



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Educación, Turismo,
Artes y Humanidades

Carrera de Hospitalidad y Hotelería



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADOS EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

**"LA CALIDAD DE SERVICIO EN HOTELES DE 3 Y 4 ESTRELLAS DEL
CANTÓN MANTA"**

AUTORA:

WENDY MELINA CEDEÑO CEDEÑO

TUTORA:

ING. ANGELA EVELINA FARFÁN TIGRE. MG

MANTA, 2024



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Educación, Turismo,
Artes y Humanidades

Carrera de Hospitalidad y Hotelería

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado **"LA CALIDAD DE SERVICIO EN HOTELES DE 3 Y 4 ESTRELLAS DEL CANTÓN MANTA"**, ha sido realizado y concluido por la estudiante Cedeño Cedeño Wendy Melina; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad.

Firmamos:

Ing. Montalván Acosta Pedro
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Berna Zambrano Azúa. Mg
MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN

Dra. Mabel Font Aranda
MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN

Ing. Angela Farfán Tigre. Mg
DOCENTE TUTOR

CEDEÑO CEDEÑO WENDY MELINA
ESTUDIANTE



	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante "AUTORES", legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2024-2025(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es **"LA CALIDAD DE SERVICIO EN HOTELES DE 3 Y 4 ESTRELLAS DEL CANTON MANTA"**

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, lunes, 06 de enero de 2025.



Lo certifico,

FARFÁN TIGRE ANGELA EVELINA

Docente Tutor



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Educación, Turismo,
Artes y Humanidades

Carrera de Hospitalidad y Hotelería

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Cedeño Cedeño Wendy Melina, ante las autoridades de la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito:

LA CALIDAD DE SERVICIO EN HOTELES DE 3 Y 4 ESTRELLAS DEL CANTON
MANTA

Es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Manta, 30/01/2025



DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación en primer lugar a Dios, quien me brindó la sabiduría y fuerzas necesarias para poder culminar con este desafío, una etapa importante de mi vida profesional. A mis amados padres, José Cedeño y Rosa Cedeño, que con su apoyo incondicional y enseñanzas me guiaron en cada momento, a mi amado hijo Deyker José Cedeño, quien me da las fuerzas necesarias, mi mayor motivación para continuar en cada paso que me proponga en mi vida, a mis hermanos que también estuvieron allí presente, a mi novio, que sin duda alguna estuvo conmigo desde el inicio de esta travesía y llegando conmigo hasta el final, a toda mi familia gracias infinitas a cada uno de ustedes por creer en mí y ser mi mayor motivación.

Wendy Melina Cedeño Cedeño



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme salud, sabiduría, fortaleza y la oportunidad necesaria para poder llegar hasta este momento, sin su Guía este logro no hubiese sido posible. A mis amados padres a quienes le debo todo lo que soy y lo que he logrado alcanzar, gracias por su amor, esfuerzo y por enseñarme ese valor que es el sacrificio y perseverancia, agradezco a mis compañeros de estudios, Anthony, Michelle y Trinidad, que desde inicios de estudios estuvimos apoyándonos uno al otro, a mis docentes gracias infinitas por brindarme conocimientos durante este proceso académico.

Wendy Melina Cedeño Cedeño



ÍNDICE

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO.....	2
RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	4
INTRODUCCIÓN.....	1
1. Justificación	4
1.1 Justificación práctica.....	4
1.2 Justificación teórica.....	5
1.3 Justificación metodológica.....	5
1.4 Planteamiento del problema	5
1.5 Formulación del problema	7
1.5.1 Objeto de la investigación	7
1.5.2 Campo de acción.....	7
1.5.3 Variable independiente	8
1.5.4 Variable dependiente.....	8
1.6 Objetivo general	8
1.6.1 Objetivos específicos	8
1.7 Resultados y relevancia	9
1.8 Estructura del trabajo	9
CAPÍTULO I.....	11
1 Marco teórico	11



1.1	Teoría de la gestión de la calidad total.....	11
1.2	Modelo de las expectativas del cliente	12
1.2.1	Importancia de la calidad en servicios hoteleros	12
1.2.2	Evaluación de la calidad en servicios de hoteles del cantón Manta.....	13
1.3	Tipos de hoteles.....	13
1.3.1	Hoteles tres y cuatro estrellas	13
1.3.2	Características	14
1.3.3	Servicios básicos	15
1.3.4	Comodidades y equipamientos	16
1.3.5	Instalaciones adicionales.....	16
1.3.6	Principales a condicionantes	17
1.3.7	Servicios brindados.....	18
1.3.8	Limpieza y Mantenimiento	18
1.4	Ejemplos de hoteles de tres estrellas	18
1.5	Ejemplo de hoteles de cuatro estrellas	20
CAPÍTULO II.....		22
2.	Diseño metodológico	22
2.1	Enfoque Metodológico	22
2.2	Tipo de Investigación	23
2.3	Población y Muestra.....	23
2.4	Gerentes.....	23



2.5 Huéspedes	24
2.6 Personal del Hotel.....	26
2.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	26
2.7.1 Proceso de Validación de los Instrumentos.....	27
2.8 Análisis de los Datos.....	27
2.9 Limitaciones del Estudio	28
CAPÍTULO III	28
3. Resultado y discusión	28
3.1 Matriz de Resultados	43
3.1.1 Explicación del Contenido en Términos de Investigación	43
3.2 Estrategias para cerrar las brechas de calidad	44
CAPÍTULO IV	46
4. Conclusiones.....	46
5. Recomendaciones	47
6. Referencias bibliográficas.....	48
7. Anexo	51

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Detalles de hoteles de 3 estrellas.....	20
Tabla 2. Detalles de hoteles de 4 estrellas	21
Tabla 3. Matriz de resultados	43
Tabla 4. Propuesta para cerrar brechas de calidad.....	45



ÍNDICE DE ANEXO

Ilustración 1: Recepción Hotel Poseidón.....	47
Ilustración 2: Entrevista a huésped hotel Oro verde.....	47
Ilustración 3: Entrevista a huésped fuera de las instalaciones.....	47
Ilustración 4: Entrevista a huésped dentro del Hotel Mar Azul.....	47
Ilustración 5: Recepción Hotel Mantahost.....	47
Ilustración 6: Huésped de Hotel Mantahost.....	47



RESUMEN

Esta investigación evalúa la calidad de servicio de hoteles de tres y cuatro estrellas en el cantón de Manta, un lugar donde la brisa se mezcla con el turismo para turistas que buscan aventuras inolvidables en todos los sentidos. Como un marinero en la estrella, el hotel debe guiarse por los deseos de los huéspedes, las lucecitas que muestran cómo conseguir una satisfacción total. El objetivo principal de este estudio es identificar áreas de mejora que permitan a estos hoteles no sólo cumplir sino superar las expectativas de los huéspedes para que cada estancia sea memorable y satisfactoria. Por este motivo, la investigación se realizó a partir de la voz de los huéspedes encuestando con una muestra de 242 participantes que compartieron percepciones sobre diferentes aspectos de la experiencia hotelera, teniendo en cuenta que la expectativa de estos clientes estaba basada en la información personal o investigada por redes sociales u otros canales de información previo a realizar el uso de los servicios del hotel. Estos puntos van desde la calidad del equipamiento, que debe garantizar comodidad y rendimiento, hasta la eficiencia del personal, que debe inspirar confianza en medio de la incertidumbre.

También se consideraron otros factores importantes como mantener horarios y poder brindar una atención personalizada en función de las necesidades de cada huésped. Cada área, como una pieza de un rompecabezas, crea una imagen completa del servicio recibido por el huésped. Los resultados, proporcionaron información precisa sobre el hotel.

