

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VIII. Vol. VIII. N°15. Julio – Diciembre. 2022

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

[DOI 10.35381/cm.v8i15.828](https://doi.org/10.35381/cm.v8i15.828)

Evaluación de la calidad de servicio en el sector hotelero ecuatoriano

Evaluation of the quality of service in the ecuadorian hotel sector

Gustavo Javier Tobar-Ruiz

pg.gustavoitr04@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-9532-7203>

Ariel José Romero-Fernández

dir.investigacion@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-1464-2587>

Cesar Edison Suarez-Torres

gerenciaproductividadplus@gmail.com

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-2512-8804>

Recibido: 01 de marzo 2022

Revisado: 10 de abril 2022

Aprobado: 15 de junio 2022

Publicado: 01 de julio 2022

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VIII. Vol. VIII. N°15. Julio – Diciembre. 2022

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se desarrolló para contribuir a la mejora del proceso de prestación del servicio ofertado por el Hotel Samari Spa Resort en la ciudad de Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua. Se utilizó el modelo de gestión de calidad SERVQUAL. Los puntos críticos identificados, constituyeron el insumo para la elaboración del Plan de Mejoramiento. Los resultados obtenidos en la investigación realizada a los clientes del Hotel Samari Spa Resort, luego de la implementación del Plan de Mejoramiento, evidencian mayores niveles de satisfacción de los clientes con respecto al servicio recibido. La Guía metodológica para la implementación y seguimiento de las acciones de mejora, aporta significativamente a la gestión de mejora continua que realiza el Hotel Samari Spa Resort en el proceso de prestación del servicio; garantizando de esta manera la satisfacción del cliente y el reforzamiento de la imagen empresarial.

Descriptor: Formación profesional; desarrollo de las habilidades; competencia profesional. (Tesaurus UNESCO).

ABSTRACT

This research work was developed to contribute to the improvement of the service provision process offered by the Samari Spa Resort Hotel in the city of Baños de Agua Santa, Province of Tungurahua. The SERVQUAL quality management model was used. The critical points identified constituted the input for the development of the Improvement Plan. The results obtained in the research conducted with the clients of Hotel Samari Spa Resort, after the implementation of the Improvement Plan, show higher levels of customer satisfaction with respect to the service received. The methodological guide for the implementation and monitoring of improvement actions, contributes significantly to the continuous improvement management carried out by the Hotel Samari Spa Resort in the process of service delivery, thus ensuring customer satisfaction and strengthening the corporate image.

Descriptors: Vocational training; skills development; occupational qualifications. (UNESCO Thesaurus).

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

INTRODUCCIÓN

El sector turístico y hotelero, atiende a visitantes internos y externos de la ciudad de Baños de Agua Santa, siendo esta la principal actividad económica de la ciudad. Se ha evidenciado el crecimiento del sector turístico generando globalización y de tal manera migrar a la información virtual. La digitalización de los datos ha generado indicadores de alojamiento, gastronomía, turismo de aventura y atractivos de lugares, este proceso permite estar inmersos en la “tercera revolución industrial” como un nuevo escenario económico y empresarial.

Según (Aguilar-Aguilar, 2015), la creciente competitividad que se presenta en los tiempos modernos dentro de los servicios turísticos y otros servicios hoteleros busca diferenciar su oferta para atraer, mantener y sostener a los clientes en el tiempo, generando modelos de negocios eficientes (Orellana-Bravo et al. 2021).

Por consiguiente, se considera un despertar en el ciudadano el interés de practicar el turismo como actividad económica, definiendo de esta manera un importante cambio en el comportamiento del consumidor en cuanto a sus gustos y motivaciones, lo que permite a su vez impulsar el turismo alternativo con responsabilidad social (Lazo-Serrano, 2022). Así mismo, la calidad y el servicio se encuentra relacionados, su fusión permite generar una herramienta de gestión administrativa y de calidad, cimentando su estudio en los resultados de satisfacción de los usuarios (Vasco, 2016).

Por consiguiente, (Izquierdo, 2018), conjuga las definiciones de calidad de servicio como instrumento de gestión en la toma de decisiones, donde se observa que los resultados pre y post test generan puntos decidores en la implementación de estrategias. La valoración de los servicios que las empresas ofertan en las diferentes áreas económicas se sustenta en la calidad y la satisfacción de los stakeholders, en los procesos de valoración existen modelos ya aplicados o también diseñados de acuerdo con los objetivos preestablecidos.

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

Para cada sector de servicio en el eje de generación de ingreso económica existe un ente público de control y regulador de normativa; para el estudio planteado de valoración de la calidad de servicio en el sector hotelero. Para (Rojano, 2018), considera a la ciudad de Baños como uno de los principales destinos turísticos del Ecuador, tanto en el segmento de turismo receptivo como turismo interno. Mientras que (Salazar, 2019), estructura los componentes de la satisfacción del cliente, efectuando el cumplimiento de las expectativas de los clientes y la satisfacción de las necesidades demandadas.

