepciones de los clientes

La percepción de los clientes es la valoración de tuvieron de los servicios, como referencia Nishizawa (2014, p.185) afirma que son conectores de la calidad del servicio los cuales son; capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad, empatía, y elementos tangibles”.

2.5.5. Operacionalización de variables

A continuación, se presenta la operacionalización de variables de las cinco dimensiones propuestas por dicho modelo y su relación con cada ítem del cuestionario propuesto por el modelo Servqual de la calidad del servicio.

Tabla No.2. Operacionalización de variables del Modelo Servqual. Fuente: K. Rivadeneira (2019)

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems
<p>CALIDAD DEL SERVICIO</p>	<p>La calidad en el servicio es el grado en el que un servicio satisface o sobrepasa las necesidades o expectativas que el cliente tiene respecto al servicio ofrecido, existiendo una diferencia entre las expectativas vs percepciones (Villalba, 2013, p.2)</p>	<p>Fiabilidad</p>	<p>1. Realización del servicio en el tiempo prometido. 2. Interés del establecimiento en la solución de problemas. 3. Los empleados realizan el servicio a la primera vez 4. Cumplen el tiempo prometido en los servicios 5. Mantienen informados a los clientes sobre el momento en que se desempeñan los servicios.</p>	<p>1 2 3 4 5</p>
		<p>Capacidad de respuesta</p>	<p>1. Los empleados brindan un servicio eficaz. 2. Los empleados se encuentran dispuestos ayudar 3. Los empleados jamás se encuentran demasiado ocupados hacia el cliente.</p>	<p>1 2 3</p>

		Seguridad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inspira confianza 2. Inspira seguridad 3. Amabilidad 4. Solución a problemas 	<ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4
		Empatía	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención personalizada 2. Personal capacitado 3. Cuidado personalizo 4. Cubrir los requerimientos de los clientes 	<ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4
		Elementos tangibles	<ol style="list-style-type: none"> 1. El aspecto de los equipos es moderno. 2. Las instalaciones son visualmente llamativas. 3. La imagen de los empleados es correcta. 4. La información asociada con el servicio es interesante. 5. Los horarios de los servicios son apropiados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5

CAPITULO 3

METODOLOGÍA EMPLEADA

El presente capítulo describe la manera en que se llevó a cabo la investigación, su enfoque ,tipo, diseño y población estudiada, así como los instrumentos que se utilizaron y el tamaño de muestra, todo con el fin de lograr datos estadísticos relevantes y verídicos para desarrollar los objetivos establecidos en la investigación.

Al respecto, Balestrini (2006, p.126) afirma que el marco metodológico contiene aspectos de singular importancia como “el tipo de estudio y el diseño de la investigación; su universo o población; se muestra los instrumentos y técnicas de recolección de datos, análisis y presentación de los datos”.

3.1 Enfoque y tipo de investigación

La presente investigación se enmarco en un enfoque cuantitativo, definido por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.43) como aquel que “se utiliza para consolidar las creencias formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población”, lo cual permitió obtener datos reales de los trabajadores y clientes de la Hostería San Gerónimo, a través del diagnóstico de las brechas de la calidad del servicio del modelo Servqual.

Según Casal (2007, p.11) la investigación de tipo descriptiva permite establecer el comportamiento del fenómeno o hecho estudiado sin sufrir alguna alteración.

Esto permitirá conocer las falencias en la calidad del servicio que presenta la Hostería San Gerónimo, diseñando estrategias de mejora en la calidad del servicio que brinda a sus clientes.

3.2. Diseño de la investigación

La investigación se desarrolló bajo un diseño no experimental – transaccional, permitiendo el estudio y análisis de los clientes de la hostería sin sufrir ninguna alteración en su comportamiento, logrando la medición en un solo momento de la calidad de los servicios que oferta la Hostería San Gerónimo donde Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.154) afirman que “el diseño apropiado (con un enfoque no experimental) es el transversal o transaccional,

ya sea que su alcance inicial o final sea exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo”.

Del mismo modo la investigación presenta un estudio de campo donde Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.160) manifiestan que se obtendrá datos efectivos de la realidad, de tal forma que la obtención de información es de primera mano relacionada con los individuos indagados, o de la certeza del entorno donde acontecen los sucesos (datos básicos), siendo innecesario modificar o examinar alguna constante, en otras palabras el averiguador recepta los datos sin afectar los estados reales.

3.3. Población

Según Díaz (2015), la población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas, entre otros) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación.

En este sentido, se tiene que la presente investigación se realizó en función de dos poblaciones de estudio, compuestas por los trabajadores y huéspedes de la Hostería San Gerónimo.

Población trabajadores:

La primera población de este estudio está constituida por todos los trabajadores de la Hostería San Gerónimo de la provincia Imbabura – Ibarra, quienes brindan el servicio de las instalaciones y servicios, con un total de trece empleados. Se encuentra estructurado por: un gerente, dos recepcionistas, cuatro personas de limpieza, cuatro personas en cocina y dos personas en el área de servicio.

Población clientes:

La segunda población de este estudio está integrada por todos los huéspedes que visitaron la Hostería San Gerónimo y han utilizado sus instalaciones y servicios, se tomó como referencia el promedio de las personas recibidas en la hostería durante el período de temporada alta, compuesto por los meses de Diciembre 2017 y Enero 2018 información extraída de registros anteriores , donde se tuvo como resultado un total de 100 clientes en el periodo de mayor

afluencia de huéspedes, para la delimitación de la población han sido revisadas las fichas de registro obteniendo datos reales

Población N°1	13 trabajadores
Población N°2	100 huéspedes Temporada alta.

3.4. Muestra

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos. La misma se define y delimita de antemano y con precisión, además debe ser representativa de la población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.183) afirman que es una población pequeña debido a que es considerada de 1 a 10 individuos.

Para la muestra de la población N° 1, según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.183) afirma que es una población pequeña por el número de individuos que esta conforma, por ende, la muestra es tomada como toda población.

En relación, a la muestra de los trabajadores se empleó la fórmula de la población finita, donde se tomaron los siguientes valores:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde, se muestra el tamaño de la población seleccionada, la variabilidad positiva y negativa, el margen de error y el nivel de confianza que tiene la fórmula propuesta por, Barragán, (2019)

Z= 1.96 Nivel de confianza

p= 0.80 Variabilidad positiva

q= 0.20 Variabilidad negativa

N= 13 Tamaño de población

e= 0.05 Margen de error

$$n = \frac{1.96^2 * 0.80 * 0.20 * 13}{7(0.05)^2 + 1.96^2 * 0.80 * 0.20}$$

$$n = \frac{7.99}{0.62}$$

$$= 12,88$$

De tal manera, se obtuvo que la muestra correspondiente a los trabajadores es de 12,88 equivalente a 13 personas, los cuales brindan los distintos servicios en la Hostería San Gerónimo, entre los aspectos que se toman en cuenta para el análisis de los colaboradores dentro establecimiento son: seguridad, confianza, empatía, capacidad de respuesta y fiabilidad.

Para hallar la muestra de estudio de la población N° 2, se tomaron los siguientes valores de la fórmula de la población finita: Barragán, (2019)

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.80 * 0.20 * 100}{100(0.05)^2 + 1.96^2 * 0.80 * 0.20}$$

$$n = \frac{61.46}{0.86}$$

$$= 71$$

De esta manera, se obtuvo que la muestra correspondiente a los huéspedes en temporada alta es de 71 personas, a los cuales se les aplicara la encuesta del modelo Servqual en dos momentos del mes de diciembre y enero 2020 en la Hostería San Gerónimo, provincia Imbabura –Ibarra.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas empleadas para la recolección de datos los cuales aportaran a la mejora de la calidad del servicio, según Barragán (2019) afirma que el uso de varias técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, las cuales son la entrevista, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

De esta manera, se utilizó como instrumento secundario el cuestionario estandarizado del modelo Servqual como técnica de recolección de datos en la investigación, además se empleó una entrevista estructurada al dueño de la Hostería San Gerónimo y el análisis en las fichas de registro de los clientes. Esta técnica se presentó como un proceso de apertura a diferentes opiniones obteniendo información de un número considerable de personas.

Tabla No.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Fuente: K. Rivadeneira (2019)

Técnica	Instrumento
Observación: Permite la obtención de datos reales y verídicos para determinar la población.	<ul style="list-style-type: none"> • Fichas de registro de huéspedes
Entrevista: Se apoya fundamentalmente en la comunicación verbal con el dueño de la hostería, garantizando la información proporcionada referente a la Hostería San Gerónimo.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista estructurada aplicada al dueño de la hostería.
Encuesta: Su propósito es determinar las expectativas vs percepciones de los clientes que usaron las instalaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario estandarizado del Modelo Servqual

3.6. Validez y confiabilidad

3.6.1. Validez

Según Marroquín (2013) la validez de un instrumento representa el grado de la variable que se busca medir para la obtención de resultados (Marroquín, R, 2013, p.139).

Por otro lado, Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.203) afirman que la validez de un instrumento hace referencia al nivel de recolección de datos, midiendo la variable de investigación y logrando los objetivos del estudio, a su vez también se ha determinado que la validez de constructo es la más adecuada para la aplicación del cuestionario según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.236) aseguran que la validez de constructo es probablemente

la más importante, debido a que debe explicar la importancia y medición del instrumento.

La validez del cuestionario del modelo Servqual se encuentra ya determinada debido a que es un cuestionario estandarizado y ha sido aplicado en varias organizaciones, permitiendo establecer las respectivas estrategias de mejora en la calidad del servicio de la Hostería San Gerónimo, alcanzando el objetivo general de la investigación.

3.6.2. Confiabilidad

Según Marroquín (2014, p.5) enuncia a la confiabilidad como el nivel en el cual la herramienta a usar genera respuestas coherentes y verídicas, dicho de otra manera su aplicación constante a un mismo individuo u objeto crea resultados similares.

La confiabilidad del cuestionario del modelo Servqual se determinó con los resultados obtenidos de los clientes y trabajadores, lo cual servirá de base para otras investigaciones a futuro.

3.7. Estadística descriptiva

Según Becerra (2016, p.1) “La estadística descriptiva es la rama de las Matemáticas que recolecta, presenta y caracteriza un conjunto de datos, por ejemplo, edad de una población, altura de los estudiantes, temperatura en los meses de verano, entre otros, con el fin de describir apropiadamente las diversas características de una población”.