ABSTRACT

This project evaluates the service quality of three- and four-star hotels in the canton of Manta, a place where the breeze mixes with tourism for tourists seeking unforgettable adventures in every sense. Like a sailor on the star, the hotel must be guided by the wishes of the guests, the little lights that show how to achieve total satisfaction. The main objective of this study is to identify areas of improvement that allow these hotels to not only meet but exceed the expectations of the guests so that each stay is memorable and satisfactory. For this reason, the research was carried out based on the voice of the guests by surveying a sample of 242 participants who shared their opinions on different aspects of the hotel experience. These points range from the quality of the equipment, which must guarantee comfort and performance, to the efficiency of the staff, which must inspire confidence in the midst of uncertainty.

Other important factors were also considered, such as maintaining schedules and being able to provide personalized attention based on the needs of each guest. Each area, like a piece of a puzzle, creates a complete picture of the service received by the guest. The results provided accurate information about the hotel.



INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la calidad del servicio en la industria hotelera ha adquirido cada vez más importancia debido a su impacto directo en la satisfacción del cliente y la competitividad de los destinos turísticos. En un entorno global donde el turista dispone de variedad de opciones de alojamiento, la diferenciación basada en la calidad del servicio prestado por las instalaciones hoteleras se convierte en un factor clave para el éxito de cualquier destino. Este estudio se centra en los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Manta, un destino turístico de la costa ecuatoriana que ha experimentado un crecimiento significativo en el número de turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, el crecimiento del turismo no siempre va acompañado de mejoras significativas en la calidad del servicio, lo que plantea un desafío importante para la sostenibilidad del desarrollo turístico en la región.

Manta se ha convertido en una de las principales zonas costeras del Ecuador, en parte debido a su infraestructura portuaria, hermosas playas y amplios servicios turísticos. Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (2023), el número de turistas en la ciudad ha aumentado un 15% en los últimos dos años, convirtiéndolo en un factor importante en el país. Sin embargo, a pesar de este crecimiento, los niveles de satisfacción de los clientes en estancias en hoteles de tres y cuatro estrellas no han alcanzado los niveles esperados. El Observatorio de Turismo del Ecuador (2024) reporta que el 40% de los turistas alojados en hoteles en estas zonas de Manta expresaron insatisfacción, especialmente en áreas como atención al cliente, limpieza e infraestructura hotelera. Estos resultados indican una gran discrepancia entre las



expectativas de los huéspedes y la realidad del servicio que reciben, lo que sugiere la necesidad de una evaluación integral de la calidad del servicio hotelero en este contexto.

Por tanto, el modelo SERVQUAL desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) ha demostrado ser una herramienta adecuada para medir la calidad percibida del servicio en la industria hotelera. Este modelo, que ha sido ampliamente aceptado en investigaciones previas en contextos internacionales y latinoamericanos, evalúa cinco dimensiones principales: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Estos parámetros permiten analizar de forma integral la calidad del servicio, desde cosas tangibles, como la infraestructura, hasta cosas que tienen un impacto tangible, como la amabilidad del personal o la velocidad del servicio.

En el caso de Manta, el uso del modelo permitirá identificar áreas importantes de mejora, proporcionando así a los gerentes de hoteles un diagnóstico claro de la brecha entre las expectativas de los clientes y las percepciones del servicio. Es importante enfatizar que la calidad del servicio no sólo afecta la satisfacción inmediata de los turistas, sino que también afecta la imagen del destino y su capacidad para atraer y retener turistas a largo plazo. Como señalan Pérez y Cuenca (2023), en un estudio sobre competencia hotelera en el destino Ecuador, la calidad del servicio es el principal determinante de la elección del turista. En su investigación encontraron que los turistas internacionales prestan más atención a la calidad del servicio que al precio al elegir hoteles en Ecuador. Este hallazgo resalta la importancia de brindar un servicio de calidad, especialmente en mercados altamente competitivos como el turismo, donde la experiencia del cliente es clave para la credibilidad.



A pesar de la capacidad de los hoteles de tres y cuatro estrellas de Manta para brindar una experiencia de calidad, una investigación de Pérez y Cuenca (2023) muestra que el índice de satisfacción promedio de estos edificios es de 6,8 sobre 10, inferior al promedio nacional 7, 5 personas están presentes. Hoteles similares en otras ciudades turísticas como Quito y Guayaquil. Esta discrepancia puede atribuirse a una falta de capacitación y capacitación continua del personal, lo cual es importante para garantizar una atención adecuada y personalizada. Según el informe de la Cámara de Comercio de Turismo de Manabí (2024), solo el 30% de los empleados de hoteles de tres y cuatro estrellas de la región han recibido formación en atención al cliente en los últimos dos años, lo que puede explicar la falta de capacidad de respuesta y sensibilidad en el servicio. En este contexto, este estudio es saludado como un aporte importante al desarrollo del turismo sustentable en Manta. El uso del modelo SERVQUAL no sólo evalúa la calidad actual del servicio de los hoteles de tres y cuatro estrellas, sino que también sugiere estrategias de mejora que pueden ayudar a aumentar los niveles de satisfacción del cliente y con ello aumentar la competitividad de la región. El diagnóstico obtenido de este estudio proporcionará a los gestores hoteleros información clave para la toma de decisiones encaminadas a mejorar la formación de los empleados, mejorar los procesos de servicio y fortalecer las infraestructuras.

Con todo, la calidad del servicio de los hoteles de tres y cuatro estrellas en Manta no sólo determina la satisfacción del cliente, sino que también juega un papel clave para convertir el lugar en un referente para el turista nacional e internacional. El estudio presentado en este artículo se basa en el modelo SERVQUAL y tiene como objetivo proporcionar un análisis riguroso y detallado de la situación actual y proponer



recomendaciones prácticas que puedan ayudar a mejorar el turismo regional. A partir de esto, se espera que los hallazgos sirvan como base para futuras investigaciones en la industria hotelera y turística, y que los actores en el campo puedan realizar mejoras para satisfacer las necesidades de un mercado en crecimiento y ejecutar la capacidad de tener una determinada situación.

1. Justificación

Es importante la investigación sobre la calidad y servicio de los hoteles de 3 y 4 estrellas en el cantón Manta debido a su desarrollo del turismo en la región y su aporte a la economía nacional. La contribución de los hoteles en este ámbito juega un papel importante en la satisfacción del cliente, que es una parte relacionada con la confianza de los turistas. Es importante comprender la calidad de los servicios por este tipo de establecimientos para encontrar formas de mejora para el sector y garantizar el proceso continuo.

1.1 Justificación práctica

Desde una perspectiva práctica, el estudio ofrece herramientas a los gestores de hoteles y responsables del turismo en Manta para mejorar la experiencia del cliente, incrementando la satisfacción mediante el fortalecimiento de los servicios prestados. La aplicación del modelo SERVQUAL permitirá a los hoteleros detectar las brechas existentes entre las expectativas de los huéspedes y la calidad real de los servicios brindados, lo que puede influir positivamente en la competitividad de la región. Tal enfoque es vital para Manta, que es un destino emergente de turismo y requiere mantener altos estándares para atraer a más visitantes nacionales e internacionales.



1.2 Justificación teórica

Básicamente, la investigación se basa en el concepto de calidad del servicio, utilizando el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), que evalúa la calidad a través de cinco dimensiones principales: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La ubicación de hoteles de 3 y 4 estrellas en Manta permite el concepto de servicios hoteleros y cómo pueden cambiar para bien cada vez mejor en la situación del turismo que está creciendo.

1.3 Justificación metodológica

Metodológicamente, este estudio se basa en un enfoque cualitativo y cuantitativo, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, lo que se considera que es un enfoque mixto basadas en el modelo SERVQUAL. La recolección de datos permitirá medir de manera precisa las percepciones y expectativas de los clientes en relación con los servicios hoteleros que pueden ser utilizados para la toma de decisiones y la implementación de mejoras prácticas en la gestión hotelera.

