



ARTICULO ORIGINAL

GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA CIUDAD DE PILAR, 2023

Shirley Lorena Olmedo de Ríos ¹

Recibido: 19/04/2024

Aprobado: 28/06/2024

¹ Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes, de la Universidad Nacional de Pilar, Licenciada en Contabilidad por la Universidad Nacional de Asunción. Masteranda del Programa de Maestría en Gestión Organizacional de la Facultad de Ciencias Tecnologías y Artes (FCTA), de la Universidad Nacional de Pilar (UNP). Especialista en Docencia Universitaria por la FCTA-UNP. Especialista en Evaluación y Acreditación de la Calidad Educativa por la FCTA-UNP. Directora Académica de la FCTA-UNP. Docente de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas (FCCAYE-UNP). Auxiliar de Investigación de la FCTA – UNP, en las líneas: Gestión, Turismo, Emprendedurismo y Educación Superior. Autora y coautora de libros, capítulo de libros, autora y coautora de artículos científicos publicados en revistas científicas indexadas., Docente, Paraguay, <https://orcid.org/0000-0003-1176-8608>, olmedoshirley75@gmail.com

Gestión de la calidad del servicio de alojamiento en establecimientos hoteleros de la ciudad de Pilar, 2023

Resumen:

Las empresas del rubro de alojamientos deben evaluar su calidad según la percepción de los clientes y los propietarios deben asumir la necesidad de áreas de mejora, esto ayudará a incrementar la cantidad de visitantes promoviendo así el desarrollo turístico local. El estudio tuvo como objetivo describir la gestión de la calidad del servicio en hoteles de la ciudad de Pilar en 2023. Adoptó un enfoque descriptivo, no experimental, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, de corte transversal. Para la determinación de la población, se consideró relevante recurrir a los datos del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay (RegisTur), tomando como criterios de inclusión aquellos establecimientos inscriptos en la categoría de hoteles, que brinden servicios de alojamiento, y que se encuentren en la condición de estado en funcionamiento. Se evaluaron las expectativas y percepciones de los clientes utilizando la Escala de SERVQUAL, encontrando una satisfacción general en varios aspectos, de igual manera áreas de mejora en la resolución de problemas y atención inicial. En cuanto a la apreciación de los propietarios, los mismos reconocieron la importancia de la capacidad financiera, estratégica y tecnológica, y resaltaron que enfrentan desafíos como competencia y costos operativos crecientes, destacando la necesidad de estrategias para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Palabras clave: alojamientos; calidad, estrategia, gestión

Tembiaporape porângue tembiapopy mbohupagua omoguahêva mbohuparenda táva Pilargua, ary 2023 pe.

Mombykypyre

Mba'apohakuéra mbohuparendagua oñepy'âmongetâ ha ombohepyva'êrá ijeheka porângue umi yvypóra joguaha ohechaháicha ha ijarakuéra ohechakuaáva'êrá oñeikotevéha heta tenda oñekarâpu'â haguâ tetâkundahára apegua. Ñemoarandu jehupytyvoirâ ha'e jehai ta'angahai jeheka porângue ñe'ê ñemurâre tembiapo tapichápe guarâ omoguahêva mbohuparenda táva Pilargua, ary 2023. Omoñe'ê ñemoi petei hapechauka omoha'angahai haguâ, ndaha'êi tembiasakue arandu ombojehe'ávo papapy ha porângue ñe'êmbosako'i, oiekuaáva ñemboja'ópe. Oñemboheko haguâ táva ha'ÿijo, ojehechakuaa poravopyre jepoka Téra ryrú Tetâygua Porukapyre Tembiapo tapichápe guarâ tetâkundahára tetâ Paraguáiagua. (RegisTur), mba'e ojeiporavóva oike haguâ jeiporavópe, ha'e umi tenda ohechakáva ha oguerékova herajehai pytu'uha apytépe, ome'êva tembiapopy mbohuparenda, ha oíva momba'apópe añete. Oñembohepy umi ñeha'ârô ha ñeñandu joguahakuéra ojeipurúvo yvatejoja SERVQUAL, ojetopávo petei ñoangapyhy guasu pavê opáichagua mba'épe, upéicha avei opa tendáre oñeporâvê ha oñemyatyrômby haguâ apañuái ha ñeñangareko ñepyrú. Mba'ejárukuéra ñemomba'e katu ohechakuaa hikuái mba'e guasu reko pe jehepyme'ê japokuaa, tembiaporâpavê ha tembiaporu pyahu, ha ohechakuaave ombohováha ñeha'áme ha hepykuépe okakuaávo ohóvo, ha ombojekuaave ñeikotevéha tembiaporâpavê oñemoîporâve haguâ tembiapopy porângue ha ñoangapyhy umi ñemuhárape.

Ñe'ê marandurendapy: mbohupakuéra; porângue; akâporukuaa; tembiaporape.

Accommodation service quality management in hotel establishments in the city of Pilar, 2023

Abstract

Lodging companies should evaluate their quality according to the perception of customers and owners should assume the need for areas of improvement, which will help increase the number of visitors, thus promoting local tourism development. The study aimed to describe the management of service quality in hotels in the city of Pilar in 2023. It adopted a descriptive, non-experimental approach, combining qualitative and quantitative, cross-sectional methods. To determine the population, it was considered relevant to use data from the National Registry of Tourism Service Providers of Paraguay (RegisTur), taking as inclusion criteria those establishments registered in the hotel category, that provide accommodation services, and that are in operating status. The expectations and perceptions of the clients were evaluated using the SERVQUAL Scale, finding general satisfaction in several aspects, as well as areas for improvement in problem solving and initial attention. As for the appreciation of the owners, they recognized the importance of financial, strategic and technological capacity, and emphasized that they face challenges such as competition and increasing operating costs, highlighting the need for strategies to improve service quality and customer satisfaction.

Key words: lodging; quality, strategy, management.

Introducción

El trabajo de investigación titulado Gestión de la calidad del servicio de alojamiento en establecimientos hoteleros de la ciudad de Pilar, 2023 se enfoca en el ámbito de los alojamientos. Según Riveros Montiel y Villalba Benítez (2018), los servicios de hospedaje son fundamentales en la actividad turística, con hoteles y establecimientos similares siendo predominantes según la definición de la Organización Mundial del Turismo (2013). Salinas Hernández (2014, citado por Riveros Montiel y Villalba Benítez, 2018) destaca que los huéspedes, con un perfil turístico, son los principales beneficiarios de estos establecimientos.

Por su parte, Millán-Vásquez de la Torre y otros (2015) indican que la industria hotelera se originó en la provisión de servicios para viajeros, y todas las empresas deben evaluar su excelencia según la percepción de los clientes, especialmente en el sector de alojamiento, lo que puede contribuir al crecimiento turístico local.