A través de la estadística descriptiva se describen los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas, utilizando descriptivas como: la media, mediana y la frecuencia, además que permitió la correcta distribución de los clientes, según sus características geográficas, demográficas y psicográficas.

3.8. Análisis e interpretación de datos

La selección de técnicas para el análisis de datos, se relaciona con el planteamiento del problema, el tipo de diseño y estrategias elegidas para los

procedimientos; obteniendo datos originales por los clientes. (Hernández, Fernández y Baptista 2014, p.574)

La obtención de datos se realizó desde el 29 de diciembre del 2019 hasta el 5 de enero del 2020, aplicando 2 herramientas de recolección de datos, el primer método, fue realizado por medio de una entrevista a los propietarios de la hostería ,esto permitió detectar algunas de las fallas presentes en la calidad del servicio relacionándolas con un aumento de quejas de los huéspedes y la segunda técnica fue mediante el cuestionario del modelo Servqual donde se determinó las expectativas y percepciones de los clientes y del personal del establecimiento en relación a los servicios que se ofertan en la Hostería San Gerónimo obteniendo la situación real de calidad, identificando las áreas críticas.

La obtención de datos se realizó mediante 4 fases las cuales son:

Fases1: Se realizó una revisión de los antecedentes para obtener información real de la hostería.

Fase 2: Se evaluaron las percepciones y expectativas de los clientes y trabajadores en relación a la calidad del servicio.

Fase 3: Una vez obtenido los resultados se procedió analizar las brechas del Modelo Servqual.

Fase 4: Se elaboró las estrategias de mejora en la Calidad de Servicio de la Hostería San Gerónimo.

CAPITULO 4

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

Este capítulo presenta los resultados obtenidos del proceso de las encuestas que se realizó a los huéspedes de la hostería San Gerónimo, utilizando el modelo Servqual con el fin de determinar el grado de satisfacción de los servicios, y que atributo impactara en el proceso de recomendaciones y su correspondiente interpretación.

4.1. Análisis de Resultados

El procesamiento de datos se realizó a través de una hoja de cálculo Excel aplicando la estadística descriptiva donde se obtuvo el promedio de las expectativas y percepciones de los clientes y trabajadores del establecimiento, siguiendo con el desarrollo de las tabulaciones por objetivo de la investigación dando paso a los resultados de las dimensiones del modelo Servqual exponiendo los datos mediante tablas y gráficos complementando con la interpretación de los resultados obtenidos.

4.1.1. Evaluación de las expectativas de los clientes y las percepciones de los trabajadores de la Hostería San Gerónimo sobre la calidad del servicio ofrecido.

a) Dimensión Fiabilidad

La dimensión de fiabilidad se refiere a la evaluación de la apariencia física de los empleados, su aseo, olor, vestido, eficiencia y eficacia y su personalidad al atender al cliente, que se evidencia durante la estancia de los clientes, evidenciando características que son detectadas en primera instancia por el cliente elementos que se complementan con otros aspectos como: respeto, cortesía, interés en solucionar los problemas de cliente, estos aspectos son considerados en las preguntas seleccionadas para esta dimensión relacionados con la forma en la que les gustaría a los clientes que se realicen los servicios y con la forma en que se realizaron los mismos (Nieto, Pacheco, 2016). Los valores se reflejan a continuación en la tabla No.4.

Tabla No. 4. Expectativas del Servicio recibido por los clientes. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Dimensión	Expectativa cliente	Percepción Cliente
FIABILIDAD	4,04	3,79
1	3,99	3,49
2	4,20	3,92
3	4,00	3,76
4	4,18	3,76
5	3,85	3,51

Los resultados evidenciados en la dimensión fiabilidad con respecto a las expectativas de los clientes, se presentó un valor relativamente bajo a comparación del ideal del servicio , por lo tanto existe un nivel de insatisfacción en los clientes durante su estancia y la calidad del servicio se ve disminuida perdiendo credibilidad ante los visitantes. Como se puede observar en el grafico No 1.

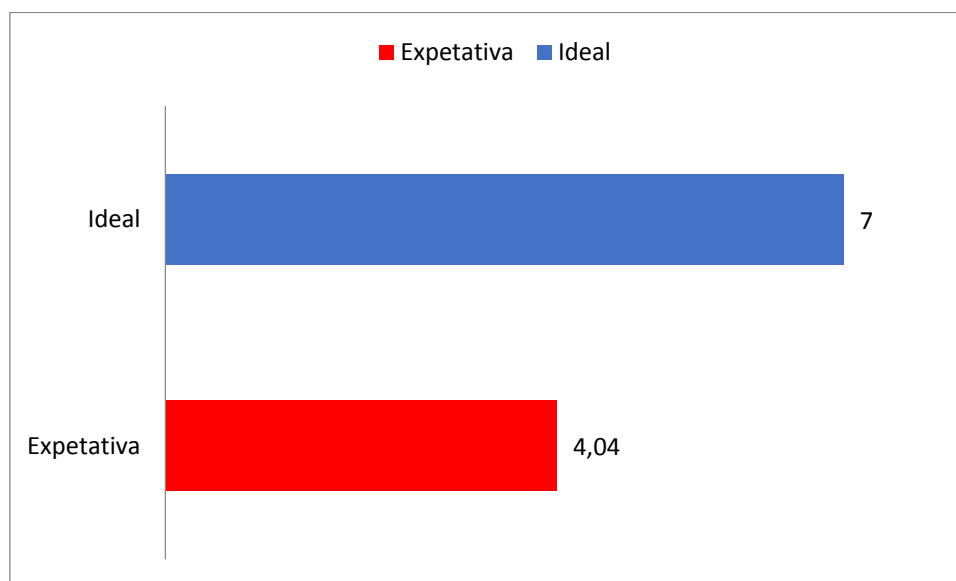


Gráfico No.1. Expectativas del Servicio recibido por los clientes. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

En cuanto a los resultados de las percepciones de los trabajadores al servicio que ofertan en la Hostería San Gerónimo pueden ser constatados a continuación en la tabla No.5.

Tabla No.5. Percepciones del Servicio brindando por los trabajadores. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio
1	0	0	0	0	2	4	7	13	6,38
2	0	0	0	0	0	5	8	13	6,62
3	0	0	0	0	1	5	7	13	6,46
4	0	0	0	1	1	5	6	13	6,23
5	0	0	0	0	2	3	8	13	6,46
Promedio de la Dimensión									6,43

La brecha fiabilidad demuestra un promedio alto en relación a la percepción que tiene los trabajadores del establecimiento, sobre el servicio que ellos brindan a los clientes durante su estancia en la hostería, como se puede observar en el grafico No 2.

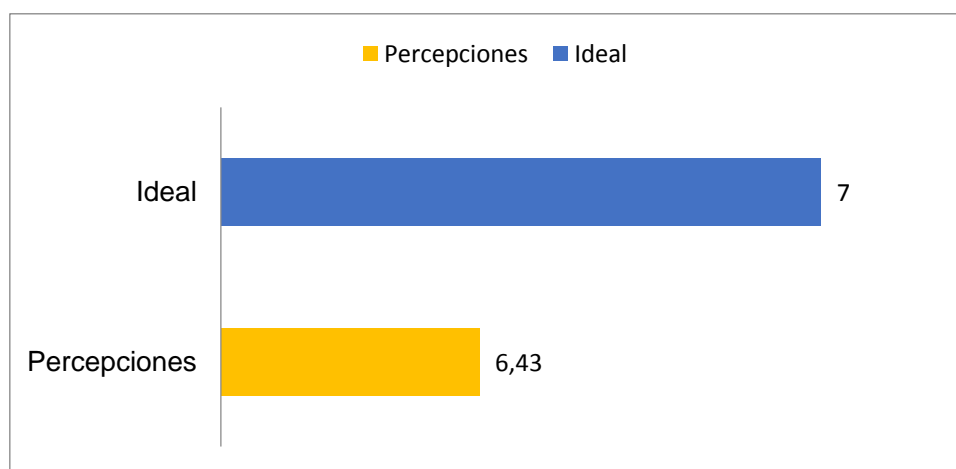


Gráfico No.2. Percepciones de los trabajadores, brecha fiabilidad. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

b) Dimensión Capacidad de Respuesta

La dimensión capacidad de respuesta se refiere a la postura que los colaboradores del establecimiento muestran para ayudar a los clientes y para brindar el servicio de forma rápida; también hacen parte de este punto la ágil solución ante inconvenientes que puedan presentar los clientes y si estos a su vez se encuentren capacitados correctamente para ayudar en cualquier momento al huésped, también se encuentran las actividades o servicios ofrecidos y la accesibilidad que el cliente tiene para entrar en contacto con los ellos (Oliva, Jair, 2005). Como se puede observar en la tabla No.6 sobre las expectativas de los clientes.

Tabla No.6. Expectativas de los clientes en relación a la Capacidad de respuesta. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Dimensión	Expectativa cliente	Percepción cliente
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,45	3,07
1	3,79	2,93
2	4,83	3,72
3	4,73	2,55

Acorde a los resultados obtenidos se puede evidenciar que los clientes consideran que el servicio ofertado no es el que esperaban recibir por lo tanto se encuentra con un promedio por debajo del ideal de calidad creando un nivel de malestar e insatisfacción, como se muestra en el grafico No 3.

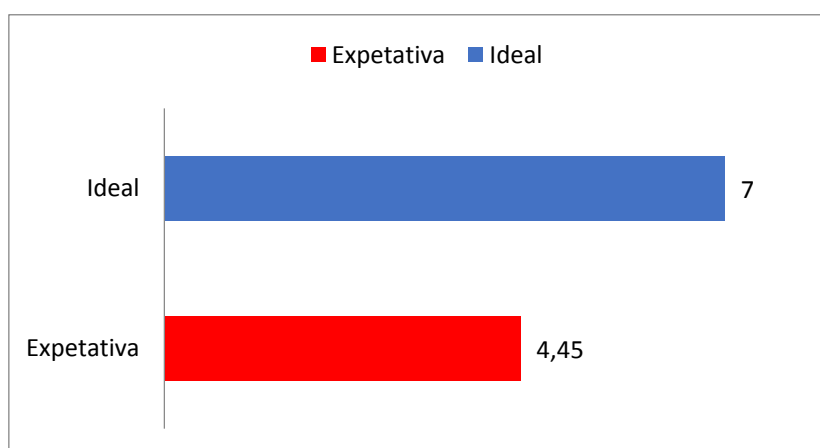


Gráfico No.3. Expectativas de los clientes en relación a la capacidad de respuesta. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Con relación a la dimensión capacidad de respuesta en la percepción de los trabajadores los resultados obtenidos indican un valor alto cerca del ideal de calidad, mostrando que cumplen con todos los requerimientos de los clientes, como se observa en la tabla No 7.