1.4 Planteamiento del problema

La problemática principal de este estudio se centra en las expectativas de los turistas sobre la calidad de los servicios brindados por los hoteles de tres y cuatro estrellas del cantón Manta y que está construida basada en la información que los mismo hoteles brinda mediante sus redes sociales, páginas web u otros medios de información y que muchas veces contrasta de la realidad de los servicios ofertado versus los servicios ofrecidos cambiando la percepción de una manera significativa; debido a que



Manta es una zona de desarrollo turístico que enfrenta importantes problemas en términos de satisfacción del cliente. Si bien el turismo en el Ecuador está en auge, especialmente en zonas costeras como Manta, el establecimiento de hoteles de este nivel muestra inconsistencias en la calidad del servicio, lo que puede tener un impacto negativo en la imagen de la región y la competitividad de la industria.

Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (2023), el número de turistas nacionales e internacionales en Manta ha aumentado un 15% en los últimos dos años, consolidándose como uno de los principales destinos marítimos del país. Sin embargo, el Informe de Satisfacción Turística (2024) realizado por el Observatorio de Turismo del Ecuador mostró que el 40% de los turistas alojados en hoteles de tres y cuatro estrellas en Manta estaban insatisfechos con al menos uno de los servicios, especialmente en los aspectos relacionados con el cliente. Servicios, salud e infraestructuras. Estos datos indican una gran discrepancia entre las expectativas de los huéspedes y el servicio real brindado, lo que sugiere la necesidad de una evaluación integral de la calidad del servicio en estos hoteles. Además, el estudio de Pérez y Cuenca (2023) sobre la competencia hotelera de destino en Ecuador mostró que los turistas internacionales consideran la calidad del servicio como un factor prioritario a la hora de elegir un lugar para alojarse, incluso por encima de variables como el precio. Según la encuesta, los Hoteles 3 y 4 de Manta tienen un promedio de satisfacción de 6.8 sobre 10, inferior al promedio nacional, en comparación con el promedio de satisfacción de hoteles de la misma categoría en otras ciudades turísticas como Guayaquil y Quito. El grado es de 7,5 puntos. Esto muestra que, a pesar de los esfuerzos de la industria hotelera por mejorar, todavía existen debilidades estructurales que impactan la experiencia del cliente.



Uno de los principales problemas identificados fue la falta de capacitación continua del personal, lo que afecta la capacidad de respuesta y la empatía, que son dimensiones clave del modelo SERVQUAL. La Cámara de Turismo de Manabí (2024) reporta que solo el 30% del personal hotelero ha recibido capacitación específica en atención al cliente en los últimos dos años, lo que puede explicar la falta de percepción sobre la calidad del servicio entre los turistas. El panorama de esta problemática, sustentado en datos e investigaciones recientes, muestra la urgencia de implementar mejoras en la gestión hotelera de Manta, utilizando herramientas de diagnóstico como el modelo SERVQUAL para identificar y cerrar la brecha entre las expectativas de los clientes y la calidad de los servicios brindados. El desarrollo de estos temas no sólo puede mejorar la satisfacción del turista, sino también fortalecer la imagen del destino y promover el desarrollo sostenible del turismo en la región.

1.5 Formulación del problema

¿Cuál es la percepción de la calidad de los servicios en los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta, según el modelo SERVQUAL, y qué estrategias pueden implementarse para mejorarla?

1.5.1 Objeto de la investigación

El objeto de estudio de esta investigación es la calidad de los servicios en los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta, enfocándose en las expectativas y percepciones de los clientes.

1.5.2 Campo de acción

El campo de acción está delimitado a los hoteles de 3 y 4 estrellas en el cantón



Manta, evaluando la calidad de los servicios ofrecidos desde la perspectiva de los huéspedes utilizando el modelo SERVQUAL.

1.5.3 Variable independiente

La variable independiente es la calidad del servicio ofrecido por los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta.

1.5.4 Variable dependiente

La variable dependiente es la satisfacción del cliente, medida en términos de la percepción de la calidad de los servicios recibidos.

1.6 Objetivo general

Evaluar la calidad de los servicios en los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta mediante la aplicación del modelo SERVQUAL para proponer mejoras que incrementen la satisfacción del cliente.

1.6.1 Objetivos específicos

1. Identificar las expectativas de los clientes en relación con los servicios ofrecidos por los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta
2. Determinar las brechas de calidad entre las expectativas y percepciones de los clientes en los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta.
3. Evaluar las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio en los hoteles de esta categoría utilizando el modelo SERVQUAL.
4. Proponer estrategias de mejora basadas en los resultados obtenidos para incrementar la calidad y satisfacción del servicio.



1.7 Resultados y relevancia

Los resultados de este estudio revelan diversas deficiencias en la calidad del servicio en los Hoteles 3 y 4 de Manta, brindando información útil a los gerentes hoteleros y operadores turísticos. Identificar estas diferencias permitirá realizar algunos cambios en áreas clave que ayudarán a mejorar la satisfacción del cliente y aumentar la competitividad de los hoteles del Cantón Manta, incrementando así el turismo de la ciudad. Además, los hallazgos pueden generalizarse a otras localizaciones con características similares, proporcionando una referencia para futuras investigaciones sobre la calidad del empleo en el sector hotelero.

1.8 Estructura del trabajo

La estructura de este estudio comienza con una introducción que presenta los antecedentes del estudio, los problemas encontrados y la importancia de examinar la calidad del servicio en hoteles de tres y cuatro estrellas de la provincia de Manta. Luego, se presentan los objetivos y características generales de la investigación y sus efectos en el desarrollo económico regional. En el marco teórico se profundizó la teoría de la calidad del servicio, con especial énfasis en el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), el cual se basará en el estándar determinado en este estudio. Esta sección también revisa estudios previos que han utilizado este modelo en hoteles nacionales e internacionales y analiza las cinco dimensiones que mide: fiabilidad, tangibilidades, capacidad de respuesta, seguridad y Empatía.

El proceso describe la cuantificación del estudio en el que se utilizaron métodos



de investigación basados en SERVQUAL para recolectar datos sobre las necesidades y percepciones de los clientes de hoteles de 3 y 4 estrellas en Manta. Los temas que se analizan en detalle son las características de la muestra, los métodos de recopilación de datos y los métodos de análisis de datos utilizados para medir las diferencias entre las expectativas y percepciones del servicio hotelero. Luego, en la sección de resultados se presentan los datos obtenidos de la encuesta y se realiza un análisis estadístico que permite identificar los aspectos más importantes del desarrollo procesados en los programas de estas organizaciones.

En la discusión, se compararon los resultados con investigaciones anteriores y se evaluó las implicaciones de los hallazgos. Con base en las diferencias observadas, se sugiere a través del trabajo de investigación estrategias de mejora. Finalmente se concluye resumiendo las contribuciones del estudio y ofreciendo futuras direcciones de investigación, argumentando que el modelo SERVQUAL sigue siendo una herramienta importante para el análisis y la mejora de la calidad en la industria hotelera.

- Claves relacionados al servicio en los hoteles de Manta.
- Analizar los niveles de satisfacción de los clientes respecto a la calidad del servicio de los hoteles de tres y cuatro estrellas.

CAPÍTULO I

1 Marco teórico

La calidad de servicio en el sector hotelero es un factor clave para la satisfacción del cliente y el éxito comercial y explora los diferentes tipos de hoteles en Manta, analizar los indicadores de servicio, examina estrategias implementadas y presenta modelos de gestión de calidad utilizados.

Los hoteles de tres y cuatro estrellas representan una porción significativa del mercado turístico. Estos hoteles suelen diferenciarse en términos de servicios ofrecidos, nivel de confort y atención al cliente.

En el contexto actual, la calidad de los servicios hoteleros se ha convertido en un factor crucial para la satisfacción del cliente y la competitividad de los hoteles. Este marco teórico pretende analizar la calidad de los servicios de los hoteles de 3 y 4 estrellas en el cantón Manta, abordando aspectos como la medición de la calidad, las teorías relevantes y la importancia de la calidad en el sector hotelero.