También Nieto González y otros (2016) recalcan la competencia global en la industria turística y la evolución de los patrones de consumo.

Cusme (2019, citado por Mendoza Ocampo, 2020) sugiere que las empresas deben comprometerse a satisfacer a los clientes y superar expectativas.

A pesar del crecimiento del sector turístico, existen desafíos, como lo mencionan Mariño Romero y otros (2017), incluyendo la naturaleza intangible y subjetiva del servicio, lo que dificulta establecer especificaciones concretas para la calidad del producto.

En cuanto a la problemática, según Sörensson y von Friedrichs (2013), muchas empresas en el sector turístico, como hoteles, restaurantes y organizaciones recreativas, no consideran ciertos aspectos negativos y carecen de planes integrales de sostenibilidad, necesarios para un desarrollo turístico óptimo y la satisfacción de los usuarios, lo que favorece el crecimiento y la sostenibilidad del turismo.

Vergara (2017) señala que, a diferencia de los productos físicos con especificaciones uniformes, los servicios a menudo luchan por cumplir las expectativas de los clientes en cuanto a calidad del servicio.

En este contexto, Jiménez Barbosa y Jiménez Bulla (2013) incluyen la capacitación del personal, la implementación de estándares de calidad y controles adecuados para garantizar la eficiencia laboral y la prestación de un servicio de calidad en la industria turística.

Por otra parte, Guerrero (citado en Sánchez Tamayo, 2017) destaca la competencia en la industria turística, donde los proveedores compiten por captar el mercado mediante precios, innovación, calidad y exclusividad, según el segmento al que se dirigen.

En la ciudad de Pilar y el departamento de Ñeembucú, se están desarrollando lugares representativos como Cerrito, las Ruinas de Humaitá y la Costanera de Pilar, lo que implica la necesidad de satisfacer las demandas de los visitantes y adaptarse al contexto emergente.

En concordancia con la situación de la ciudad de Pilar, Vázquez Gómez y Osorio García (2016) enfatizan la importancia de ofrecer una experiencia hospitalaria satisfactoria en el alojamiento turístico, donde el servicio debe reflejar auténtica hospitalidad.

Briceño Fortique (2000, p. 113) destaca la importancia de las empresas hoteleras en la industria turística, señalando que muchos hoteles trascienden su función básica de proporcionar alojamiento nocturno y se convierten en atracciones turísticas por derecho propio. Estos establecimientos ofrecen una amplia gama de servicios, que van desde restauración y comercio hasta entretenimiento, como discotecas, piscinas y saunas, así como servicios de comunicación y transporte. Algunos incluso ofrecen servicios altamente sofisticados.

Expertos como Oreja y Yanes (2000) y Scheyvens y Russell (2011) destacan que la calidad del servicio ofrecido por los establecimientos de alojamiento tiene un impacto directo en las percepciones que los visitantes tienen del destino. Estas percepciones, a su vez, influirán en la duración de su estancia, la probabilidad de que regresen en el futuro con familiares y amigos, así como en el número de turistas o flujo de turismo entrante, y en la imagen del destino en las áreas de origen de los visitantes. Desde una perspectiva económica, los alojamientos desempeñan un papel fundamental en la generación de empleo y la distribución de ingresos relacionados con otras actividades turísticas y comerciales, como el entretenimiento, el transporte, los eventos y los servicios de restauración, entre otros. Por estas razones, es crucial que estos servicios pongan un énfasis en su excelencia y en la completa satisfacción de los visitantes. Estos factores no solo aseguran relaciones de lealtad con los clientes actuales, sino que también garantizan una posición sólida en el mercado y un retorno efectivo de la inversión (Morillo Moreno y Morillo Moreno, 2016, p. 112).

Siguiendo con aspectos referentes a la gestión, los criterios de gestión que se derivan de estas perspectivas son difíciles de implementar en el sector de servicios debido a las características únicas de esta industria, como la intangibilidad, la heterogeneidad y la

inseparabilidad entre la producción y el consumo (Grünroos, 1990; Zeithaml y otros, 1992).

Esto se refiere a:

- *La intangibilidad*, que se refiere a la naturaleza experiencial de los servicios que carecen de aspectos tangibles que permitan establecer medidas objetivas.
- *La heterogeneidad*, que se relaciona con las diferencias que existen entre las diversas experiencias de consumo. Mientras que los productos como las bombillas de un mismo modelo siempre mantendrán el mismo nivel de luz, el trato en la recepción de un hotel puede variar de un día a otro y entre establecimientos de una misma cadena.
- *La inseparabilidad*, que refleja la simultaneidad entre la producción y el consumo en los servicios. Esto significa que los servicios se generan a medida que se consumen, lo que implica que no pueden ser almacenados y no se pueden establecer controles de calidad previos. Por ejemplo, los servicios de hospedaje en un hotel no se "producen" hasta que el cliente llega al establecimiento.

A pesar de estas dificultades, la Escala de SERVQUAL ha sido ampliamente adoptada por la comunidad científica internacional para medir la calidad del servicio. Creada por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1985, esta escala evalúa las expectativas y percepciones del cliente sobre dimensiones esenciales de la calidad del servicio, como *la tangibilidad, la empatía, la seguridad o garantía, la responsabilidad y la confiabilidad*. La Escala de SERVQUAL proporciona un enfoque sólido y ampliamente aplicable para medir la calidad del servicio en diversos tipos de servicios (Morillo Moreno, 2007, p. 273).

Algunos investigadores examinan si la calidad del servicio está vinculada o no con la generación de satisfacción, y en este contexto, una perspectiva integral ha ganado aceptación entre los investigadores al analizar la satisfacción. Oliver (1993) y Cronin & Taylor (1992) respaldan esta doble vertiente, reconociendo tanto aspectos cognitivos y afectivos como contribuyentes a la satisfacción. Uno de estos enfoques mide los resultados funcionales y comparativos, mientras que el otro se centra en cómo el servicio influye en las emociones (Morales Sánchez y Hernández Mendo, 2004).

A diferencia de la evaluación de atributos que caracterizan los juicios relativos a la calidad del servicio, la satisfacción no solo depende de las dimensiones de calidad, sino también de aspectos afectivos (Morillo Moreno & Morillo Moreno, 2016, p. 115).

Dada la relevancia de los aspectos discutidos, se hace evidente la importancia de abordar este tema mediante la aplicación de técnicas de investigación. Para esta investigación se propuso como objetivo general, describir de qué manera se gestiona la calidad del servicio de alojamiento en establecimientos hoteleros de la ciudad de Pilar, 2023.