Tabla No.7. Percepciones del Servicio brindando por los trabajadores. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio
1	0	0	0	0	0	3	10	13	6,77
2	0	0	0	0	0	1	12	13	6,92
3	0	0	0	0	0	0	13	13	7,00
Promedio de la Dimensión									6,90

Conforme al criterio de los trabajadores que brindan el servicio en la hostería San Gerónimo consideran que dentro de la dimensión capacidad de respuesta su servicio es aceptable en relación al ideal de calidad, sin embargo consideran que pueden mejorar la calidad del mismo, como se observa en el grafico No 4.

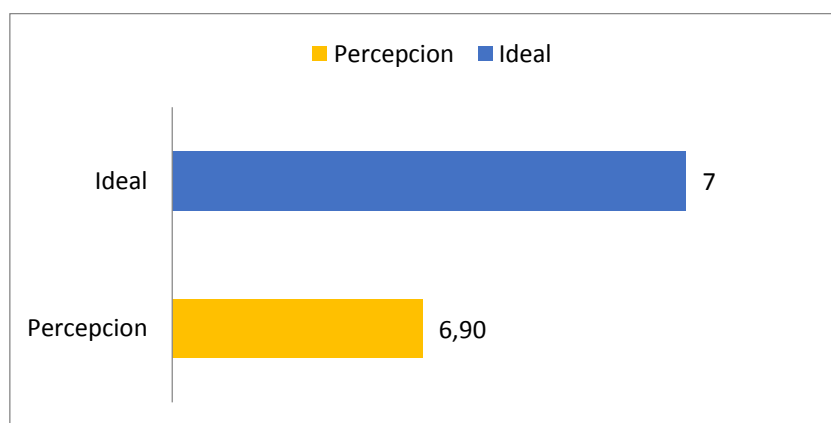


Gráfico No.4. Percepciones de los trabajadores, brecha Capacidad de respuesta. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

c) Dimensión Seguridad

La dimensión seguridad se refiere a la capacidad de transmitir al cliente los conocimientos necesarios que tienen los colaboradores de la Hostería San Gerónimo cuando los clientes ponen sus problemas para que sean solucionados por el establecimiento. La presente dimensión presenta veracidad, es decir que el establecimiento no solo protege los intereses del

cliente, sino que también satisface todas sus necesidades. (Oliva y Jair, 2005). Como se puede observar en la tabla No.5.de expectativas de los clientes.

Tabla No.8. Expectativas de los clientes acerca del servicio, brecha seguridad. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Dimensión	Expectativa cliente	Percepción cliente
SEGURIDAD	5,24	4,97
1	5,58	5,25
2	5,46	5,07
3	5,11	4,96
4	4,82	4,96

Los resultados de los clientes de la Hostería San Gerónimo manifiestan que no han cumplido con sus expectativas sobre el servicio recibido , por lo tanto presentan un valor por debajo del ideal de la calidad del servicio ,como se manifiesta en el grafico No 5.

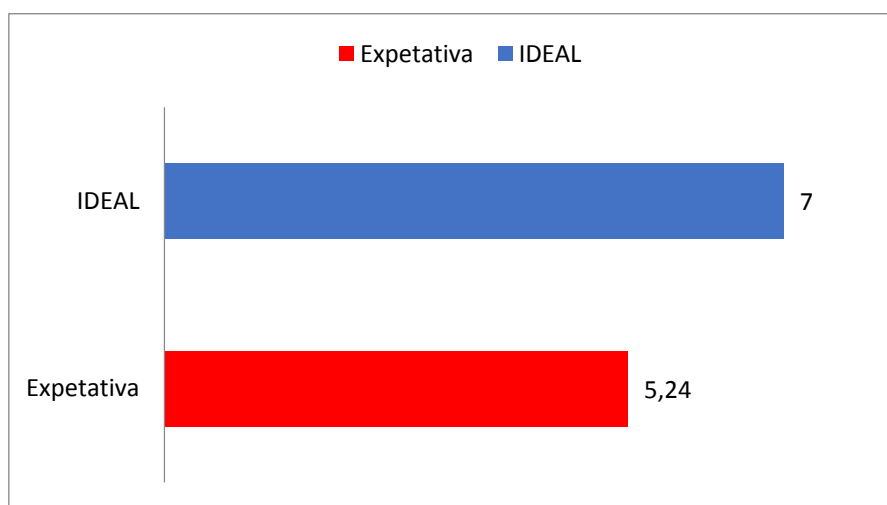


Gráfico No.5. Expectativas del cliente acerca del servicio, brecha seguridad. Fuente: K, Rivadeneira, 2020.

Según lo indicado por los colaboradores de la Hostería San Gerónimo sobre sus percepciones del servicio que ofrecen y con respecto a la dimensión seguridad lo hacen en el tiempo oportuno, es decir, que abarca todos los parámetros de calidad, por lo tanto se evidencia un resultado alto en relación al ideal de calidad, como se puede observar en la tabla No.9.

Tabla No.9. Percepciones de los trabajadores acerca del servicio brecha seguridad. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

SEGURIDAD	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio
1	0	0	0	0	0	4	9	13	6,69
2	0	0	0	0	0	2	11	13	6,85
3	0	0	0	0	0	0	13	13	7,00
4	0	0	0	2	2	4	5	13	5,92
Promedio de la Dimensión									6,62

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que los trabajadores demuestran el cumplimiento de los requerimientos de los clientes de manera segura con respecto a los bienes o servicios que necesiten, de esta manera se ha obtenido un resultado alto, como se evidencia en el grafico No.6.

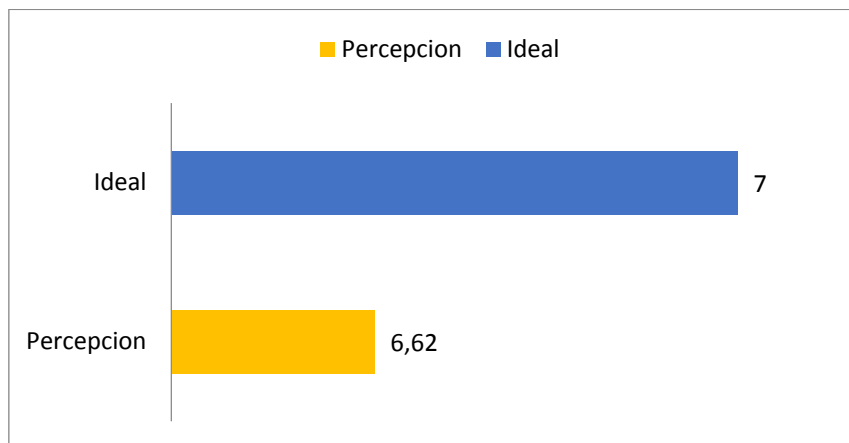


Gráfico No.6. Percepciones de los trabajadores, brecha Seguridad. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

d) Dimensión Empatía

La dimensión empatía corresponde a la disposición de poder influir en los pensamientos del cliente ofreciendo cuidado y atención personalizada. No solamente se trata de ser cortés con el cliente, si no de ponerse en el lugar del cliente, averiguando más sobre sus características y sus requerimientos específicos (Oliva y Jair, 2005). En esta dimensión se obtuvieron las siguientes afirmaciones, con respecto a las expectativas del cliente, observar tabla No.10.

Tabla No.10. Expectativas de los clientes, brecha empatía. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Dimensión	Expectativa cliente	Percepción cliente
EMPATÍA	4,62	5,10
1	4,45	5,28
2	4,34	5,10
3	4,96	5,39
4	4,73	4,61

En los resultados obtenidos sobre las expectativas de los clientes ,se puede evidenciar que la Hostería San Gerónimo no cuenta con un buen estado en servicio ofertado, es decir, los colaboradores dentro de la dimensión empatía , no se encuentran con la capacitación necesaria para una comunicación asertiva y comprender sentimientos, deseos o necesidades, preocupaciones y estado emocional de los clientes en distintas situaciones ,generando como respuesta un valor bajo en relación al ideal de calidad de servicio ,lo que ocasiona insatisfacción, como se muestra en el grafico No.7.

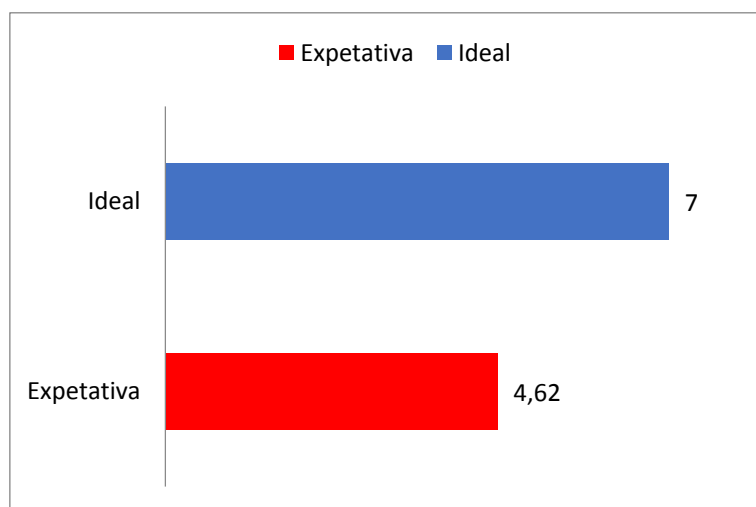


Gráfico No.7. Expectativas de los clientes, brecha empatía. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

En correspondencia a las percepciones de los trabajadores sobre el servicio que brindan en relación a la dimensión empatía, los resultados que se evidencian son altos en relación al ideal de calidad de servicio, como se muestra en la tabla No.11.

Tabla No.11. Percepciones de los trabajadores, brecha empatía. Fuente:K. Rivadeneira, 2020.

EMPATÍA	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio
1	0	0	0	0	2	3	8	13	6,46
2	0	0	0	0	0	2	11	13	6,85
3	0	0	0	0	0	1	12	13	6,92
4	0	0	0	0	2	4	7	13	6,38
Promedio de la Dimensión									6,65

Los colaboradores del establecimiento con relación a las actividades que deben desempeñar, atención al cliente y satisfacción, han afirmado que poseen los conocimientos necesarios, dando un resultado alto sobre el ideal de calidad, observar grafico No .8.