1.1 Teoría de la gestión de la calidad total

La Teoría de la Gestión de la Calidad Total enfatiza la mejora continua de los procesos y la participación de todos los miembros de la organización en la satisfacción del cliente (Deming, 1986). Los principios claves incluyen enfoque al cliente, liderazgo, compromiso con el personal, enfoque basado en procesos y mejora continua.

En un enfoque organizacional que busca la mejora continua de productos, servicios y procesos para satisfacer o superar las expectativas del cliente. Se centra en el cliente, la participación de todos los empleados y la gestión basada en procesos.



Promueve la mejora constante y el trabajo en equipo para optimizar resultados. Su objetivo es crear una cultura de calidad en (Ishikawa, 1985).

1.2 Modelo de las expectativas del cliente

El presente modelo tiene como propósito fidelizar al cliente, se debe entender la valoración que el cliente hace de la tangibilidad del establecimiento, siendo el principal reto que enfrentan las organizaciones hoteleras. La evaluación del personal que presta el servicio y la percepción sobre el funcionamiento y su estructura (Guillermo Remigio, 2020). La calidad se percibe cuando la entrega del servicio se ajusta o sobrepasa las expectativas del cliente. Si la percepción supera o iguala las expectativas, el cliente quedará satisfecho; de lo contrario, estará insatisfecho. Este modelo es clave para gestionar la calidad, ya que guía a las organizaciones en la mejora de sus productos y servicios para generar fidelidad y confianza (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985).

1.2.1 Importancia de la calidad en servicios hoteleros

La importancia de la calidad percibida del servicio hotelero, Gallego (2002) plantea que se refiere a la satisfacción de los clientes al check in, durante la estadía, así como el check out, que salga con una actitud positiva, sintiendo lo que recibió es lo que él esperaba obtener antes de hospedarse, y además, que tenga la confianza de volver a tener un buen servicio. En la ciudad de Manta, donde la industria turística desempeña un papel crucial, mantener altos estándares de calidad puede diferenciar a un hotel de 3 o 4 estrellas del resto.



1.2.2 Evaluación de la calidad en servicios de hoteles del cantón

Manta

Para evaluar la calidad de los servicios en los hoteles de 3 y 4 estrellas en la ciudad de Manta, se pueden utilizar diversas técnicas y herramientas. Las evaluaciones pueden incluir encuestas a clientes, auditorías internas, análisis de encuestas de satisfacción y comentarios de plataformas online. La comparación con estándares internacionales y la revisión de literatura especializada ayudará a contextualizar los hallazgos y formular recomendaciones.

1.3 Tipos de hoteles

1.3.1 Hoteles tres y cuatro estrellas

Generalmente, los hoteles de tres estrellas ofrecen servicios básicos pero completos, como habitaciones cómodas, servicio de recepción 24 horas, restaurantes, y a menudo algunas instalaciones recreativas como piscinas y gimnasios básicos (Smith, 2019). La decoración y el mobiliario son funcionales, pero menos lujosos que en los hoteles de cuatro estrellas (Jones, 2018).

Un hotel de tres estrellas se caracteriza por ofrecer una combinación equilibrada de confort, servicio y conveniencia a un precio moderado. Estos hoteles están diseñados para atraer tanto a turistas como a viajeros de negocios que buscan una experiencia de calidad sin un costo excesivo (Travel Guide, 2020). Generalmente, los hoteles de tres estrellas se encuentran en ubicaciones accesibles, como centros urbanos, zonas comerciales y destinos turísticos populares (Davis, 2017).

Los hoteles de 3 y 4 estrellas se caracterizan por ofrecer un servicio de alojamiento



y gastronomía de calidad, con una amplia gama de instalaciones y servicios adicionales, como salas de reuniones, spas y servicios de entretenimiento. A medida que el turismo ha ido evolucionando, el Ministerio del Turismo, obtuvo la necesidad de crear reglamentos acordes a las necesidades de los establecimientos hoteleros.

Según el Ministerio del Turismo (2016) de acuerdo al reglamento de alojamiento turístico en el capítulo 3 de la clasificación y categorización de los establecimientos del Art. 13 menciona lo siguiente:

Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos. (p.10)

Esto especifica que los establecimientos hoteleros se clasifican por categorías de 1 a 5 estrellas, por su infraestructura, calidad de servicio y equipamiento. Estos hoteles se dirigen a un público más amplio que busca comodidad y servicio sin llegar a ser de lujo (Star Ratings, 2022).

1.3.2 Características

La infraestructura y diseño de un hotel son clave para garantizar una estadía cómoda y agradable. Las habitaciones destacan por ser limpias, funcionales y acogedoras, con camas cómodas, escritorio, armario, televisión e internet. Los baños privados ofrecen lo esencial: ducha o bañera, artículos de tocador, toallas y secador de pelo. Además, las zonas comunes, como el vestíbulo o las salas de reuniones, están diseñadas para brindar espacios agradables y bien cuidados que complementan la experiencia del huésped.



- **Infraestructura y Diseño**
- **Habitaciones.** - Habitaciones limpias y bien mantenidas con una decoración funcional y acogedora. Suelen contar con cama cómoda, escritorio, armario, televisión, teléfono y acceso a internet.
- **Baños.** - Baños privados equipados con ducha o bañera, artículos de tocador básicos, toallas y secador de pelo.
- **Zonas Comunes.** - Áreas comunes bien mantenidas como el vestíbulo, salón de recepción y, en algunos casos, salas de conferencias y reuniones.

1.3.3 Servicios básicos

Los servicios de un hotel están diseñados para cubrir las necesidades de los huéspedes en todo momento. La recepción 24 horas asegura atención continua, mientras que el restaurante y bar ofrecen opciones gastronómicas variadas. La limpieza diaria garantiza espacios impecables, y el servicio a la habitación brinda comodidad adicional. Por último, la conserjería se encarga de proporcionar asistencia personalizada, como reservas e información turística, para mejorar la experiencia del viajero.

- **Recepción 24 horas.** - Personal disponible para atender a los huéspedes en cualquier momento.
- **Restaurante y Bar.** - Servicios de restauración que pueden incluir desayuno buffet, almuerzos y cenas. Algunos hoteles pueden tener un bar o cafetería.
- **Limpieza Diaria.** - Servicio de limpieza diaria en las habitaciones y áreas comunes.
- **Servicio a la Habitación.** - Disponible en horarios específicos, ofreciendo



comidas y bebidas.

- Conserjería. - Asistencia con reservás, información turística y otros servicios personalizados.

1.3.4 Comodidades y equipamientos

Los hoteles ofrecen comodidades pensadas para el confort y entretenimiento de los huéspedes. El acceso a internet gratuito asegura conexión en todo momento, mientras que los sistemas de aire acondicionado y calefacción garantizan una temperatura agradable en cualquier época del año. Además, la televisión por cable o satélite brinda una amplia variedad de opciones de entretenimiento para disfrutar durante la estancia.

- Acceso a Internet. - Wi-Fi gratuito en las habitaciones y áreas comunes.
- Aire Acondicionado y Calefacción. - Sistemas de control de temperatura para el confort de los huéspedes.
- Televisión por Cable o Satélite. -Amplia selección de canales de entretenimiento.

1.3.5 Instalaciones adicionales

Algunos hoteles ofrecen servicios adicionales para complementar la experiencia de los huéspedes. Las instalaciones como gimnasio, piscina o spa brindan opciones para relajarse o mantenerse activo. El estacionamiento facilita la llegada en vehículo propio, aunque en algunos casos puede tener un costo extra. Por último, el centro de negocios está pensado para quienes necesitan trabajar, con acceso a computadoras, impresoras y salas de reuniones.



- Gimnasio y Piscina. - Algunos hoteles de tres estrellas pueden ofrecer instalaciones recreativas como gimnasio, piscina o spa.
- Estacionamiento. - Espacios de estacionamiento para huéspedes, a veces con un costo adicional.
- Centro de Negocios. - Instalaciones para negocios con acceso a computadoras, impresoras y salas de reuniones.