Para abordar la gestión de la calidad, se propuso estudiar dos variables: primero, medir las expectativas y percepciones del cliente sobre la calidad del servicio utilizando el modelo Escala de SERVQUAL; segundo, determinar la percepción de los propietarios sobre los desafíos en la calidad del servicio de alojamiento en establecimientos hoteleros en la ciudad de Pilar en 2023.

En cuanto a las limitaciones, se menciona la dificultad de acceder a ciertos datos o informaciones necesarias para la investigación, esto debido a restricciones de acceso y disponibilidad de fuentes relevantes para la investigación.

Metodología

Para llevar a cabo esta investigación, se realizó primeramente una revisión de artículos escritos por varios autores que abordan el tema en cuestión. Se accedió a estos documentos utilizando recursos como Google Académico y el portal CICCOC de Conacyt Paraguay. La búsqueda se llevó a cabo utilizando términos clave específicos, como Alojamientos, Gestión y Calidad del Servicio, siempre vinculados a individuos con estas características. Se identificaron las bibliografías pertinentes y se elaboraron fichas bibliográficas que incluían detalles como el año de publicación, el título y el objetivo del trabajo. Además, se realizó un análisis de los textos para seleccionar aquellos relevantes para la investigación, siguiendo las Normas de Estilo APA en cuanto a las fuentes y las referencias.

Posteriormente, se realizó relevamiento de datos en concordancia a una investigación descriptiva, que es una descripción contextualizada, lo que implica que abarca la "comprensión del contexto" y las variables que caracterizan la situación en cuestión (Madera Payeta y otros, 2016, p. 5); no experimental ya que se llevó a cabo sin manipulación intencionada de ninguna variable que según Palella y Martins (2010, p. 87), este enfoque se centra en la observación de los eventos tal como ocurren en su entorno real y en un momento específico, con el objetivo posterior de analizarlos. En este tipo de diseño, no se crea una situación específica; en cambio, se observan y analizan las situaciones que ya existen en el contexto real; con un enfoque mixto (cuali-cuantitativo) de corte transversal.

Hernández Sampieri y otros (2006, p. 2) describen el enfoque mixto como un conjunto de procedimientos sistemáticos, empíricos y reflexivos de investigación que implican la recopilación y análisis tanto de datos cuantitativos como cualitativos. Estos datos se integran y discuten en conjunto con el propósito de obtener inferencias globales (meta inferencias) a partir de toda la información recolectada, lo que contribuye a una comprensión más profunda del fenómeno en estudio. En una primera instancia, se empleó el enfoque cualitativo para explorar y mejorar las preguntas de investigación. Ocasionalmente, aunque no de manera obligatoria, se pueden poner a prueba hipótesis (Grinell, 1997). Para obtener resultados utilizando este enfoque, se implementó la técnica de la entrevista a través del uso del cuestionario como instrumento dirigido a los propietarios de los alojamientos hoteleros.

El siguiente enfoque utilizado para respaldar la recopilación de datos fue el enfoque cuantitativo que según Hernández Sampieri y otros (2006, p. 9), se emplea como proceso de recolección y análisis de datos para responder a las preguntas de investigación y poner a prueba las hipótesis predefinidas. Utiliza medidas numéricas, conteos y frecuentemente estadísticas para identificar patrones de comportamiento con precisión en una población. Para obtener resultados a través de este enfoque, se implementó la técnica de encuesta dirigida a los clientes, utilizando medios tecnológicos.

La población seleccionada para este estudio incluyó a los propietarios de los establecimientos de alojamiento hoteleros y a sus clientes, cuyas informaciones proporcionadas contribuyeron a lograr los objetivos de la investigación. Las etapas para determinar una muestra pertinente y representativa, considerando el objetivo de la investigación, fueron las siguientes:

- **Identificación de la población:** La población estuvo compuesta por los establecimientos hoteleros de la ciudad de Pilar.
- **Determinación de la muestra:** Siguiendo el criterio de inclusión para esta investigación, que se refiere a establecimientos hoteleros de la ciudad de Pilar, se consideró relevante recurrir a los datos del RegisTur, tomando los establecimientos inscriptos en la categoría de hoteles, que brinden servicios de alojamiento, y que se encuentren en funcionamiento. Esta información se obtuvo del siguiente enlace: <https://registur.gov.py/registur/>, que permite filtrar los datos por departamento, ciudad y estado o situación del establecimiento. En dicho registro se visualizaron un total de 15 (quince) establecimientos, de los cuales 3 (tres) cumplen con los criterios de inclusión, y solo 2 (dos) aceptaron participar de esta investigación.

- **Recopilación de datos:** En esta etapa, se aplicó la fórmula para determinar la cantidad de clientes mediante el "*Cálculo de tamaño óptimo de la muestra*", a quienes se les facilitó el instrumento de encuesta. Se utilizó el enfoque de varianza máxima y se llevó a cabo un *muestreo probabilístico estratificado* en cada población. Para garantizar un error estándar de hasta el 5% en una población de 2 establecimientos hoteleros, dado que esta población presentará diversidad en términos de cantidad de clientes, lo que generará diferentes estratos poblacionales. *El muestreo estratificado* tiene como objetivo principal respetar la distribución de la población en la muestra. Según Mata y Macassi (1997), "La ventaja de este procedimiento es que se reduce posibles desbalances, como la posibilidad de que, en la muestra de nuestro poblado, salgan seleccionados más hombres que mujeres, o más personas de una edad que los debidos" (p. 47). Igualmente, se procedió a realizar el cálculo de "*Muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional*", para Sánchez y otros, (2010, p. 9) esto es, a la determinación de los valores n_h , $h = 1, 2, \dots, L$ que verifiquen $(n_1 + n_2 + \dots + n_L = n)$. Pueden establecerse una variedad de afijaciones o "maneras" de repartir la muestra entre los estratos; sin embargo, las más importantes son: la afijación uniforme, la afijación proporcional, la afijación de varianza mínima y la afijación óptima (Sánchez y otros, 2010).