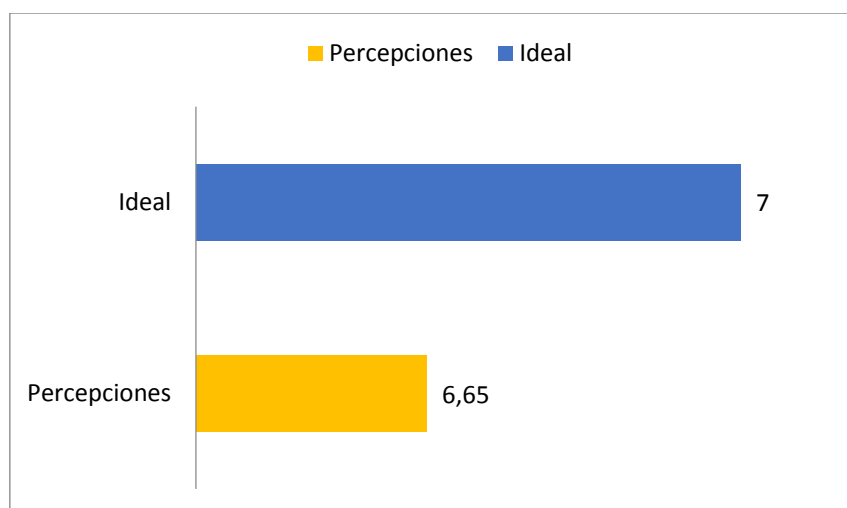


Gráfico No.8. Percepciones de los trabajadores, brecha Empatía. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

e) Dimensión Elementos Tangibles

Finalmente, la dimensión de elementos tangibles hace referencia al aspecto de la infraestructura del establecimiento en sus distintas áreas y equipos, imagen corporativa del personal que labora en el establecimiento, equipos, máquinas modernas, y materiales de comunicación que forman parte de un servicio de calidad (Oliva y Jair, 2005). Las afirmaciones sobre las expectativas de los clientes, se obtuvo la siguientes respuestas como se refleja en la tabla No 12.

Tabla No.12. Expectativas de los clientes, brecha elementos tangibles. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Dimensión	Expectativa cliente	Percepción cliente
ELEMENTOS TANGIBLES	4,78	4,94
1	4,46	5,34
2	4,66	5,51
3	4,58	5,10
4	5,30	3,55
5	4,92	5,21

Dentro de los resultados obtenidos en las expectativas de los clientes, se evidencia, que los trabajadores no saben cómo ofertar y brindar correctamente los servicios incumpliendo con lo prometido a la adquisición inicial; es decir, tiene normas de calidad equivocadas, creado insatisfacción y obteniendo un valor bajo de calidad, por ello, es fundamental dejar claro lo que se promete y qué se debe esperar. Como se puede observar en el grafico No.9.

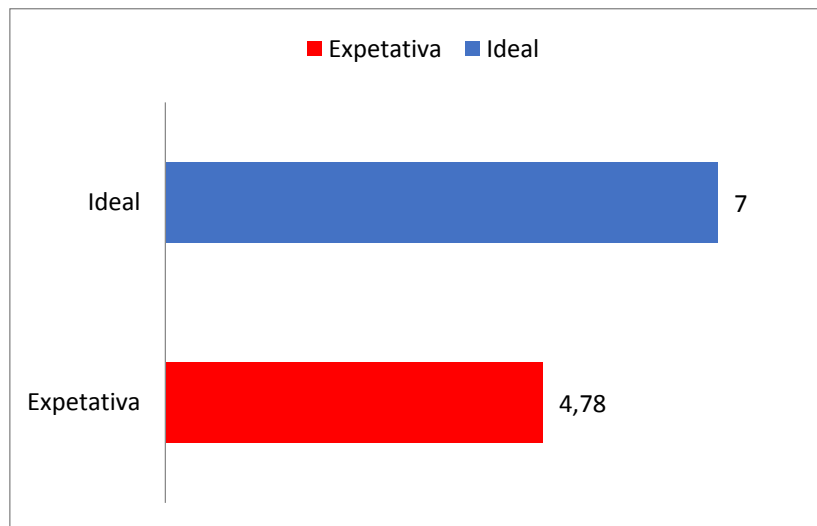


Gráfico No.9. Expectativas de los clientes, brecha elementos tangibles. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

La información obtenida sobre las percepciones de los trabajadores evidencia que no cumplen con los requerimientos que interviene en la brecha de elementos tangibles y en varias ocasiones ha sido algo desagradable para el cliente durante su estadía como se evidencia en la tabla No 13.

Tabla No.13. Percepciones de los trabajadores, brecha Elementos Tangibles. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio
1	0	0	0	0	2	2	9	13	6,54
2	0	0	0	0	1	2	10	13	6,69
3	0	0	0	0	2	3	8	13	6,46
4	0	0	0	2	3	4	4	13	5,77
5	0	0	0	0	0	6	7	13	6,54
Promedio de la Dimensión									6,40

De esta manera se puede evidenciar un valor bajo a comparación del ideal de calidad de servicio, donde los colaboradores manifiestan su desconformidad en varios aspectos de la dimensión de elementos tangibles. Como se evidencia en el grafico No.10.

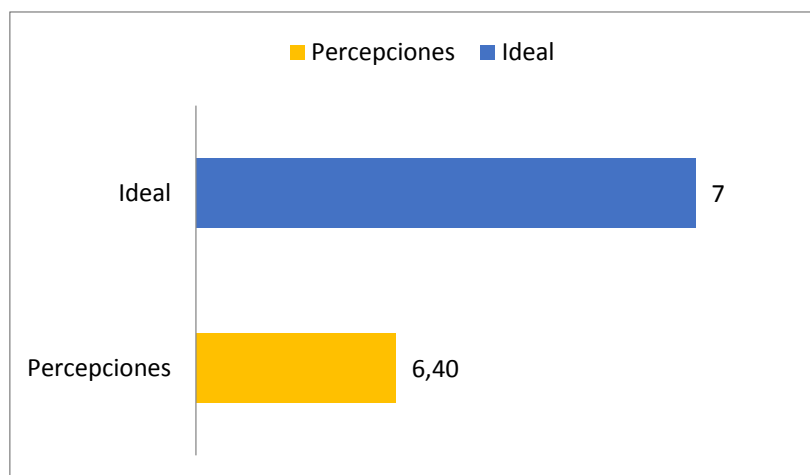


Gráfico No.10. Percepciones de los trabajadores, brecha Empatía. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Una vez obtenidos los resultados de todos los análisis correspondientes a las brechas y las expectativas de los clientes y percepciones de los trabajadores se ha llegado a la respuesta final la cual muestra que las percepciones de los

trabajadores de la Hostería San Gerónimo superan a las expectativas del cliente en todas las brechas del modelo Servqual evidenciando un resultado no verídico sobre el servicio brindado. Como se observa en la tabla No 14.

Tabla No.14. Análisis de las percepciones de los trabajadores y las expectativas del cliente, resultado global por brecha. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Dimensiones	Expectativa cliente	Percepción trabajador	Brecha
FIABILIDAD	4,04	6,43	2,39
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,45	6,90	2,45
SEGURIDAD	5,24	6,62	1,38
EMPATIA	4,62	6,65	2,03
ELEMENTOS TANGIBLES	4,78	6,40	1,62

Los valores obtenidos sobre el análisis de las percepciones de los trabajadores relacionado con las expectativas de los clientes al adquirir el servicio, muestran que, las expectativas de los clientes no superan a las percepciones de los trabajadores, como consecuencia de una impresión incorrecta de la situación real de calidad por parte de los colaboradores del establecimiento, teniendo una sensación de superioridad al brindar el servicio, sin embargo, los usuarios han expresado que no se encuentran capacitados de manera adecuada, evidenciando problemas en las tres primeras brechas del modelo Servqual las cuales son: fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad, lo que quiere decir que, los trabajadores no cumplen todos los parámetros de excelencia y no satisfacen las necesidades y requerimientos del cliente.

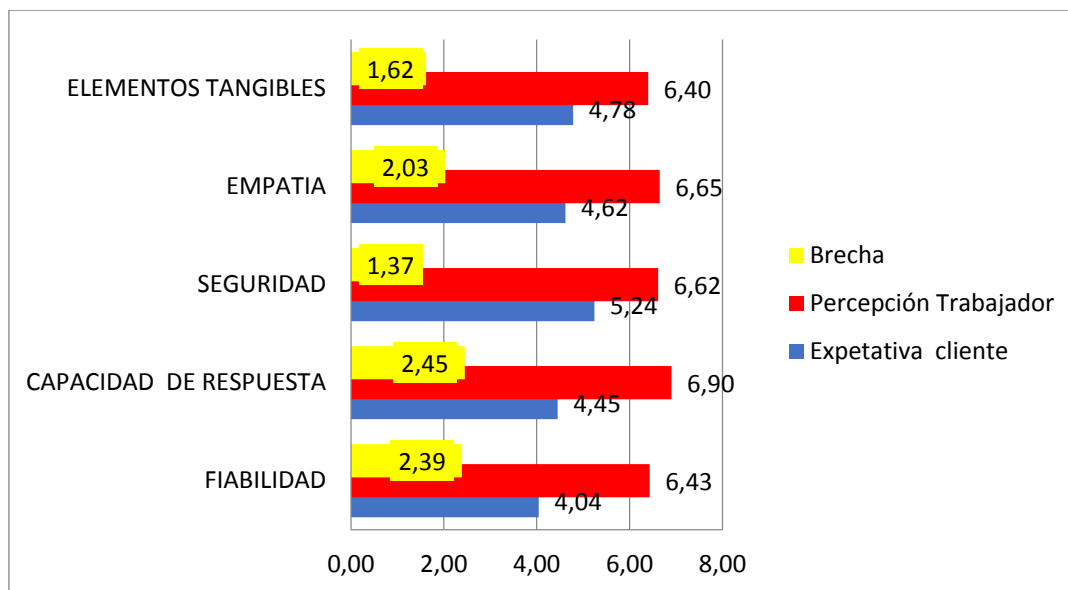


Gráfico No.11. Análisis de las percepciones de los trabajadores y las expectativas del cliente, resultado global por brecha. Fuente: K. Rivadeneira, 2020

4.1.2. Analizar la calidad de servicio en base a las expectativas y percepciones de los clientes de la Hostería San Gerónimo.