1.3.6 Principales condicionantes

La calidad y la percepción del servicio en un hotel de tres estrellas están influenciadas por varios factores clave. La ubicación juega un papel fundamental, ya que los huéspedes valoran la proximidad a puntos de interés, estaciones de transporte y zonas comerciales. Además, contar con un personal capacitado, que sea amable, eficiente y profesional, es crucial para brindar una experiencia positiva que deje una impresión duradera en los visitantes. Estos elementos combinados pueden marcar la diferencia en la satisfacción del cliente y la reputación del hotel. (Monsalve Castro & Hernández Rueda, 2015)

- Los principales factores que condicionan la calidad y la percepción del servicio en un hotel de tres estrellas incluyen:
 - Ubicación. - Proximidad a lugares de interés, centros de transporte y áreas comerciales.
 - Personal Capacitado. - Amabilidad, eficiencia y profesionalismo del personal.



1.3.7 Servicios brindados

La limpieza y el mantenimiento son pilares esenciales en la experiencia de los huéspedes en un hotel. La limpieza diaria de habitaciones y áreas comunes garantiza espacios cómodos y acogedores, mientras que servicios como lavandería y planchado, generalmente ofrecidos con un costo adicional, añaden un toque de conveniencia para quienes buscan una estadía sin preocupaciones. Estos detalles reflejan el compromiso del hotel con la comodidad y el bien.

1.3.8 Limpieza y Mantenimiento

- Limpieza diaria de habitaciones y áreas comunes.
- Servicio de lavandería y planchado, normalmente con costo adicional.

1.4 Ejemplos de hoteles de tres estrellas

De acuerdo con el catastro del GAD Municipal de Manta la información brindada dedicada a reseñas, reservaciones, guía e información de hoteles nacionales de todo el país, brinda esta información acerca de los hoteles de Manta.



HOTEL	NOMBRE	DESCRIPCION
	HOTEL VISTALMAR	Se encuentra en Manta, a 600 metros de la playa Murciélago. Calle M1 y Av. 24 Barrio el Murciélago
	HOTEL LOS ALMENDROS	Ubicado en la Calle 17 Avenida 22, Manta, Ecuador, el Hotel Los Almendros se encuentra a 7 minutos a pie de Playa Murciélago
	HOTEL PERLA SPONDYLUS	Ubicado en la Avenida 3 y Calle 15, Manta, Ecuador, a solo 500 metros de la playa de El Murciélago y del Museo Cultural de Manta.
	HOTEL MAR AZUL	Ubicado en la Avenida Flavio Reyes y Calle 22, detrás del Mall del Pacífico, cuenta con una terraza y se halla a 5 minutos a pie de varios restaurantes y bares.
	HOTEL VOYAGER	Ubicado en Calle 24 Esquina Avenida M2, Manta. Hay opciones buffet o continentales de desayuno disponibles cada mañana en el alojamiento
	HOTEL BUCANEIRO	Ubicado en el Barrio Umiña, Avenida Flavio Reyes calle 29, frente a Edificio Platinum, el Hotel Bucaneiro se encuentra a 850 metros de la playa de Barbasquillo



	MANTA AIRPORT HOTEL	Ubicado en Vía al Palmar, Airport Hotel se encuentra a 7,4 km de Puerto de Manta. El aeropuerto más cercano (Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro) está a 1 km.
---	----------------------------	---

Tabla 1. Detalles de hoteles de 3 estrellas

Elaboración propia

1.5 Ejemplo de hoteles de cuatro estrellas

Representa un nivel superior de comodidad y servicios en comparación con los hoteles de menor categoría. Estos establecimientos están diseñados para ofrecer una experiencia de lujo moderado y atención personalizada, con un enfoque en la satisfacción del cliente. Se dirigen tanto a turistas como a viajeros de negocios que buscan un servicio de alta calidad, sin alcanzar el nivel de exclusividad de los hoteles de cinco estrellas (Jones & Wilson, 2019).

HOTEL	NOMBRE	DESCRIPCION
	AQUAMARINA HOTEL	Situado en el Sector El Palmar, Vía Manta Rocafuerte (junto al nuevo Terminal Terrestre). El aeropuerto más cercano (Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro) está a 2 km.
	HOTEL BALANDRA	Ubicado en la calle 7 y av. 20, Hotel Balandra está en Manta, a 3 min a pie de Playa Murciélagos. El aeropuerto (Aeropuerto internacional Eloy Alfaro) está a 5 km.



	HOTEL MANTAHOST	El MantaHost Hotel está situado frente al océano, a solo 4 km de la ciudad de Manta. El restaurante del hotel sirve un desayuno buffet diario y platos regionales e internacionales para la cena
	HOTEL BARBASQUILLO	Ubicado en Calle Barbasquillo 2 y Flavio Reyes Redondel, Manta. El alojamiento se encuentra a un agradable paseo del Restaurante Martinica y sirve comida exquisita
	HOTEL POSEIDON	Situado en el Km 1.5 Vía Barbasquillo. El Hotel Poseidón está muy bien situado en Manta, a unos pasos de la playa.
	HOTEL ORO VERDE	Situado en Malecón Y Calle 23, Manta. El Hotel Oro Verde goza de una ubicación ideal frente al océano Pacífico y frente al centro comercial Mall del Pacífico

Tabla 2. Detalles de hoteles de 4 estrellas

Elaboración propia



CAPÍTULO II

2. Diseño metodológico

Analizar la calidad de los servicios en los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta, utilizando el modelo SERVQUAL como herramienta de evaluación. Este capítulo presenta el diseño metodológico que fundamenta el desarrollo de esta investigación, orientado a garantizar la rigurosidad científica y la coherencia con los objetivos planteados. Este apartado detalla el enfoque metodológico seleccionado, los métodos, las técnicas y los instrumentos empleados para la recolección y análisis de datos. La elección del diseño responde a la naturaleza de la investigación, que busca evaluar la percepción de la calidad del servicio en los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta, integrando aspectos cualitativos y para ofrecer una visión holística del fenómeno estudiado. De esta manera, se pretende proporcionar resultados fiables y válidos que contribuyan a identificar fortalezas y áreas de mejora en el servicio hotelero, promoviendo un impacto positivo en la competitividad del sector turístico local.

2.1 Enfoque Metodológico

La presente investigación adopta un enfoque cuantitativo, ya que busca medir objetivamente la percepción de la calidad del servicio por parte de los clientes de los hoteles de 3 y 4 estrellas en el cantón Manta. El enfoque cualitativo es ideal para investigar la satisfacción de los huéspedes. Identificar oportunidades de mejoras (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). En este caso, se aplicará el modelo SERVQUAL para medir las percepciones de los clientes en relación con la calidad del



servicio, lo que permitirá comparar las expectativas y la realidad en cuanto a tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

2.2 Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se llevará a cabo es descriptivo y correlacional. Según Sampieri, Collado y Lucio (2014), la investigación descriptiva permite analizar y describir las características de un fenómeno en particular, en este caso, la calidad del servicio en los hoteles de Manta. Asimismo, el estudio será correlacional, ya que busca identificar la relación entre la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Este enfoque es adecuado para evaluar las dimensiones del modelo SERVQUAL y su relación con el nivel de satisfacción del cliente.

2.3 Población y Muestra

La población de este estudio está conformada por los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta, que según el catastro del GAD Municipal (2023), asciende a un total de 13 hoteles. Dado que el tamaño de la población es pequeño, se analizará la totalidad de la población debido al tamaño reducido del universo de estudio.

Para llevar a cabo la investigación sobre la calidad de los servicios en los hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta, los instrumentos de recolección de datos se aplicarán a un grupo de interés principal: los huéspedes.

Este grupo desempeña un papel clave en la evaluación de la calidad del servicio, ya que los huéspedes perciben y experimentan el servicio brindado.