Fuente	Cantidad	Instrumento
<u>Propietarios</u>		
– Hotel Doral	1	Entrevista
– Las Hortensias Hotel Boutique	No aceptó	
– Oasis hotel	1	
<u>Clientes</u>		
Doral Turismo	70 por mes	Encuesta
Oasis	40 por mes	
Total	110	Personas

En cuanto a las técnicas utilizadas, a los propietarios de les aplicó entrevistas. La entrevista se destaca como una técnica valiosa en la investigación cualitativa para la recopilación de datos; se define como una conversación dirigida hacia un objetivo específico, que difiere del simple acto de conversar (Grupo Editorial Santillana, 1983, p. 208). A los

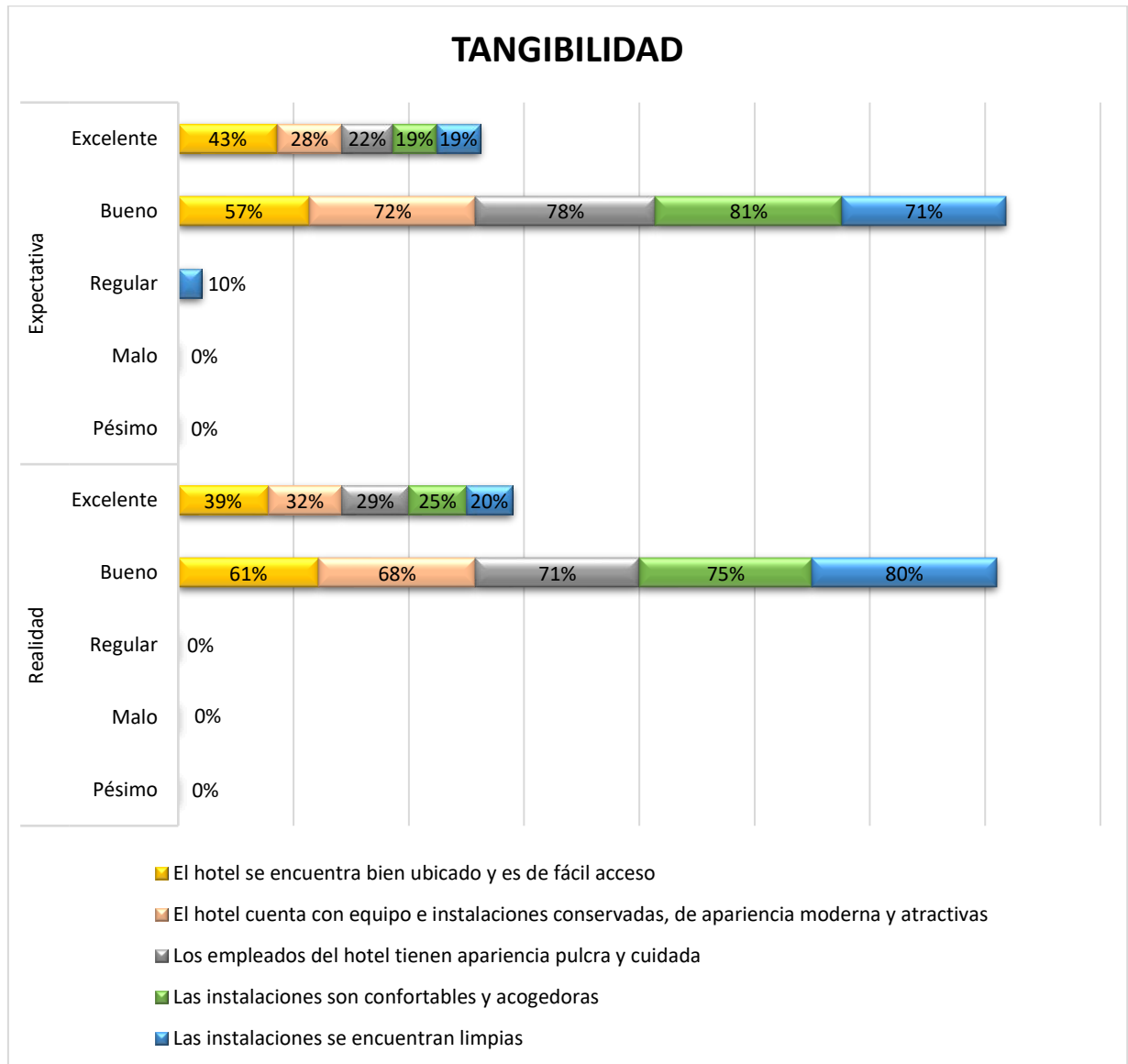
clientes se les aplicó encuestas, mediante esta metodología, se recopila información a través de un conjunto de preguntas, cuyas respuestas se emplearán para contribuir a los objetivos de la investigación (Cea D'ancona, 1998).

Se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada por los participantes, protegiendo su privacidad y asegurando que los datos recopilados no se utilicen para identificar a individuos sin su consentimiento explícito.

Resultados, discusión y análisis

En cuanto a los resultados cuantitativos a continuación, se presentan las siguientes figuras:

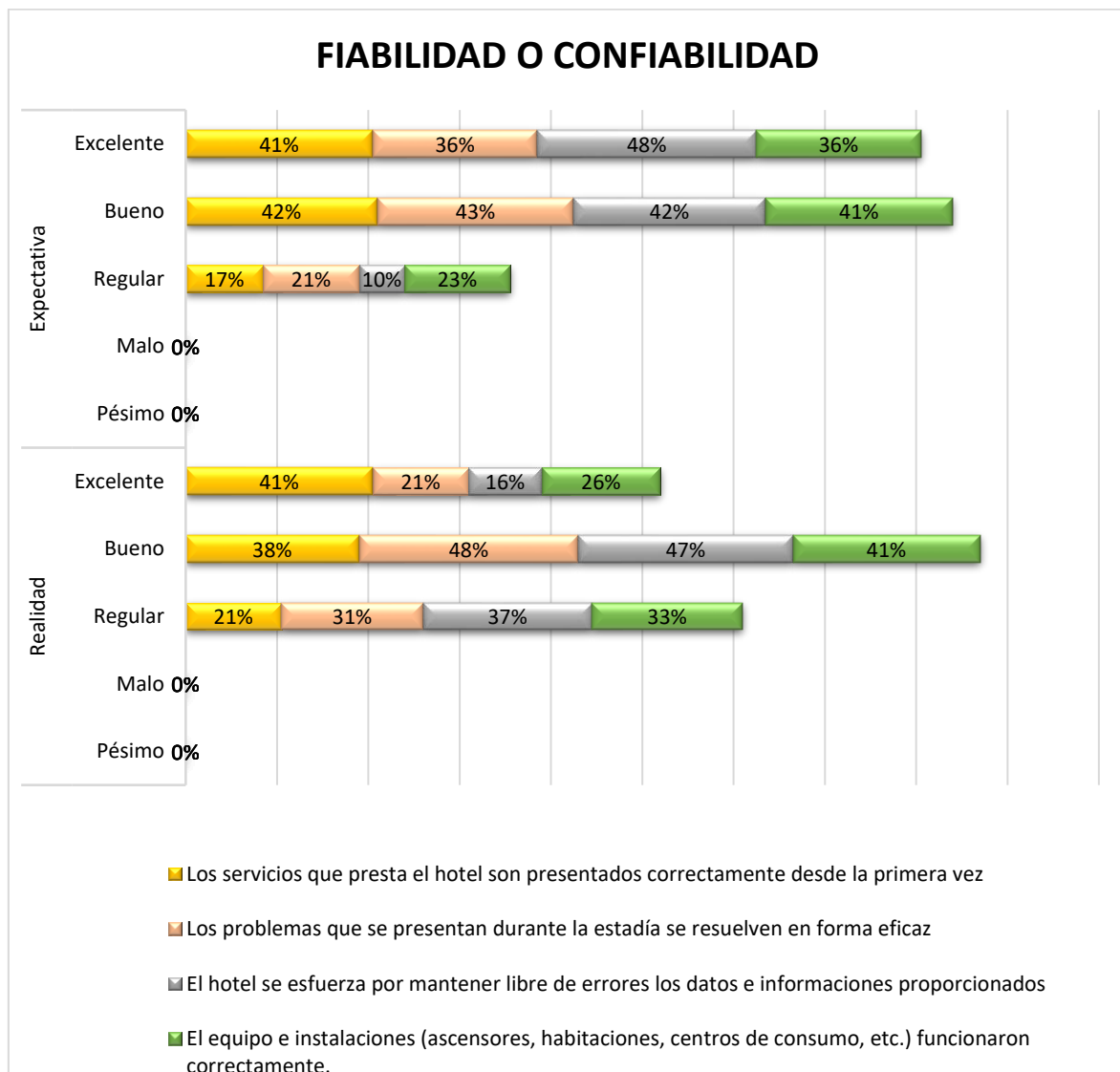
Figura 1
Tangibilidad



Fuente: Elaboración propia, basado en los resultados de la encuesta

En la figura sobre los resultados obtenidos en cuanto al atributo de tangibilidad, se puede observar que tanto las expectativas previas como la realidad experimentada reflejan una alta satisfacción general entre los huéspedes en diversos aspectos de los alojamientos. Esto abarca la ubicación, el estado de las instalaciones, la apariencia del personal, el nivel de confort, la hospitalidad y la limpieza de las instalaciones. La mayoría de los encuestados evaluaron positivamente estos aspectos, calificándolos como buenos o excelentes, lo que indica un nivel general de calidad y satisfacción. Esta coherencia entre la percepción de los huéspedes y la calidad real del establecimiento sugiere una gestión exitosa y una experiencia satisfactoria para los clientes, lo que probablemente conduzca a una mayor lealtad y una reputación positiva para el establecimiento en el mercado.

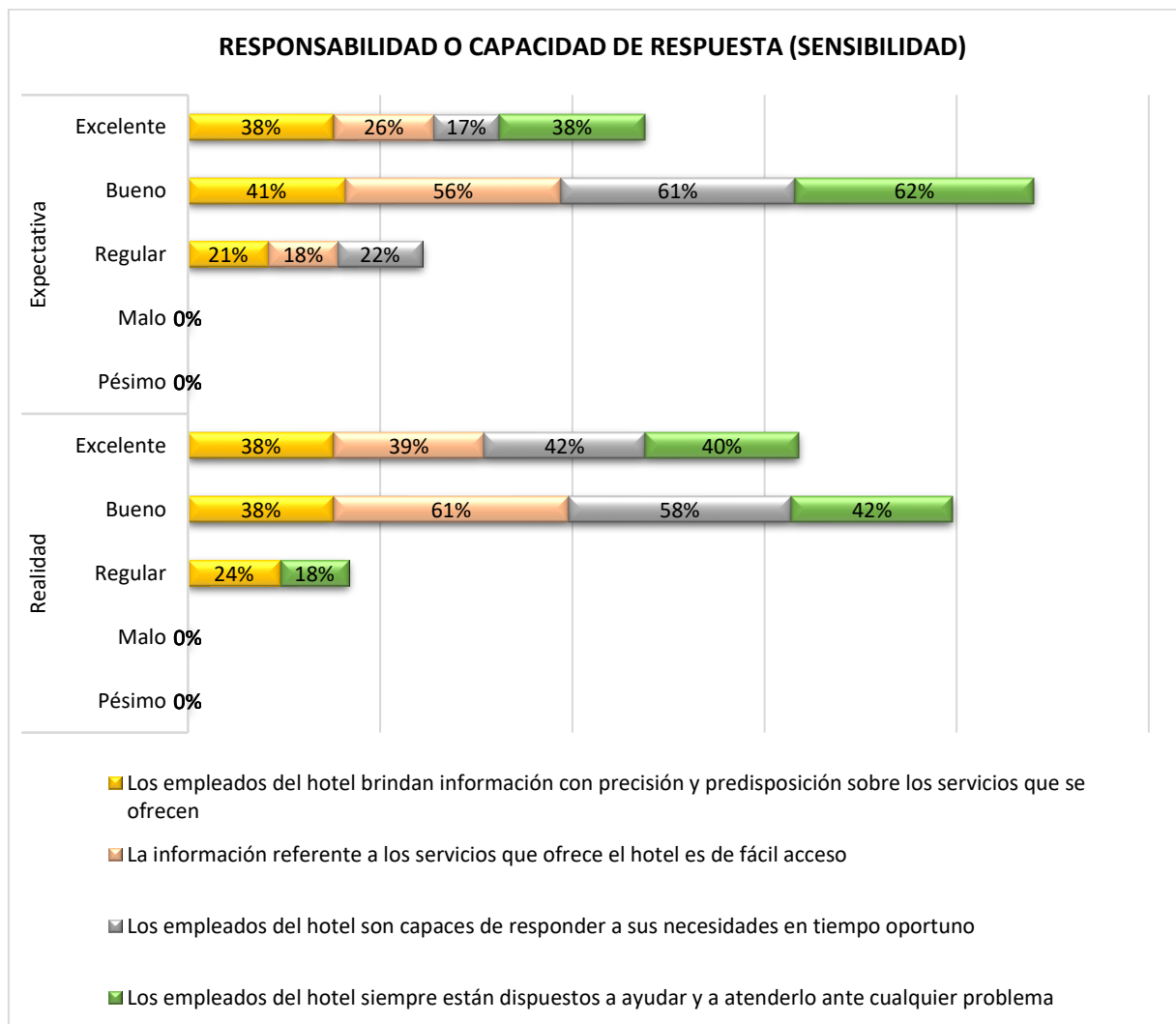
Figura 2
Fiabilidad o Confiabilidad



Fuente: Elaboración propia, basado en los resultados de la encuesta

Al comparar los resultados de las expectativas previas con la realidad experimentada sobre el atributo de fiabilidad o confiabilidad, se puede observar una tendencia coherente en ambos conjuntos de resultados. Tanto las conclusiones de las expectativas como las de la realidad indican que, si bien la mayoría de los aspectos evaluados recibieron calificaciones positivas, también se identificaron áreas de mejora. Se destacan tanto las calificaciones regulares en el funcionamiento adecuado de los equipos e instalaciones, la precisión de los datos e informaciones proporcionadas, la resolución de problemas y los servicios prestados por primera vez. Esto sugiere que, aunque el hotel ha logrado satisfacer a muchos de sus clientes en varios aspectos, aún hay áreas que deben abordarse para mejorar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa, especialmente para lograr su fidelización.