Las respuestas en relación al análisis de las percepciones y expectativas de los clientes al adquirir el servicio, han mostrado que las expectativas no superan a las percepciones en tres brechas del modelo Servqual, dentro de la fiabilidad, se evidencia que el huésped no cuenta con información suficiente donde se asegura ciertos aspectos del servicio como: los colaboradores no siempre presentan interés al resolver inquietudes de los clientes, incumplimiento en el tiempo estimado en funciones prometidas y no ejecutan un servicio de excelencia en primera instancia, dentro de la brecha capacidad de respuesta se encuentran también algunas falencias de calidad como: los trabajadores no ejecutan un servicio de manera rápida, tampoco están disponibles de forma eficiente al brindar ayuda al cliente, generando así una experiencia de servicio deficiente y la brecha seguridad evidencia que los clientes no se mantuvieron informados de los diferentes servicios ofertados y mostraron poco conocimiento para resolver las inquietudes de los clientes, teniendo finalmente un resultado negativo en cada brecha mencionada, evidenciándolas como punto crítico del problema de la calidad de servicio en la Hostería San Gerónimo. Como se puede observar en la tabla No 15.

Tabla No.15. Evaluación de las expectativas y percepciones de los clientes, resultado global por brecha. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Dimensiones	Expectativa cliente	Percepción cliente	Brecha
FIABILIDAD	4,04	3,79	-0,25
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,45	3,07	-1,38
SEGURIDAD	5,24	4,97	-0,27
EMPATIA	4,62	5,10	0,48
ELEMENTOS TANGIBLES	4,78	4,94	0,16

De la siguiente forma se han obtenido los resultados globales de las brechas con mayor número de falencias del modelo servqual, identificando en que dimensión se encuentran los problemas de calidad, obteniendo respuestas negativas en fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad, lo que muestra la situación real de la Hostería San Gerónimo, con un servicio poco eficiente y eficaz, dando la oportunidad de plantear estrategias de mejora para incrementar la calidad del servicio hacia los clientes. Como se observa en la gráfica No.12.

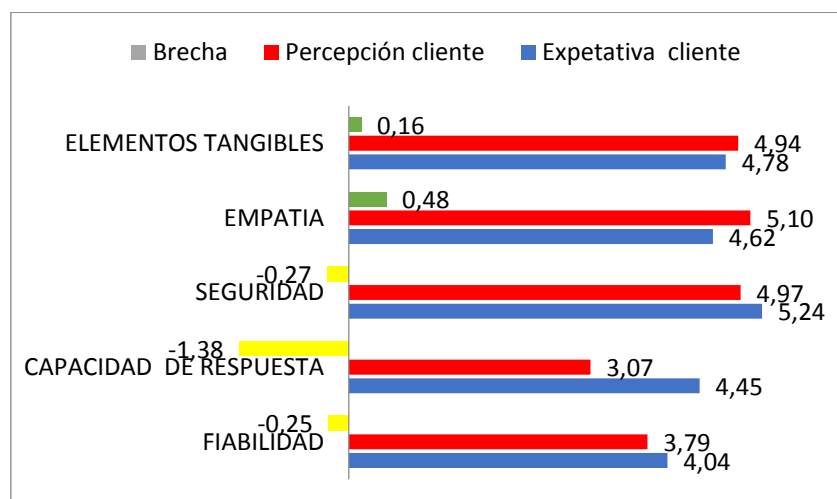


Gráfico No.12. Análisis de las expectativas y percepciones de los clientes, resultado global por brecha. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

4.1.3. Calidad de servicio global

En primer lugar, el análisis de las expectativas de los clientes por cada una de las dimensiones presentan resultados bajos en: fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad mientras que se obtienen resultados positivos en

empatía y elementos tangibles, al compaginar éstas con sus percepciones se obtiene un resultado negativo sobre la calidad del servicio total, lo que se traduce como la insatisfacción del cliente ,la obtención de las diferencias entre los resultados de las expectativas y percepciones de los clientes se procedió mediante un análisis de comparación de promedios determinando de forma estadística la calidad de servicio en la Hostería San Gerónimo , se evidencian los resultados del puntaje promedio sobre el servicio esperado indicando que existe un bajo índice de calidad, originando un resultado negativo. Como se puede observar en la tabla No.16.

Tabla No.16. Calidad del servicio total. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Dimensiones	Expectativa cliente	Percepción cliente
FIABILIDAD	4,04	3,79
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,45	3,07
SEGURIDAD	5,24	4,97
EMPATIA	4,62	5,10
ELEMENTOS TANGIBLES	4,78	4,94
PROMEDIO	4,63	4,37
CALIDAD DE SERVICIO	-0,26	

Como consecuencia del análisis , se ha obtenido un valor negativo ,que implica una valoración deficiente del servicio ,donde el resultado se encuentra por debajo del índice de calidad para la satisfacción del consumidor, se consideró que los servicios que brindan a los usuarios necesitan de la implantación de estrategias de mejora, integrando una mejor evaluación de la calidad del servicio percibido a largo plazo, en caso de no implementar las tácticas adecuadas no se podrá evidenciar mejoría de la situación actual de la Hostería San Gerónimo , la respuesta se puede constatar en el grafico No.13.

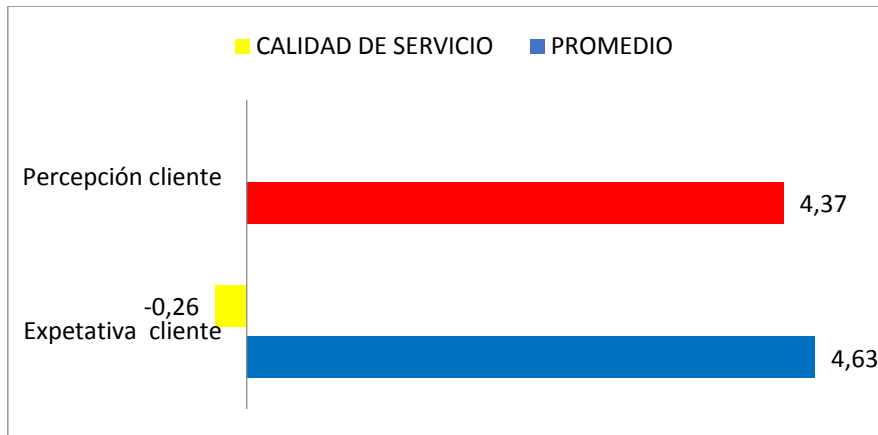


Grafico No.13. Calidad del servicio total. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

4.1.4. Diseñar estrategias de mejora de la calidad del servicio ofrecido en la Hostería San Gerónimo.

A continuación, se presentan las propuestas con la finalidad de mejorar la calidad del servicio de la Hostería San Gerónimo, de acuerdo a los resultados obtenidos se presenta un diagrama causa – efecto evidenciando las falencias de las dimensiones evaluadas.

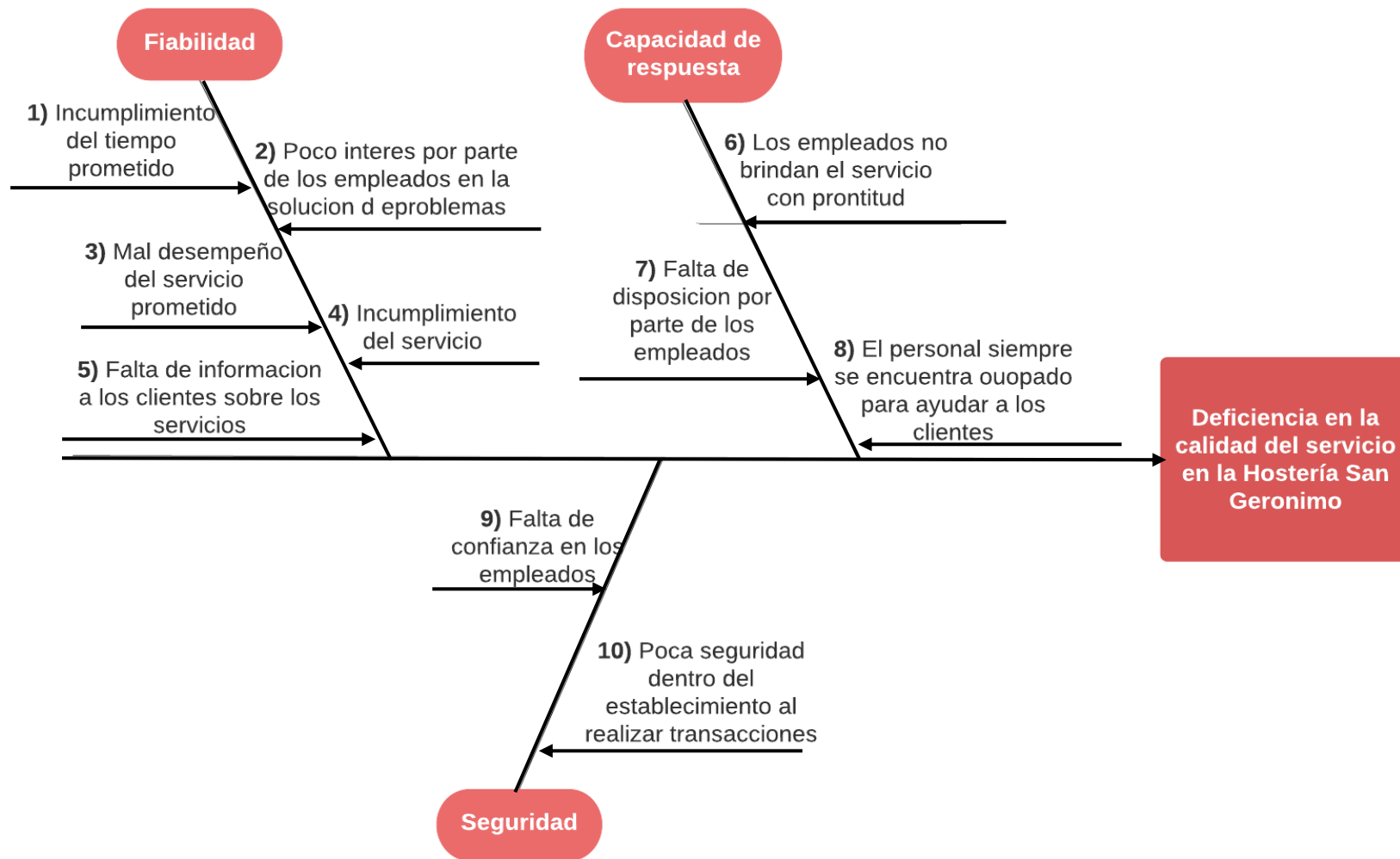


Grafico No.14. Causa y Efecto .Fuente. Rivadeneira,2020.