2.4 Gerentes

Se realizó una entrevista previa a los gerentes de los 13 Hoteles 3 y 4 estrellas



de acuerdo al catastro del Gad Municipal de Manta, en donde se le realizarán 10 preguntas abiertas relacionadas con las cinco dimensiones en cuanto:

- Condiciones de las instalaciones de las habitaciones
- Atención y servicio personalizado check-in/check-out, servicio a la habitación
- Tiempo de respuesta el servicio
- Acompañamiento y disponibilidad del personal durante la estadía
- Atención personalizada durante la estadía
- Condiciones de las instalaciones de las áreas comunes ofertadas
- Servicio a la habitación
- Tiempo de respuesta del requerimiento
- Formación profesional del personal
- Atención personalizada después de la estadía

2.5 Huéspedes

Los huéspedes son el principal grupo de interés, ya que su percepción sobre la calidad del servicio será evaluada mediante el modelo SERVQUAL. La cantidad de huéspedes a encuestar debe ser representativa del flujo de clientes en los hoteles de la muestra.

Dado que el objetivo es analizar la calidad del servicio en 13 hoteles de 3 y 4 estrellas en Manta, se estimará que en promedio cada hotel recibe alrededor de 50 huéspedes durante una semana. De esta forma, considerando los 13 hoteles, la



población estimada de huéspedes en una semana sería de 650 huéspedes.

Se aplicará nuevamente la fórmula para la selección de una muestra de una población finita:

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

Donde:

- **N** = población estimada de huéspedes (650).
- **Z** = valor de la distribución normal estándar asociado al nivel de confianza (1.96 para un nivel de confianza del 95%).
- **p** = probabilidad de ocurrencia del evento (0.5).
- **q** = probabilidad de no ocurrencia (0.5).
- **e** = margen de error permitido (5%).

$$\frac{650 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05) \times (650 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$\frac{650 \times 3.8416 \times 0.25}{0.0025 \times 649 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$\frac{650 \times 0.9604}{25} = 624.26$$

241.69

1.6225+ 0.9604

2.5829

Redondeando, se encuestarán aproximadamente 242 huéspedes de los 13 hoteles.

2.6 Personal del Hotel

El personal del hotel también jugará un rol clave en la investigación, ya que su percepción sobre la calidad del servicio que ofrecen y las condiciones de trabajo también es fundamental para entender la relación entre la oferta y la percepción de los clientes. En promedio, cada hotel de 3 y 4 estrellas en Manta puede contar con un equipo de trabajo de alrededor de 30 empleados. Esto llevaría a un total aproximado de 390 empleados en los 13 hoteles.

- **Gerentes:** 13 entrevistas aplicadas de los 13 hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta.
- **Huéspedes:** 242 encuestas aplicadas.

Estas encuestas estarán diseñadas para evaluar las percepciones sobre la calidad de los servicios ofrecidos en los hoteles, utilizando el modelo SERVQUAL en el caso de los huéspedes.

2.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Se utilizarán entrevistas y encuestas, técnicas directas para la recopilación de datos. La encuesta se presentará a los huéspedes y al personal seleccionado del hotel. Y las entrevistas con preguntas abiertas serán aplicadas a los gerentes y / o encargados. Se realizará una encuesta basada en el modelo SERVQUAL con los huéspedes,



evaluando las cinco dimensiones de la calidad del servicio: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988).

El cuestionario consta de preguntas cerradas con una escala Likert de 5 puntos en la que los encuestados califican su nivel de satisfacción con cada categoría de servicio. Para Sampieri et al. (2014), la encuesta mediante escalas Likert es útil para medir el sentido del humor como calidad percibida.

Las entrevistas a los gerentes permitirán establecer la línea base en donde se forma la percepción de los cliente en virtud de la información brindada de manera directa o a través de sus canales de promoción.

Además, se realizará una inspección directa del hotel para asegurar la calidad de los servicios como la limpieza, el estado del edificio y la presentación del personal.

2.7.1 Proceso de Validación de los Instrumentos

Los instrumentos serán validados a través de un juicio de expertos y una prueba piloto en un hotel no perteneciente a la muestra. Según Hernández et al. (2014), la validez de contenido es esencial para asegurar que los instrumentos de medición evalúan adecuadamente las dimensiones de interés. El juicio de expertos asegurará que las preguntas reflejen de manera fiel las dimensiones de la calidad del servicio, mientras que la prueba piloto permitirá detectar y corregir cualquier deficiencia antes de aplicar las encuestas de manera definitiva.

2.8 Análisis de los Datos

El análisis de los datos se realizará mediante Excel, que me permitirá calcular promedios, y realizar análisis de porcentaje de respuesta de cada encuestado entre las

dimensiones del modelo SERVQUAL y la satisfacción del cliente. Según Hair et al. (2019), el análisis estadístico es crucial para establecer relaciones significativas entre las variables, en este caso, entre la calidad percibida y la satisfacción de los clientes.

2.9 Limitaciones del Estudio

Una de las principales limitaciones del estudio es que se centra únicamente en los hoteles de 3 y 4 estrellas de Manta, lo que puede limitar la generalización de los resultados a otros contextos geográficos o categorías de hoteles. Además, las percepciones de los clientes pueden verse influenciadas por factores externos como la temporada turística o las preferencias individuales.

CAPÍTULO III

3. Resultado y discusión

Dado que existen diferencias en funciones principales como atención al cliente, servicios de limpieza y servicios adicionales, esta investigación intenta identificar las principales causas de estos conflictos a través de la observación y el análisis.

Al tabular la información se obtuvo que los gerentes o encargados respondían que tienen el 100 % de los servicios ofertados y que fueron caracterizado con 10 indicadores que a su vez respondían a las preguntas, datos que fue contrastado con lo ofertado en sus páginas web y redes sociales de acuerdo por lo manifestados por ellos.

Se analizaron indicadores clave y la satisfacción de los huéspedes para medir la

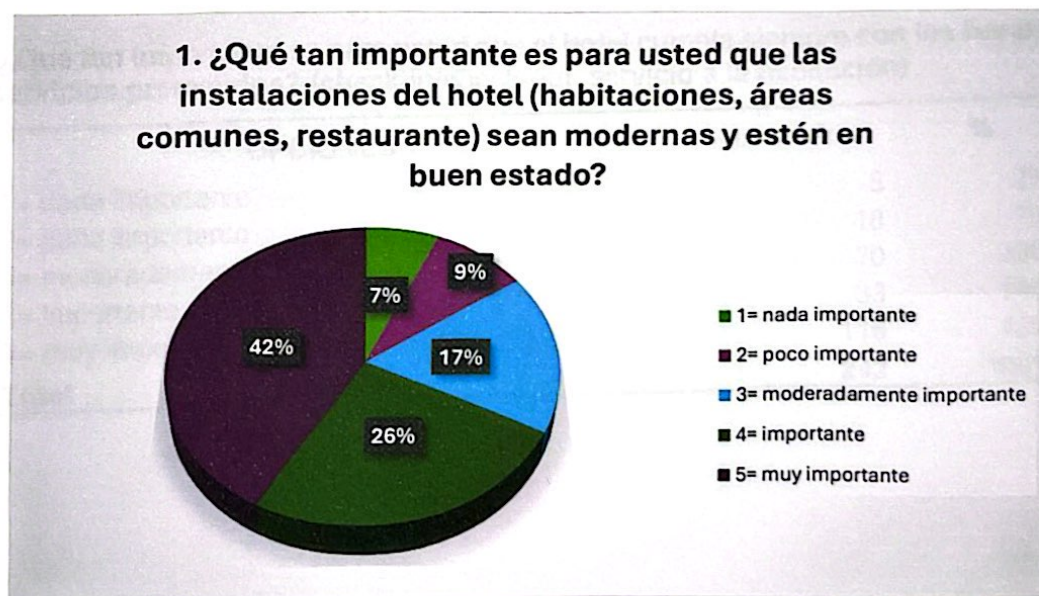


calidad del servicio y sugerir ideas para mejorar el modelo actual. Con base en los resultados obtenidos se realizaron recomendaciones de mejora con el fin de garantizar la mejor experiencia del cliente y aumentar la competitividad turística de Manta.