Figura 3
Responsabilidad o Capacidad de Respuesta (Sensibilidad)

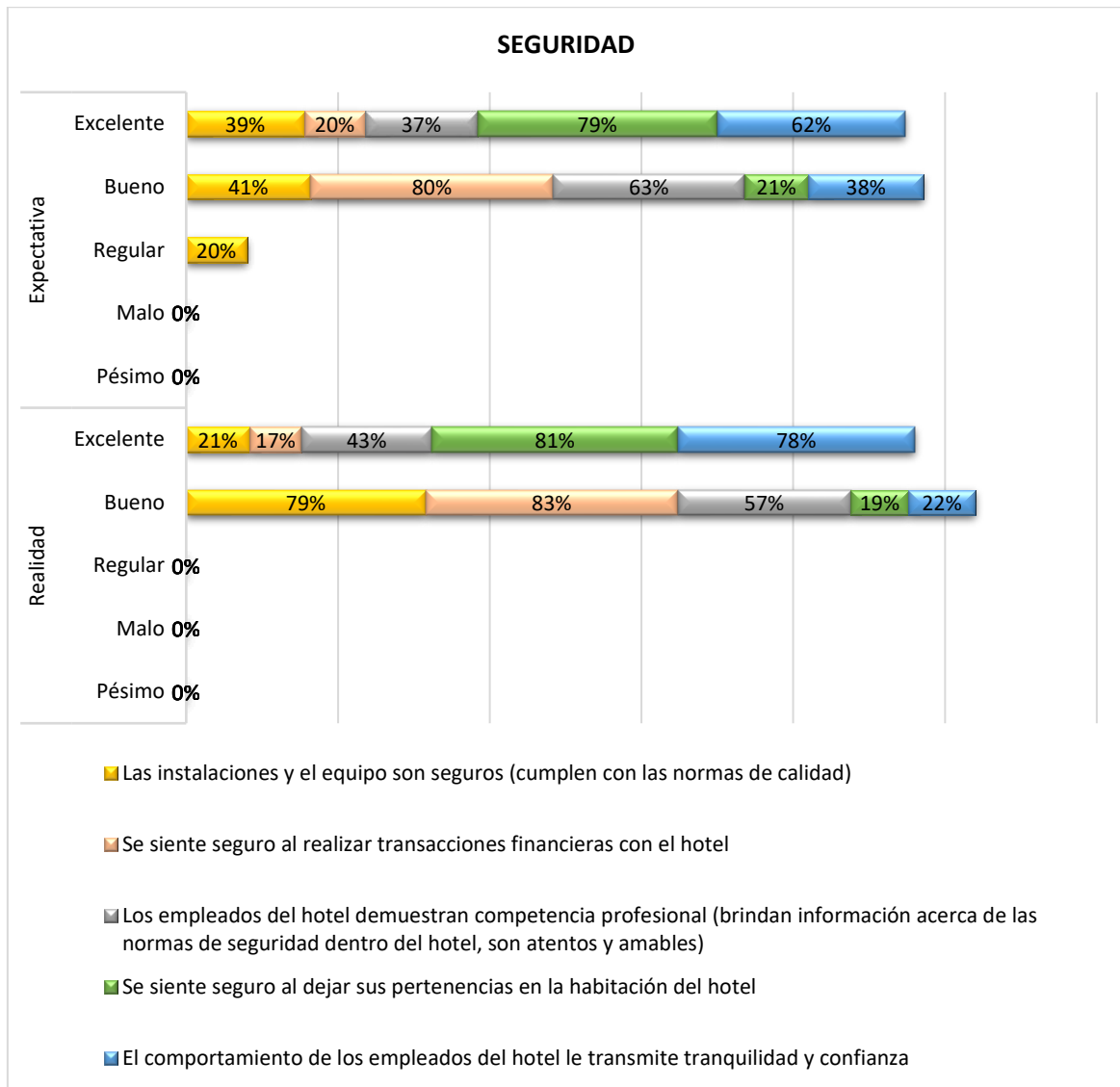


Fuente: Elaboración propia, basado en los resultados de la encuesta

Al contrastar y analizar los resultados de las expectativas previas con la realidad

experimentada con relación al atributo de responsabilidad o capacidad de respuesta (sensibilidad), se observa una coherencia en los hallazgos entre ambos conjuntos de resultados. Ambas conclusiones destacan la diversidad de percepciones entre los encuestados en relación con la atención al cliente y la accesibilidad de la información en el alojamiento. Aunque algunos aspectos recibieron altas calificaciones de excelencia tanto en las expectativas como en la realidad, también se identificaron áreas con proporciones considerables de calificaciones regulares o incluso malas. Esto subraya la importancia de abordar áreas específicas de mejora en lo que respecta a la capacidad de respuesta ante posibles inconvenientes que puedan surgir.