4.1.4.1 Descripción del diseño de estrategias de mejora en la calidad de servicio

Las estrategias de mejora en la calidad del servicio en la Hostería San Gerónimo, han sido desarrolladas con el objetivo apoyar a la alta gerencia, con acciones que ayuden a satisfacer las necesidades de sus clientes, alcanzando una mayor rentabilidad y competitividad dentro de la industria hotelera.

Las acciones presentan las siguientes características:

- Asegurar su empleo y utilidad dentro de la Hostería San Gerónimo
- Garantizar resultados evidentes de forma inmediata en relación al desempeño de todos los colaboradores de la Hostería San Gerónimo
- Apoyar a la aplicación de las acciones de forma estandarizada en todas las áreas identificadas con falencias en la Hostería San Gerónimo

4.1.4.2 Objetivos de las estrategias de mejora

a) Objetivo General

Lograr el desempeño óptimo de los empleados y la alta gerencia alcanzando la satisfacción del cliente, mediante la practica adecuada de las estrategias de mejora en la calidad del servicio con eficiencia y eficacia.

b) Objetivos Específicos

- Alcanzar un cambio en el compromiso empleados creando un desarrollo óptimo en el personal de la Hostería San Gerónimo.
- Lograr un ambiente laboral donde se fortalezca la comunicación mejorando las relaciones y apoyo entre los colaboradores de la Hostería San Gerónimo
- Consolidar áreas de trabajo altamente productivas dentro de la Hostería San Gerónimo
- Generar un aumento en los estándares de calidad del servicio en la Hostería San Gerónimo.

Una vez descrito la base de elaboración de las estrategias de mejora se puede evidenciar a continuación en la tabla No .17

Tabla No.17. Estrategias de mejora a la Calidad del servicio. Fuente: K. Rivadeneira, 2020

ESTRATEGIAS	METODO	POLITICA DE FUNCIONAMIENTO	COLECTIVO
Alcanzar la formación de los directivos y empleados mediante el desarrollo de disciplina, compromiso y moral	Realizar charlas sobre temas de Servicio al Cliente, Liderazgo, Motivación, Calidad Total, Trabajo en Equipo.	Ejecutar reuniones trimestrales con el personal de la Hostería San Gerónimo.	Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo
Establecer una gerencia de mejora continua	Implantar un sistema de evaluación y retroalimentación como por ejemplo :hoja de inspección, en donde los directivos sepan cómo se realizan los procesos, es decir, si van en el camino correcto o no ,mejorando la toma de decisiones, para incrementar los resultados de la Hostería San Gerónimo	Proceso de mejora continua relacionado con la calidad de los servicios de la Hostería San Gerónimo	Gerencia
Establecer apoyos que faciliten la participación de la alta gerencia.	Involucrar a la administración en actividades de Empowerment que proporcionen el apoyo y los recursos necesarios, para la transmisión de confianza y liderazgo entre el directivo y sus colaboradores contribuyendo al logro de las metas.	Contar con el conocimiento necesario para realizar actividades en donde se delegue responsabilidades y autoridad a los subordinados transmitiendo a los trabajadores que son responsables de su propio trabajo.	Gerencia
Lograr el desarrollo participativo del personal	Fomentar actividades de Team Building participativas y estructuradas, enfocadas a mejorar el rendimiento de los trabajadores y su capacidad de trabajar juntos de forma efectiva, reforzando sus capacidades de compartir sus energías para objetivos comunes.	Establecer una comunicación asertiva dentro de los grupos de trabajo en la Hostería San Gerónimo	Personal de la Hostería San Gerónimo
Conseguir una excelente capacidad de respuesta ante situaciones de difíciles y estrés por cada miembro de la Hostería San Gerónimo.	Ejecutar actividades de Outdoor Training relacionando situaciones en las que hay que tomar decisiones rápidas y efectivas. Esto ayuda a mejorar su capacidad de improvisación.	Realizar charlas de retroalimentación al personal	Personal de la Hostería San Gerónimo
Levantamiento de información para elaboración de Estándares y Procedimientos mediante de equipos trabajo.	Integrar formas de evaluar la calidad de los servicios como un buzón de sugerencias, encuestas de satisfacción cuyos resultados ayuden a la elaboración de una capacitación alineada a los requerimientos del cliente.	Contribución sobre la ejecución de las actividades de cada área por los colaboradores de la Hostería San Gerónimo	Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo

4.1.4.3 Cronograma de estrategias de mejora.

Tabla No.18. Cronograma de estrategias. Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

Estrategias	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Alcanzar la formación de los directivos y empleados mediante el desarrollo de disciplina, compromiso y moral			2 DIAS	1 DIA								
Obtener un gerenciamiento de mejora			1 DIA									
Establecer apoyos que faciliten la participación de la alta gerencia.					1 DIA							
Lograr el desarrollo participativo del personal					1 DIA	1 DIA						
Conseguir la cooperación de cada miembro							1 DIA					
Levantamiento de información para elaboración de Estándares y Procedimientos mediante de equipos trabajo.								2 DIAS	1 DIA			

4.1.4.4 Costo de estrategias de mejora

Para elaborar los costos de estrategias de mejora, se analizó varios factores, tales como: transporte, el costo de estadía, alimentación, material didáctico y los imprevistos, valores los cuales son calculados según a los días en los que se ejecutara las diferentes actividades y también en el valor que la Hostería San Gerónimo presta sus servicios.

Tabla No 19.Costos de estrategias de mejora .**Fuente:** K Rivadeneira, 2020

ESTRATEGIAS	COLECTIVO	Costo total
Alcanzar la formación de los directivos y empleados mediante el desarrollo de disciplina, compromiso y moral	Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo	\$90
Obtener un gerenciamiento de mejora	Gerencia	\$50
Establecer apoyos que faciliten la participación de la alta gerencia.	Gerencia	\$50
Lograr el desarrollo participativo del personal	Personal de la Hostería San Gerónimo	\$65
Conseguir la cooperación de cada miembro	Personal de la Hostería San Gerónimo	\$50
Levantamiento de información para elaboración de Estándares y Procedimientos mediante de equipos trabajo.	Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo	\$90
SUBTOTAL		395,00
IMPREVISTOS 10%		39,5
TOTAL		434,50

4.1.4.5. Estrategias para evitar la propagación del Covid-19

A partir del 31 de diciembre del 2019, se reportó el brote de una nueva enfermedad febril respiratoria, con origen en la ciudad de Wuhan, China. Su rápida propagación ha llevado a la paralización económica de varios países alrededor del mundo, en el Ecuador se han adoptado medidas preventivas impulsadas por el Gobierno Nacional, para precautelar la salud de los turistas que nos visitan. En la elaboración de estrategias para evitar la propagación del Covid-19, se han tomado en cuenta los últimos protocolos actualizados para establecimientos de alojamiento turísticos en posibles casos sospechosos de covid-19.

A continuación se puede evidenciar la tabla No. 20 correspondiente a las estrategias para evitar la propagación del Covid-19.

Tabla No.20. *Estrategias para evitar la propagación del Covid-19.* Fuente: K. Rivadeneira, 2020.

ESTRATEGIA	METODO	COLECTIVO
Elaboración de una Cartilla Informativa para el huésped, sobre identificación de síntomas y recomendaciones sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19).	Realizar charlas para el personal y gerencia de la Hostería San Gerónimo, todos deberán estar informados sobre signos y síntomas de la enfermedad y medidas de prevención.	Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo
Lograr un ambiente de estadía segura para los turistas y el personal de la Hostería San Gerónimo.	Implementar kits de prevención a la ingreso del establecimiento, otorgando gel anti-bacterial, alcohol antiséptico, mascarilla quirúrgica y guantes de nitrilo.	Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo
Establecer métodos que faciliten la desinfección de los huéspedes y del personal de la Hostería San Gerónimo	Fomentar un área de desinfección para los huéspedes y el personal en su ingreso, utilizando los químicos certificados. Para la desinfección de ropa, utilizara detergente pulverizado combinado con alcohol que no supere el 50 % y agua. Para la esterilización de calzado, se utilizara 130 ml de cloro combinado con 390 ml de agua.	Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo
Conseguir una excelente esterilización en toda la Hostería San Gerónimo	Implementar un sistema de limpieza profunda, mediante herramientas que permitan la fumigación utilizando el químico certificado amonio cuaternario.	Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo

Si se identifica un posible caso sospechoso en el establecimiento de alojamiento turístico se procede a:

<p>Reportar al Gerente de la Hostería San Gerónimo, a las autoridades correspondientes del MSP, en el caso de usar un operador turístico, informar de inmediato y al Ministerio de Turismo.</p>	<p>Seguir el protocolo de respuesta establecido para establecimientos de alojamiento del Ecuador que debe conocer todo el personal.</p>	<p>Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo</p>
<p>Desarrollar un Plan de Contingencia</p>	<p>Ejecutar reuniones con la gerencia y el personal de la Hostería San Gerónimo donde se observe los mecanismos de bioseguridad, como uso de vajillas desechables para el posible caso sospecho o casos confirmados, o en caso de estar realizando el aislamiento.</p>	<p>Gerencia y Personal de la Hostería San Gerónimo</p>

CAPITULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el siguiente capítulo, se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas de la presente investigación, después de haber obtenido los resultados aplicados en la Hostería San Gerónimo, cumpliendo con los objetivos planteados en la investigación, con el fin de determinar la calidad del servicio que se ofrece a los clientes.