Los datos recopilados para solucionar el problema de este tema se obtendrán a través de investigaciones con el fin de obtener información detallada y conclusiones para aclarar el contenido de la investigación con los servicios y actividades anteriores y ampliados que ofrece el hotel a sus huéspedes.

1. ¿Qué tan importante es para usted que las instalaciones del hotel (habitaciones, áreas comunes, restaurante) sean modernas y estén en buen estado?

OPCIONES	# Encuestados	%
1= Nada importante	16	7%
2= Poco importante	21	9%
3= Moderadamente importante	42	17%
4= Importante	62	26%
5= Muy importante	101	42%
Total	242	100%





Descripción del Gráfico:

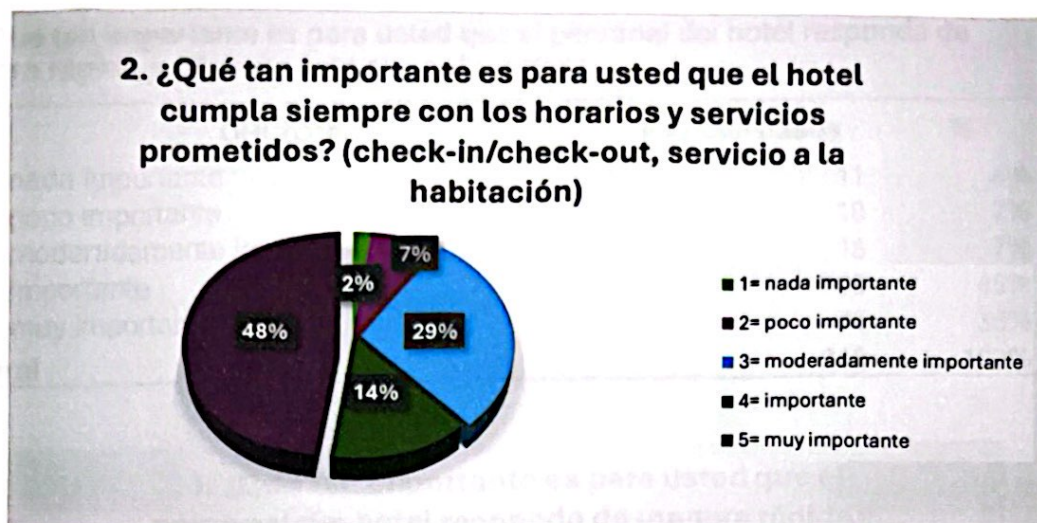
La encuesta pregunta a los huéspedes si las áreas comunes deben de ser modernas. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada importante" hasta "muy importante".

- Nada importante: 16 respuestas (7%)
- Poco importante: 21 respuestas (9%)
- Moderadamente importante: 42 respuestas (17%)
- Importante: 62 respuestas (26%)
- Muy importante: 101 respuestas (42%)

La limpieza y la presentación de las instalaciones son aspectos esenciales para la percepción de calidad en los hoteles. Según los resultados, aunque un porcentaje significativo de los huéspedes considera que las instalaciones están limpias, una parte crítica indica que la presentación podría mejorar. Esto sugiere que, aunque se cumplen estándares básicos de limpieza, el aspecto visual o estético de las instalaciones no cumple completamente con las expectativas de los clientes.

2. ¿Qué tan importante es para usted que el hotel cumpla siempre con los horarios y servicios prometidos? (check-in/check-out, servicio a la habitación)

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nada importante	5	2%
2= poco importante	18	7%
3= moderadamente importante	70	29%
4= importante	33	14%
5= muy importante	116	48%
Total	242	100%



Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes es correcto que se cumpla con los horarios de servicios. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada importante" hasta "muy importante".

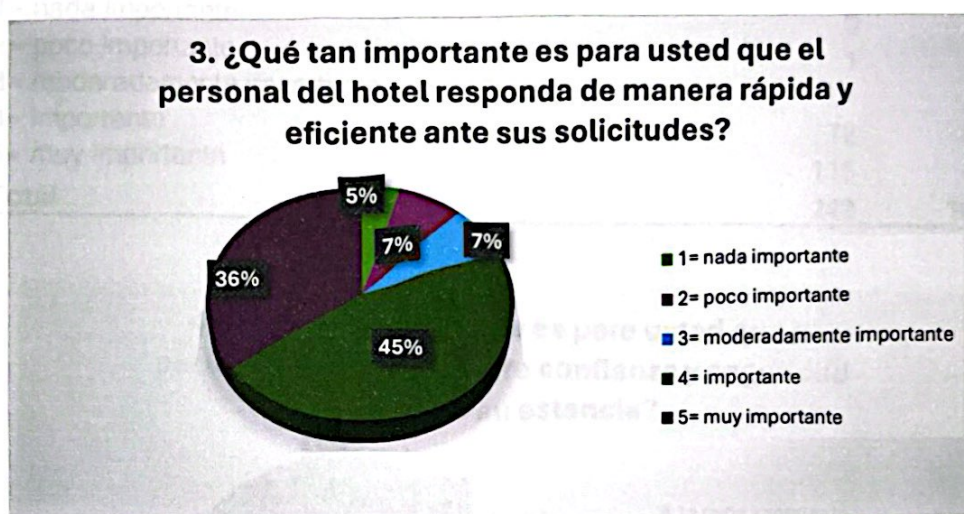
- Nada importante: 5 respuestas (2%)
- Poco importante: 18 respuestas (7%)
- Moderadamente importante: 70 respuestas (29%)
- Importante: 33 respuestas (14%)
- Muy importante: 116 respuestas (48%)

Los resultados muestran que una mayoría de los huéspedes consideran al personal cortés, pero un porcentaje menor reporta interacciones excepcionales. Esto indica que la cortesía se percibe como adecuada, pero no destacable. Los estándares básicos de atención se cumplen, aunque no siempre superan las expectativas del cliente.



3. ¿Qué tan importante es para usted que el personal del hotel responda de manera rápida y eficiente ante sus solicitudes?

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nada importante	11	5%
2= poco importante	18	7%
3= moderadamente importante	18	7%
4= importante	109	45%
5= muy importante	86	36%
Total	242	100%



Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes es correcto que se cumpla con una respuesta eficiente. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada importante" hasta "muy importante".

Descripción del Gráfico:

- Nada importante: 11 respuestas (5%)
- Poco importante: 18 respuestas (7%)
- Moderadamente importante: 18 respuestas (7%)
- importante: 109 respuestas (45%)
- Muy importante: 86 respuestas (36%)



Un porcentaje notable de huéspedes indicó que los servicios ofrecidos cumplieron con lo prometido, aunque algunos señalaron retrasos o incumplimientos menores. Esto refleja que los procesos operativos son efectivos, pero presentan áreas de mejora en cuanto a consistencia.

4. ¿Qué tan importante es para usted que el personal del hotel inspire confianza y seguridad durante su estancia?

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nada importante	0	0%
2= poco importante	1	0%
3= moderadamente importante	54	22%
4= importante	72	30%
5= muy importante	115	48%
Total	242	100%



Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes es correcto que el personal inspire confianza y seguridad. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada importante" hasta "muy importante".