Por consiguiente; (Patiño, 2019), enfoca en el análisis de la competencia, valorando el precio y la calidad, en el análisis de la calidad del servicio estandariza el proceso en base al incremento de usuarios, convirtiéndose en un elemento importante el contacto con el usuario y determinar la percepción. La fidelidad se produce cuando existe una correspondencia favorable entre la actitud del individuo frente a la organización y su comportamiento de compra de los productos y servicios de esta.

Constituye la situación ideal tanto para la empresa como para el cliente. (Apaolaza et al. 2016). Este concepto se relaciona con la habitualidad del cliente para realizar una compra o usar un servicio, lo cual tiene una relación directa con su nivel de satisfacción, ya que un alto grado de satisfacción convierte la repetición en fidelización. (Arguello, 2017), cita a (Kotler, Armstrong, Saunders, & Wong, 1999), donde propone desde su integración de las diversas teorías que la satisfacción es una función de la diferencia entre la percepción y expectativa. De acuerdo con ello, la satisfacción del cliente es una expresión de placer o decepción. La satisfacción del cliente es una sensación subjetiva positiva o negativa que surge como resultado de una comparación entre la expectativa de pre-consumo y la percepción de post-consumo. (Tsai & Chang, 2017).

El objetivo del siguiente artículo científico es evaluar el nivel de calidad de servicio ofrecido a los turistas en el Hotel Samari Spa Resort en la ciudad de Baños de Agua Santa.

MÉTODO

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

La presente investigación según su enfoque será una combinación de elementos cualitativos y cuantitativos planteados en base al objetivo propuesto en el presente trabajo, que es evaluar el nivel de calidad de servicio ofrecido a los clientes en el Hotel Samari Spa Resort en la ciudad de Baños de Agua Santa mediante la aplicación del modelo SERVQUAL.

La finalidad de este trabajo está encaminado a la evaluación de la calidad de servicio ofertado por el Hotel Samari Spa Resort en la ciudad de Baños de Agua Santa con un alcance descriptivo determinando resultados agrupados por cada dimensión que ejecuta el modelo SERVQUAL.

La Población de estudio la conforman los clientes externos y los empleados denominados clientes internos del Hotel Samari Spa Resort en la ciudad de Baños de Agua Santa, según datos proporcionados por la empresa tenemos los siguientes: clientes externos 354 e internos de 28 empleados.

Se Aplicará el modelo SERVQUAL que es una técnica de investigación comercial, que nos permite evaluar la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio.

Para recopilar la información se aplicará una encuesta a los clientes utilizando un cuestionario enfocado y agrupado por dimensiones del modelo SERVQUAL, esto permitirá identificar de mejor manera las necesidades de los clientes y en base a los resultados desarrollar de manera efectiva el objetivo propuesto.

Adicional para conocer de manera integral el criterio de los empleados y las necesidades de mejora no perceptibles se aplicará la entrevista relevante a través de respuestas verbales dadas por el sujeto de estudio que permite registrar datos confiables y reales.

La aplicación del análisis de documentos permite revisar y conocer de una manera más significativa cada uno de los procesos de la empresa, y efectuar un proceso de fidelización a la base de datos de los clientes de la empresa.

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

RESULTADOS

Por medio de la investigación y el desarrollo del artículo científico se espera medir la calidad de servicio ofrecido a los clientes del Hotel Samari Spa Resort en la ciudad Baños de Agua Santa mediante la aplicación del modelo SERVQUAL, con la sustentación de datos e información verificada y actualizada de cada uno de los elementos involucrados en la presente investigación.

Para tener un punto de referencia actual del sujeto de estudio, se procede a generar la caracterización de los elementos estratégicos que utiliza la empresa hotelera en el desarrollo de su difusión y ejecución de las actividades comerciales.

Su eslogan radica en la frase “Bienvenido a Samari Spa Resort - Donde se Encuentra el Lujo y la Serenidad”; acompañados de un conector sensorial que resumen a la empresa hotelera como JOYA DEL ECUADOR.

Un oasis de lujo y tranquilidad en medio de la vibrante energía de Baños, Ecuador. Una verdadera maravilla y joya entre los hoteles de lujo de Ecuador.

Se llama SAMARI, debido al vocablo quechua que significa "relajarse y sentirse como en casa".

Samari Spa Resort es el resultado de 10 años de trabajo duro con una visión y propósito: teniendo en cuenta miles de detalles para ofrecer a cada huésped un destino excepcional, con un estilo único y experiencias excepcionales de relajación, bienestar y asombro.

Su misión es “encarnar un nuevo punto de referencia para los hoteles de lujo y turismo de Ecuador, ofreciendo productos y servicios de alta calidad con un nivel sobresaliente de atención”.