5.1. Conclusiones

1. Con respecto al primer objetivo relacionado a la evaluación de las expectativas de los clientes y percepciones de los trabajadores en la Hostería San Gerónimo. El análisis realizado determinó que, los trabajadores sienten brindar un servicio de alta calidad, sin embargo, en la percepción real de los clientes la calidad de los servicios que ofrece no superan sus expectativas, las dimensiones de calidad evaluadas con una calificación menor fueron las correspondientes a fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad dentro de las instalaciones, mostrando que los colaboradores no tiene una visión real de la situación actual de la calidad del servicio.
2. A partir de los resultados obtenidos al realizar el análisis a la calidad de servicio de las expectativas y percepciones de los clientes correspondientes al segundo objetivo ,una de las principales deficiencias que presentaron los clientes, se relaciona a la falta de seguridad al adquirir el servicio, en las dimensiones de empatía y elementos tangibles, se constató que los colaboradores tienen de forma clara las funciones y responsabilidades, sin embargo, no han sido capacitados y no cuentan con folletos informativos, que son esenciales para que el cliente se sienta informado, tanto de los servicios que oferta el establecimiento como de los destinos que se encuentran a su alrededor, carecen del conocimiento necesario para garantizar confianza, generando dudas , incertidumbre e insatisfacción del cliente ,donde se concluyó que la Hostería San Gerónimo, posee una calidad deficiente del servicio la cual se refleja al

finalizar la estadía, es evidente que los empleados requieren una capacitación en la atención y servicio al cliente.

3. En conclusión, relacionado al tercer objetivo, se definió un plan con seis estrategias de mejora a la calidad de servicio a largo plazo en la Hostería San Gerónimo, para perfeccionar y ayudar a los servicios, logrando la satisfacción del cliente, contando con la colaboración y compromiso total de los empleados y de los directivos.

5.2. Recomendaciones

1. Debido a la situación actual del país por causa del Covid-19, se recomienda implementar las estrategias para evitar la propagación del virus dentro de la Hostería San Gerónimo y de esta manera brindar seguridad al turista en su estadía.
2. Para la correcta ejecución de las estrategias de mejora en la calidad del servicio para la Hostería San Gerónimo, la alta gerencia debería implementar un sistema de retroalimentación para el cliente, a través de la colocación de un buzón de sugerencias, esto permitirá de manera consecutiva conocer los nuevos requerimientos de los huéspedes.
3. Integrar un sistema que brinde información turística precisa en folletos de promoción de la ciudad donde conste datos importantes como: costos, horarios y ubicación de los atractivos turísticos, garantizando una mayor apertura para los clientes logrando que tengan un mejor manejo y planeación de su visita.
4. Es necesario implementar un manual de procesos por cada área de la Hostería San Gerónimo, esto ayudará a que los trabajadores tengan de forma sencilla y clara los procedimientos que se debe realizar según su puesto de trabajo.
5. Establecer un plan de mejoramiento continuo para ir identificando nuevos errores y corregirlos inmediatamente.
6. Es fundamental tomar en cuenta que ejecutar actividades e incorporar programas enfocados a la fidelidad del cliente, lo que permitirá a generar un mayor nivel de ingresos.
7. Dentro del aspecto tecnológico se recomienda realizar publicidad 2.0 contando con una empresa especialidad en marketing y teniendo convenios con agencias de viajes las cuales ayuden a promocionar el

establecimiento, también deberá realizar información digital de los servicios que se ofrecen la cual debe estar visible para los clientes como son los folletos o trípticos que se encuentren ha fácil acceso cuando lo requieran.

Se recomienda extender la presente investigación, por ser objeto de estudio de otros temas para ser llevados a nivel académico, como la satisfacción del cliente en relación a la prestación de servicios, de igual manera la influencia de la aplicación de normas laborales para los objetivos de mejoramiento de calidad y servicio del sector turístico y hotelero, para elevar la competitividad de del objeto de estudio.

6. Glosario de Términos

Gestión de la calidad

Acciones planificadas y organizadas para guiar y supervisar una organización en relación a la calidad (Álvarez, 2012).

Industria hotelera: Conjunto de establecimientos dedicados a proveer un servicio de alojamiento y comida a huéspedes (Enriqueta, 2014).

Calidad del servicio: Satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (Bazquez, 2011).

Servicio: Conjunto de elementos intangibles que se obtiene mediante la interacción entre el cliente y el empleado, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad (Ramirez.A, 2010).

Análisis: Identificar los componentes de toda la organización, separarlos y examinarlos para lograr acceder a sus principios más elementales (Enriqueta, 2014).

Percepciones: Es la adquisición de conocimiento, comprensión o experiencia sobre un elemento (Carrion, 2013).

Expectativas: Se entiende como la experiencia, esperanza, sueño o ilusión de determinado propósito u objeto. (Chavez, 2018).

Estandarizado: Significa seguir una norma, modelo o patrón (Rosa.M, Luis.R, Jose.R, 2011).

Satisfacción del cliente: Sensación generada por medio de la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos (Álvarez, 2012).

Alta gerencia: Persona o grupo de personas que dirigen o controlan al más alto nivel una organización (Ordóñez, 2017).

7. BIBLIOGRAFÍA

Textos y documentos publicados de manera impresa:

Aldana, D. y Bernal, T. (2011). *Administración por calidad*. Universidad Autónoma de Madrid. 196pp. Obtenido de : <https://ebookcentral.proquest.com>. Fecha de consulta: 05 de octubre 2019.

Álvarez, L. G. (mayo de 2012). *Universidad Católica Andrés Bello*. Obtenido de Universidad Católica Andrés Bello: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>

Bazquez.S. (02 de 04 de 2011). Elaboracion de plan de mejoras en *Aneca*. Obtenido de: http://www.uantof.cl/public/docs/universidad/direccion_docente/15_elaboracion_plan_de_mejoras.pdf .

Borrego, S. (2008). *Estadística Descriptiva o Inferencial*. Universitaria, Post-Universitaria.En:[https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/enseñanza/revistas/pdf/numero13 /Silvia Borrego 2.pdf](https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/enseñanza/revistas/pdf/numero13/Silvia%20Borrego%202.pdf). Fecha de consulta: 29 enero 2020.

Bouza, C. y Agatón, D. (2015). *Estudios de la satisfacción de servicios hoteleros*. Reflexiones y estudio estadísticos. Revista Redmarka. 104pp.

Castro, L. (2007). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. 6ta. Ed. Madrid: Pearson Educación, S.A. 923pp.

Cárdenas, J. (2016). *Organización Mundial del Comercio*. Universidad Nacional de Cajamarca Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas. Fecha de consulta: 07 noviembre 2019.

Casal, A. (2007). *Marco metodológico*. Postgrado en Ciencias Contables. Madrid. En. <http://slideshare.net/mariogeopolitico/presentacion-marco-metodologicoentrevista>. Fecha de consulta: 16 octubre 2019.

Collados, L. (2017). *HotelQual: La gestión de la calidad en Hoteles*. Revista digital inesem. Granada. Vol.1 (3). Fecha de consulta: 12 diciembre 2019.

- Carrion. (2013). *Universidad Andina Simon Bolivar*. Obtenido de Universidad Andina Simon Bolivar: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3182>
- Chavez, R. (09 de 02 de 2018). *Diseño de un Plan de Mejora Mediante el Modelo Servqual para el hotel "Canoa's wonderland" de la provincia Canoa, Canton San Vicente*. Recuperado el 27 de 11 de 2019, de Diseño de un Plan de Mejora Mediante el Modelo Servqual para el hotel "Canoa's wonderland" de la provincia Canoa, Canton San Vicente: <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/ULEAM-HT-0020>
- Daza, J. (2013). *Análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros. Calidad en los servicios*. Bogotá. Fecha de consulta: 10 noviembre 2019.
- Enriqueta, G. (15 de Octubre de 2014). *Glosario de Terminos de Calidad de Servicio. Benemérita y centenaria escuela normal oficial de guanajuato*. Obtenido de Benemérita Y Centenaria Escuela Normal Oficial De Guanajuato: http://bcenog.edu.mx/pdf/iso/manual%20de%20calidad/6_Glosario%20de%20terminosBCENOG-CAL-MC-001-03.pdf. Fecha de consulta: 06 marzo 2020.
- Illescas, H. (2019). Trabajo de titulación. Universidad de Cuenca. Fecha de consulta: 09 noviembre 2019.
- Lozano, L. (2017). *Calidad total*. Revista Médica Herediana. Lima. Fecha de consulta: 08 noviembre 2019.
- Jines, F. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Modelo Servqual y dimensiones*. Cochabamba.
- Ministerio del Turismo. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Ministerio del Turismo. Ecuador. En: <https://turismo.gob.ec/wp-content/uploads/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>. Fecha de consulta: 09 noviembre 2019.
- Nieto, Pacheco. (2016). "Análisis de la calidad del servicio del sector Hotelero, categorización cuatro estrellas en la Ciudad de cuenca; y, propuesta de diseño del Modelo servqual para: hotel zahir 360", año 2015. Fecha de consulta: 14 febrero 2020.

- Ordóñez, R. y. (21 de septiembre de 2017). *Glosario de Terminos de Calidad de Servicio*, Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Obtenido de Universidad Católica Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9265/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-431.pdf>. Fecha de consulta: 06 marzo 2020.
- Ucha, F. (2012). *Definiciones ABC social expectativa*. Grupo Acerca. 15pp.
- Valencia, E. (2015). *Aplicación del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimiento educativos en la empresa SYRY*. Trabajo de Titulación. Universidad Politécnica Salesiana. Ingeniería Industrial. Guayaquil. 20pp. Fecha de consulta: 13 septiembre 2019.
- Vargas, L. (1994). *Concepto de percepción*. Universidad Autónoma de México. Fecha de Consulta 29 enero 2020.
- Villalba, C. (2013). *La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades*. En: <https://dialnet.unirioja.es>. Fecha de consulta. 16 diciembre 2019.
- Zeithaml, Parasuraman, Berry. (1985,1988). *Modelo Servqual*. Fecha de consulta: 10 noviembre 2019.

8. Anexos

Entrevista a los propietarios de la Hostería San Gerónimo

Introducción:

Buenas tardes soy Karol Rivadeneira estudiante de la carrera de administración hotelera en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, le agradezco la oportunidad brindada de trabajar sobre el análisis de calidad de servicio en su establecimiento, esta entrevista se encuentra estructurada por 6 preguntas enfocadas a los servicios y la calidad, las mismas que darán a conocer algunas de las falencias y las áreas a analizar a mayor profundidad. El estimado de tiempo de la presente entrevista es de 20 minutos. Ç

Preguntas:

1. ¿Cuál fue el origen de la Hostería San Gerónimo?

Joselito Armando Mina Minda: La Hostería San Gerónimo cuenta con un amplio terreno, lugar donde se empezó con la construcción de una vivienda propia solamente para uso familiar y también de una pequeña tienda de víveres, sin embargo, debido a la ubicación y tomando en cuenta que San Gerónimo no cuenta con lugares para hospedaje cercano, comenzaron a llegar turistas en su mayoría colombianos y mochileros americanos, solicitándonos si les podíamos brindar hospedaje.