Figura 4
Seguridad

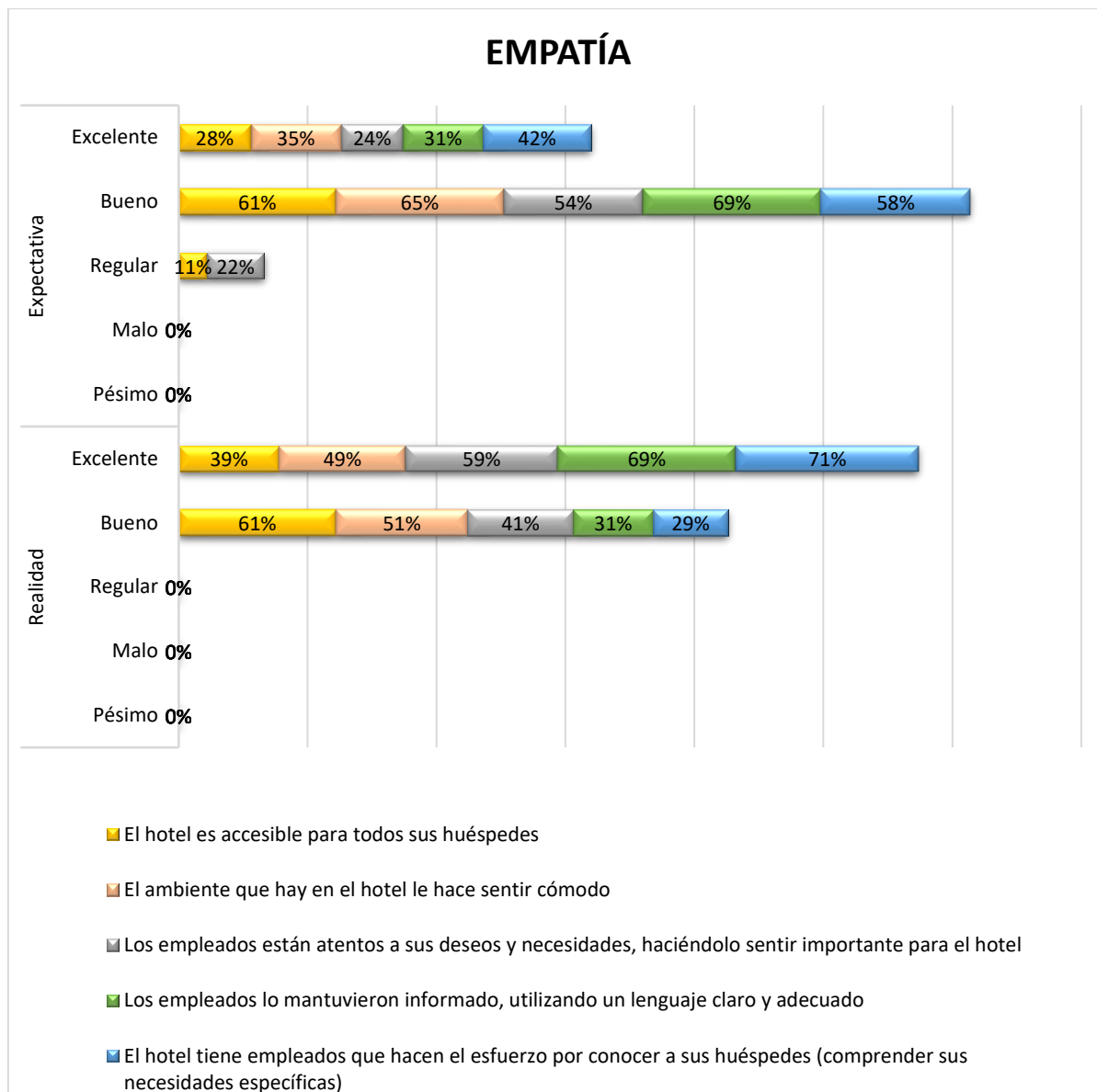


Fuente: Elaboración propia, basado en los resultados de la encuesta

Al analizar estos resultados, se puede inferir que, tanto en las expectativas previas como en la realidad experimentada, se observa una variedad de percepciones entre los encuestados en

cuanto a la seguridad percibida y el profesionalismo del personal del alojamiento. Se destacan áreas notables, como la percepción de seguridad, y se identifican oportunidades de mejora en cuanto a las instalaciones y los métodos utilizados para las transacciones financieras.

Figura 5
 Empatía



Fuente: Elaboración propia, basado en los resultados de la encuesta

Mediante la contrastación de resultados referentes a las expectativas previas con la realidad experimentada, se observa una similitud en cuanto a la percepción generalmente positiva de la experiencia del cliente en el alojamiento. Tanto en las expectativas como en la realidad, la mayoría de los aspectos clave fueron calificados positivamente por los huéspedes, lo que indica un nivel general de satisfacción. Ambos conjuntos de resultados resaltan áreas mejor valoradas en la realidad, especialmente en la atención a los deseos y necesidades de los

huéspedes y en la claridad en la comunicación proporcionada por los empleados y la atención brindada a los clientes haciéndolos sentir cómodos e importantes para el alojamiento.

Sobre los resultados cualitativos recabados en el proceso de recolección de datos por medio del cuestionario de entrevista, los propietarios de alojamientos manifestaron:

La perspectiva de los propietarios respecto a los desafíos asociados con la calidad del servicio en sus establecimientos resalta la importancia de contar con recursos financieros para ofrecer precios competitivos y promociones adecuadas, así como la necesidad de estrategias que equilibren la rentabilidad con la percepción de valor por parte de los clientes. También reconocen que la capacidad estratégica, que abarca aspectos como la decoración y la generación de confianza, es fundamental para la calidad del servicio, aunque se ha observado una falta de innovación en los últimos años. La capacidad tecnológica se considera esencial para mejorar la calidad del servicio, especialmente en términos de sistemas de reserva en línea y organización interna, aunque la adaptación a estas tecnologías puede plantear desafíos. Además, la capacidad administrativa, que incluye la formación del personal y la promoción de una cultura organizacional centrada en el servicio al cliente, se ve obstaculizada por la escasez de recursos financieros y humanos.

Los propietarios enfrentan desafíos como la presión sobre los márgenes de beneficio, la competencia, los crecientes costos operativos y las dificultades para adoptar nuevas tecnologías.

Reflexiones finales y/o conclusiones:

Los resultados cuantitativos obtenidos al contrastar las expectativas previas con la realidad experimentada revelan una alta satisfacción general de los huéspedes en diversos aspectos de los alojamientos. Aunque se identificaron áreas de mejora, como la fiabilidad en los métodos para transacciones financieras y el funcionamiento de equipos e instalaciones con relación a la capacidad de respuesta ante posibles inconvenientes, la mayoría de los aspectos evaluados recibieron calificaciones positivas. Esto sugiere una gestión exitosa y una experiencia satisfactoria para los clientes, pero también destaca la importancia de abordar áreas específicas para mejorar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa del hotel.

Los resultados cualitativos, evidencian que los propietarios de los establecimientos hoteleros reconocen la importancia de contar con recursos financieros para mantener precios competitivos y promociones adecuadas, y buscan estrategias que equilibren la rentabilidad con la percepción de valor por parte de los clientes. También valoran la capacidad estratégica en

aspectos como la decoración y la generación de confianza, aunque observan una falta de innovación. Consideran esencial mejorar la capacidad tecnológica, especialmente en sistemas de reserva en línea, pero reconocen desafíos en su implementación. La capacidad administrativa, incluida la formación del personal y la promoción de una cultura centrada en el servicio al cliente, se ve limitada por la escasez de recursos. En virtud de los resultados, se infiere que los propietarios enfrentan desafíos como la presión sobre los márgenes de beneficio, la competencia y los costos operativos crecientes, destacando la necesidad de estrategias para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Estos resultados hacen referencia a un mayor grado de satisfacción de parte de los clientes al momento de implementar proceso de atención al cliente con los siguientes atributos como la tangibilidad, fiabilidad, empatía, responsabilidad y seguridad, así también aspectos como la incorporación de innovaciones y tecnología en los procesos, conciben con lo afirmado por Camisón y otros (2007); Sila (2007); Lee y otros (2009); Mak (2011), citados en Álvarez García y otros, (2014, p. 353) en cuanto a que la Gestión de la Calidad Total (GCT) ofrece a las empresas la oportunidad de ampliar su participación en el mercado, mejorar la satisfacción tanto de clientes como de empleados, y aumentar la eficiencia y calidad de los servicios mediante la optimización de sus procesos internos.