Su visión es “Somos el primer hotel de 5 estrellas de lujo en el centro de Ecuador, y junto con nuestros 40 socios compartimos y vivimos por estos 5 valores: profesionalismo, responsabilidad, honestidad, transparencia, creatividad; por el cumplimiento de los valores empresariales definidos y la visión planteada como una política de calidad a

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

cumplir en todo momento nos permitió obtener el reconocimiento “Travelers ‘Choice ™ 2016” por TripAdvisor”

Las instalaciones ofrecen a los clientes: WIFI Gratis, 37 espectaculares habitaciones, Spa con piscina cubierta y temperada, salas de convenciones para 280 personas, restaurante gourmet, bares interiores y exteriores, taberna original, variedad de actividades y aventuras inolvidables, placeres que le sugerirán quedarse en Samari Spa Resort para siempre.

En Samari Spa Resort, se puede descansar en espléndidas habitaciones de lujo, caminar y descubrir un lugar único, preservado y autentico (tenemos más de 4 hectáreas de jardines extraordinarios), vivir exquisitas experiencias gastronómicas en nuestro gourmet restaurante y sensaciones de bienestar en nuestro exclusivo Spa.

Los precios de nuestra oferta incluyen impuestos, desayuno tipo bufet de la mejor gastronomía ecuatoriana, el libre acceso al Spa Oriental: piscina cubierta y temperada, jacuzzi, sauna, baño turco, polar e hidromasajes.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato; por apoyar el desarrollo de la investigación.

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Aguilar-Aguilar, A, & Palafox Muñoz, A, & Anaya Ortiz, J. (2015). El turismo y la transformación del paisaje natural [Tourism and the transformation of the natural landscape]. *NÓESIS. REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES*, 24(47-1),19-29. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85939868002>
- Andrade, M. A. (2018). La calidad hotelera [Hotel quality]. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 10(2), 323 - 327.
- Apaolaza, V., Forcada, F., & Hartmann, P. (2016). El efecto del posicionamiento en la lealtad del cliente. Una análisis empírico para el caso de Iberdrola [The effect of positioning on customer loyalty. An empirical analysis for the case of Iberdrola]. *Cuadernos de Gestión*, 2(2), 103-118.
- Arguello, S. E. (2017). Lealtad de los clientes en los hostales de la ciudad de Riobamba-Ecuador [Customer loyalty in hostels in the city of Riobamba-Ecuador]. *Revista Científica Universidad San Marcos*, 8(3), 35 - 48.
- Izquierdo, R. M. (2017). La Calidad Hotelera [Hotel Quality]. *Universidad y Sociedad*, 11(3), 323-326.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999).). *Principles of Marketing - Second European Sdition* (5ta ed.). Milan: Prentice Hall Europe.
- Lazo-Serrano, C. A. (2022). Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos en el Ecuador [Corporate social responsibility in tourist accommodations in Ecuador]. *Sociedad & Tecnología*, 5(S2), 378–389. <https://doi.org/10.51247/st.v5iS2.276>
- Orellana-Bravo, M. R., Sarmiento-Moscoso, L. S., & Sarmiento-Jara, J. P. (2021). Midiendo la desigualdad y el nivel de riqueza: Una aplicación para Ecuador [Measuring Inequality and Wealth: An Application for Ecuador}. *UDA AKADEM*, (8), 146–201. <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi8.441>
- Patiño, E. (2021). Análisis De La Cadena De Valor De La Empresa Deprodemar Ubicada En La Ciudad De Esmeraldas [Analysis Of The Value Chain Of The Company Deprodemar Located In The City Of Esmeraldas]. <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2704>

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VIII. Vol. VIII. N°15. Julio – Diciembre. 2022

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Gustavo Javier Tobar-Ruiz; Ariel José Romero-Fernández; Cesar Edison Suarez-Torres

- Rojano, G. (2018). Modelo de gestión de calidad total para el Cedro Hotel en Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua [Total quality management model for the Cedro Hotel in Baños de Agua Santa, Province of Tungurahua.]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/8858>
- Salazar, D. (2019). *Satisfacción del Cliente en los Servicios de Alimentos y Bebidas del Cantón Baños de Agua Santa [Customer Satisfaction in Food and Beverage Services in Baños de Agua Santa Canton]*. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5911>
- Tsai, C. L., & Chang, H. C. (2017). The Effect of Customer Value , Customer Satisfaction , and Switching Costs on Customer Loyalty: An Empirical Study of Hypermarkets in Taiwan. *In Social Behavior and Personality*, 38(6), 729-740.
- Vasco, J. A. (2016). Calidad en el servicio de la empresas hoteleras de segunda categoría [Quality of service in second-tier hotel companies]. *Revista Ciencia UNEMI*, 9(18), 19 - 25.
- Veloz, C. F. (2016). Medición del servicio en la empresa Hotelera [Measuring service in the hotel industry]. *UMEMI*, 9(18), 26-30.