Carmen Amelia Reina Guamán: Como ha menciona mi esposo Joselito esto poco a poco se volvía más concurrente, hasta el punto de que tuvimos que dormir en una bodega debido a que todas las habitaciones se encontraban ocupadas, de esta manera nos vimos en la necesidad de adquirir un préstamo para la remodelación y construcción de nuevas habitaciones y también de la ejecución de los trámites necesarios para que aprueben su funcionamiento.

2. ¿Contaron con alguna asesoría acerca de cómo realizar su construcción, por ejemplo, el tamaño de las habitaciones, áreas recreativas?

Joselito Armando Mina Minda y Carmen Amelia Reina Guamán: No contamos con ninguna asesoría, toda la construcción y modificaciones que han existido ha sido por ingenio e innovación propia.

3. ¿Cuentan con capacitaciones acerca del trato con el cliente relacionado con el hospedaje?

Joselito Armando Mina Minda y Carmen Amelia Reina Guamán: No contamos con ninguna capacitación, sin embargo, siempre intentamos brindar un buen servicio para la satisfacción del cliente.

4. ¿Cuentan con capacitaciones acerca del manejo administrativo de un establecimiento de alojamiento?

Joselito Armando Mina Minda y Carmen Amelia Reina Guamán: No contamos con ninguna capacitación acerca de administración, no obstante no hemos tenido problemas al momento de distribuir en las diferentes áreas y situaciones necesarias, sacamos el máximo provecho a los recursos.

5. ¿Qué observa como problema crítico en la situación actual de la hostería y cuál cree que sería su principal origen?

Joselito Armando Mina Minda: Desde el año anterior 2019 hemos podido evidenciar que ha disminuido significativamente la llegada de turistas, la razón principal que he podido analizar es el aumento de quejas por parte de los clientes, acerca de los servicios y como lo brindan nuestros empleados, esto ha traído como consecuencia una pérdida fuerte en las ganancias, lo que complica en general a la hostería, como en la cancelación de gastos de servicios básicos, nómina de los trabajadores, mantenimiento de áreas y adquisición a nuevos créditos.

Carmen Amelia Reina Guamán: Otra situación por la que también nos vimos afectados fue la noticia acerca de la guerrilla, eso generó pánico ocasionando que los turistas tomen carreteras diferentes para viajar y las falsas noticias sobre secuestros cerca de esta vía también disminuyó la afluencia de clientes pero por poco tiempo, por ello no lo consideramos una de las razones principales de la situación actual.

6. ¿Los trabajadores de la hostería cuentan con capacitaciones de servicio al cliente o de las áreas en las que se desenvuelven?

Joselito Armando Mina Minda: Contamos con 13 trabajadores y no hemos elaborado ningún plan de capacitación en ninguna área, ni acerca de servicio al cliente.

Carmen Amelia Reina Guamán: Nuestros colaboradores a pesar de no tener ninguna capacitación, conocen que la prioridad es brindar un buen servicio, sin embargo, reconocemos que suelen tener algunas fallas, nada que no se pueda mejorar, todos los trabajadores son fijos en el establecimiento y considerados algunos de confianza, por lo que no hemos tenido la necesidad de renovar el personal.

Agradecimiento:

De esta manera, ha culminado exitosamente la entrevista, les agradezco por el tiempo invertido, la sinceridad y la información verídica acerca de la situación actual de la Hostería San Gerónimo.

Permítanme preguntarles: ¿Autorizan que esta información sea publicada en caso de que sea necesario.

Joselito Armando Mina Minda y Carmen Amelia Reina Guamán: Si autorizamos.

Evaluación de las expectativas de la calidad de servicio

Tema de investigación: Estrategias de Mejora a la Calidad del Servicio de la Hostería San Gerónimo, ubicado en la Provincia Ibarra - Imbabura, basada en el modelo Servqual.

Objetivo general: Proponer estrategias de mejora a la Calidad del Servicio de la Hostería San Gerónimo basada en el Modelo Servqual.

1.- Instrucciones

Bajo la modalidad del cuestionario estandarizado del modelo Servqual, compuesto por 42 preguntas los cuales 21 ítems se refieren a las expectativas que los clientes tienen del servicio antes de adquirirlo y los 21 ítems restantes evalúan las percepciones del servicio que adquirieron los clientes en la Hostería San Gerónimo, estas preguntas serán respondidas mediante la escala de Likert.

Por favor, indique el grado de satisfacción que usted piensa que una empresa excelente debe tener respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente esencial, marque el número 1 indicando total desacuerdo y si cree el enunciado es absolutamente esencial para una empresa excelente marque el número 7 indicando total acuerdo. Si su decisión no es muy definida encierre uno de los números intermedios.

No existen respuestas correctas ni incorrectas, solo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las empresas que ofrecen una excelente calidad de servicio.

2.- Cuestionario sobre las expectativas de la calidad de servicio

Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión fiabilidad								
		Total desacuerdo			Total acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
1	Cuando la Hostería San Gerónimo promete hacer algo en un tiempo determinado lo cumple							
2	Cuando un cliente tiene un problema, la Hostería San Gerónimo muestra sincero interés por resolverlo							
3	La Hostería San Gerónimo desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez							
4	La Hostería San Gerónimo proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo							
5	La Hostería San Gerónimo mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios							
Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión capacidad de respuesta								
		Total desacuerdo			Total acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
1	Los empleados de la Hostería San Gerónimo brindan el servicio con prontitud a los clientes							
2	Los empleados de la Hostería San Gerónimo siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes							
3	Los empleados de la Hostería San Gerónimo nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente							
Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión de seguridad								
		Total desacuerdo			Total acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
1	El comportamiento de los empleados de la Hostería San Gerónimo le inspira confianza							
2	Al realizar transacciones con la Hostería San Gerónimo el cliente se siente seguro							
3	Los empleados de la Hostería San Gerónimo tratan a los clientes siempre con cortesía							
4	Los empleados de la Hostería San Gerónimo cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes							
Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión de empatía								
		Total desacuerdo			Total acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
1	La Hostería San Gerónimo le brinda atención individual							
2	La Hostería San Gerónimo cuenta con empleados que le brindan atención personal							
3	La Hostería San Gerónimo se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes							
4	Los empleados de la Hostería San Gerónimo entienden sus necesidades específicas							
Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión de elementos tangibles								
		Total desacuerdo			Total acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
1	La apariencia de los equipos de la Hostería San Gerónimo son modernos							
2	Las instalaciones físicas de la Hostería San Gerónimo son visualmente atractivas							
3	La presentación de los empleados de la Hostería San Gerónimo es buena							
4	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la Hostería San Gerónimo son visualmente atractivos							
5	Los horarios de actividades de la Hostería San Gerónimo son convenientes							

Evaluación de las percepciones de la calidad de servicio

Tema de investigación: Estrategias de Mejora a la Calidad del Servicio de la Hostería San Gerónimo, ubicado en la Provincia Ibarra - Imbabura, basada en el modelo Servqual

Objetivo general: Proponer estrategias de mejora a la Calidad del Servicio de la Hostería San Gerónimo basada en el Modelo Servqual.

1.- Instrucciones

Bajo la modalidad del cuestionario estandarizado del modelo Servqual, compuesto por 42 preguntas los cuales 21 ítems se refieren a las expectativas que los clientes tienen del servicio antes de adquirirlo y los 21 ítems restantes evalúan las percepciones del servicio que adquirieron los clientes en la Hostería San Gerónimo, estas preguntas serán respondidas mediante la escala de Likert.

Por favor, indique el grado de satisfacción que usted piensa que una empresa excelente debe tener respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente esencial, marque el número 1 indicando total desacuerdo y si cree el enunciado es absolutamente esencial para una empresa excelente marque el número 7 indicando total acuerdo. Si su decisión no es muy definida encierre uno de los números intermedios.

No existen respuestas correctas ni incorrectas, solo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las empresas que ofrecen una excelente calidad de servicio.

2.- Cuestionario sobre las percepciones de la calidad de servicio

Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión fiabilidad								
		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Cuando la Hostería San Gerónimo promete hacer algo en un tiempo determinado lo cumple							
2	Cuando un cliente tiene un problema, la Hostería San Gerónimo muestra sincero interés por resolverlo							
3	La Hostería San Gerónimo desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez							
4	La Hostería San Gerónimo proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo							
5	La Hostería San Gerónimo mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios							
Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión capacidad de respuesta								
		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Los empleados de la Hostería San Gerónimo brindan el servicio con prontitud a los clientes							
2	Los empleados de la Hostería San Gerónimo siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes							
3	Los empleados de la Hostería San Gerónimo nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente							
Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión de seguridad								
		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	El comportamiento de los empleados de la Hostería San Gerónimo le inspira confianza							
2	Al realizar transacciones con la Hostería San Gerónimo el cliente se siente seguro							
3	Los empleados de la Hostería San Gerónimo tratan a los clientes siempre con cortesía							
4	Los empleados de la Hostería San Gerónimo cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes							
Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión de empatía								
		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	La Hostería San Gerónimo le brinda atención individual							
2	La Hostería San Gerónimo cuenta con empleados que le brindan atención personal							
3	La Hostería San Gerónimo se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes							
4	Los empleados de la Hostería San Gerónimo entienden sus necesidades específicas							
Declaraciones sobre las expectativas de la dimensión de elementos tangibles								
		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	La apariencia de los equipos de la Hostería San Gerónimo son modernos							
2	Las instalaciones físicas de la Hostería San Gerónimo son visualmente atractivas							
3	La presentación de los empleados de la Hostería San Gerónimo es buena							
4	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la Hostería San Gerónimo son visualmente atractivos							
5	Los horarios de actividades de la Hostería San Gerónimo son convenientes							



Fotografía 1 Entrada



Fotografía 2 Fachada



Fotografía 3 Fachada de habitaciones



Fotografía 4 Señalética Ambiental



Fotografía 5 Baño de habitación



Fotografía 6 Señalética Precaución



Fotografía 7 Áreas Verdes



Fotografía 8 Habitaciones



Fotografía 9 Pasaje de habitaciones



Fotografía 10 Habitaciones dobles



Fotografía 11 Recepción



Fotografía 22 Zonas Recreacional



Fotografía 53 Capacitación