Referencias:

- Álvarez García, J., del Río Rama, M. d., & Vila Alonso, M. (Jul-Sep de 2014). Los efectos de las prácticas de gestión de la calidad en los resultados clave: muestra de cuestionarios para el sector del alojamiento turístico en España. *Revista Brasileira de gestão de Negócios*, 16(52), 351-373. [https://doi.org/https://doi.org/10.7819/rbgn.v16i52.1614](https://doi.org/10.7819/rbgn.v16i52.1614)
- Briceño Fortique, F. (2000). *Turismo 2020*. Caracas: Ediciones IESA.
- Cea D'ancona, M. (1998). *Metodología cuantitativa: Estrategias y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Síntesis.
- Grinell, R. (1997). *Social work research & evaluation: Quantitative and qualitative approaches* (5ta. ed. ed.). Itasca, Illinois: E. E. Peacock Publishers.
- Grupo Editorial Santillana. (1983). *Diccionario de Ciencias de la Educación* (Vol. Vol. 1). México: Santillana.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill.

- Jiménez Barbosa, W. G., & Jiménez Bulla, L. H. (2013). *Turismo: tendencias globales y planificación estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Madera Payeta, A., Monasterio Martín, I., Jaraiz Lara, A., Cantador Gutiérrez, R., Sánchez Sánchez, J. C., & Varas Moreno, R. (2016). Estudio de casos. Asignatura: Métodos de la investigación educativa. (F. Murillo, Ed.) Universidad Autónoma de Madrid Facultad de Formación del Profesorado y educación Magisterio de Educación especial. <http://biblioteca.iplacex.cl/RCA/Estudio%20de%20casos.pdf>
- Mariño Romero, J. A., Sánchez-Franco, M. J., Velicia-Martín, F., & Hernández Mogollón, J. M. (2017). Calidad en el sector turístico. Análisis del Estado del Arte. En *Turismo e innovación: VI jornadas de investigación en turismo* (págs. 291-312). Sevilla: Facultad de Turismo y Finanzas.
- Mata, M., & Macassi, S. (1997). Cómo elaborar muestras para los sondeos de audiencias. *Cuadernos de investigación*(5).
- Mendoza Ocampo, G. Y. (julio de 2020). Estudio de la satisfacción de los visitantes para la mejora de la oferta turística en el destino Manta. *Informe de trabajo de titulación previa a la obtención del título de Ingeniera en Turismo*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel López. <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1298/1/TTT03D.pdf>
- Millán-Vásquez de la Torre, M., Hidalgo, L., & Arjona-Fuentes, J. (2015). El oleoturismo: una alternativa para preservar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía (España). *Revista de Geografía Norte Grande*(núm. 60), 195-14.
- Morales Sánchez, V., & Hernández Mendo, A. (2004). Calidad y Satisfacción en los servicios: Conceptualización. *Efedepotes Revista Digital*, 10(73).
- Morillo Moreno, M. C. (Julio - Diciembre de 2007). Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL. Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida. *Visión Gerencial*, Año 6(2), 269-297.
- Morillo Moreno, M. C., & Morillo Moreno, M. D. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de ciencias sociales*, Vol. 22(núm. 2), 111-131. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5778313>

- Nieto González, J. L., Román Sánchez, I. M., Bonillo Muñoz, D., & Paulova, N. (2016). El turismo a nivel mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, Vol. 2(núm. 1), 129-144.
- Oliver, R. (1993). Conceptual model of service quality and service satisfaction. Compatible goals, different concepts. *Advances in Services Marketing and Management*, Vol. 2(65-85).
- Oreja, J., & Yanes, V. (2000). La estructuración estratégica del entorno sobre la base de la incertidumbre percibida: un análisis comparativo entre sectores. *X Congreso Nacional de Acede 2000*. Oviedo.
- Organización Mundial del Turismo. (2013). *Panorama OMT del turismo internacional*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415519>
- Palella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología para un estudio cuantitativo* (3ra. ed. ed.). Venezuela: FedupeII.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Riveros Montiel, T., & Villalba Benítez, E. (2018). Oferta de los Establecimientos Hoteleros y Extra Hoteleros de la Ciudad de Pilar. *Saeta Universitaria, Académica y de Investigación*, vol. 7(núm. I), 135-152. https://www.researchgate.net/profile/Rodrigo-Tonel/publication/337861579_Human_Rights_and_Mentally_Ill_Patients_A_necessary_and_discussion/links/5def92dba6fdcc283714ac84/Human-Rights-and-Mentally-Ill-Patients-A-necessary-discussion.pdf
- Sánchez Tamayo, D. J. (2017). La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007- 2015. *Disertación previa a la obtención del título de Economista*. Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13318>
- Sánchez, A., Solanilla, L., Clavijo, J., & Zambrano, A. (2010). Afijación óptima de tamaños de muestra en muestreo aleatorio estratificado vía programación matemática. *Comunicaciones en Estadística*, Vol. 3(núm. 1), 7-23.
- Scheyvens, R., & Russell, M. (December de 2011). Tourism and Poverty Alleviation in Fiji: Comparing the Impacts of Small- and Large-Scale Tourism Enterprises. *Journal of*

Sustainable Tourism, 20(3), 1-20.

Sörensson, A., & von Friedrichs, Y. (March de 2013). An Importance–Performance Analysis of Sustainable Tourism: A Comparison Between International and National Tourists.

Journal of Destination Marketing & Management, 2(1), 14–21.

<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.11.002>

Vázquez Gómez, R., & Osorio Garcia, M. (2016). La hospitalidad en la prestación del servicio turístico. Una revisión sobre sus planteamientos teóricos en la revista *International Journal of Hospitality Management*, 2004-2013. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*(10), 39-72.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6088847>

Vergara, K. E. (2017). Medición de calidad percibida de los servicios de información turística. Estudio de caso: Oficina de Informes Turísticos de Rada Tilly, Chubut. *Tesina de Licenciatura en Turismo*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur Departamento de Geografía y Turismo.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Editorial Díaz de Santos.