- Nada importante: 0 respuestas (0%)

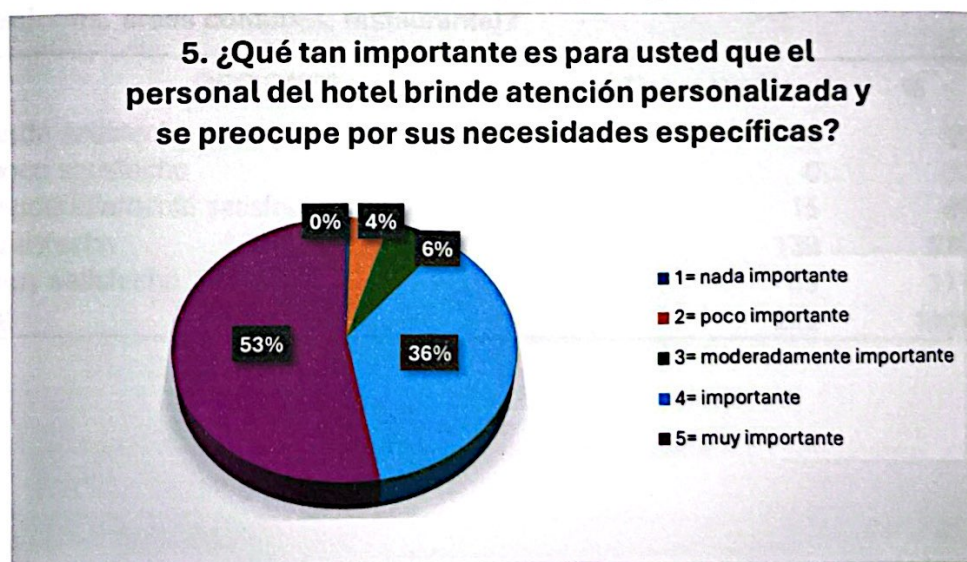


- Poco importante: 0 respuestas (0%)
- Moderadamente importante: 54 respuestas (22%)
- importante: 72 respuestas (30%)
- Muy importante: 115 respuestas (48%)

Los huéspedes perciben un desempeño adecuado en la resolución de problemas, pero un número significativo considera que los tiempos de respuesta son prolongados o las soluciones ofrecidas no son satisfactorias. Esto podría deberse a una falta de protocolos claros o capacitación insuficiente en resolución de conflictos.

5. ¿Qué tan importante es para usted que el personal del hotel brinde atención personalizada y se preocupe por sus necesidades específicas?

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nada importante	1	0%
2= poco importante	10	4%
3= moderadamente importante	15	6%
4= importante	88	36%
5= muy importante	128	53%
Total	242	100%





Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes es correcto que el personal brinde una atención personalizada. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada importante" hasta "muy importante".

- Nada importante: 1 respuestas (0%)
- Poco importante: 10 respuestas (4%)
- Moderadamente importante: 15 respuestas (6%)
- importante: 88 respuestas (36%)
- Muy importante: 128 respuestas (53%)

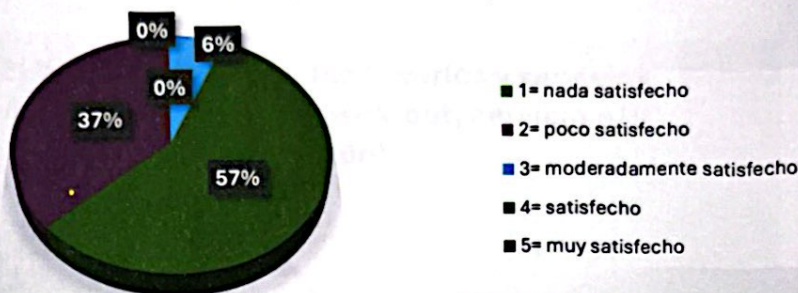
Los resultados muestran que la comunicación es generalmente clara, aunque algunos huéspedes experimentaron malentendidos o falta de información oportuna. Esto podría estar relacionado con deficiencias en la capacitación del personal o en los sistemas de información.

6. ¿Qué tan satisfecho estuvo con el estado de las instalaciones del hotel (habitaciones, áreas comunes, restaurante)?

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nada satisfecho	0	0%
2= poco satisfecho	0	0%
3= moderadamente satisfecho	15	6%
4= satisfecho	138	57%
5= muy satisfecho	89	37%
Total	242	100%



6. ¿Qué tan satisfecho estuvo con el estado de las instalaciones del hotel (habitaciones, áreas comunes, restaurante)?



Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes que tan satisfechos están con el estado de las instalaciones. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada satisfecho" hasta "muy satisfecho".

- Nada satisfecho: 0 respuestas (0%)
- Poco satisfecho: 0 respuestas (0%)
- Moderadamente satisfecho: 15 respuestas (6%)
- Satisfecho: 138 respuestas (57%)
- Muy satisfecho: 89 respuestas (37%)

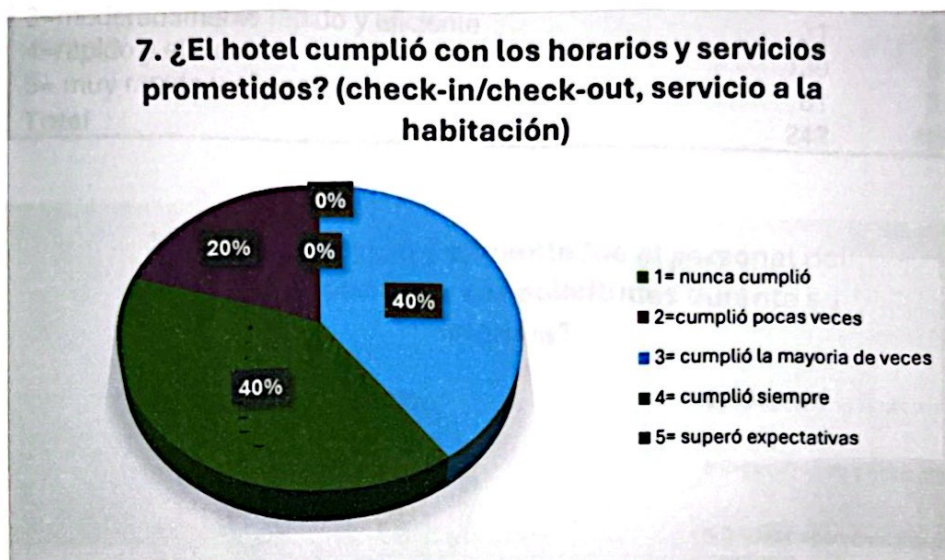
Aunque una mayoría de los huéspedes considera que las áreas comunes son cómodas, un porcentaje significativo encuentra que podrían ser más funcionales o modernas. Este resultado sugiere que las áreas comunes necesitan mejoras en su diseño o equipamiento.

7. ¿El hotel cumplió con los horarios y servicios prometidos? (check-in/check-out, servicio a la habitación).

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nunca cumplió	0	0%
2=cumplió pocas veces	0	0%



3= cumplió la mayoría de veces	97	40%
4= cumplió siempre	97	40%
5= superó expectativas	48	20%
Total	242	100%



Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes que si cumplido con los horarios y servicios prometidos. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nunca cumplió " hasta "supero expectativas

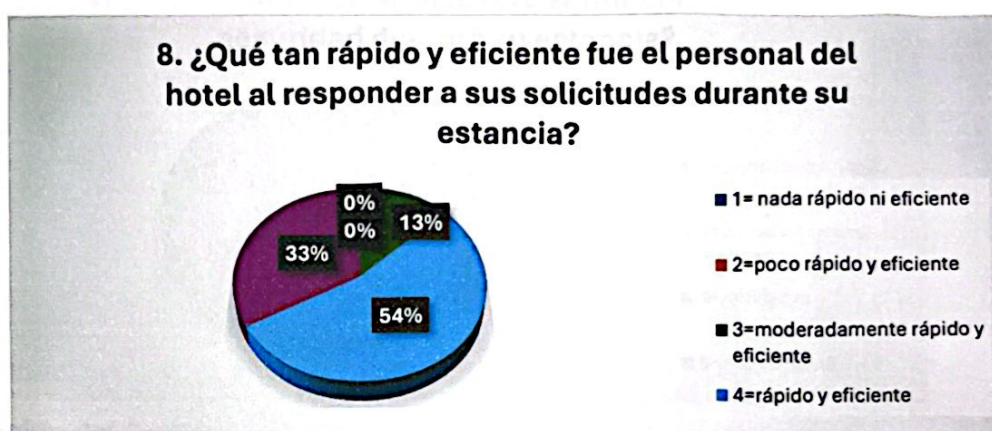
- Nunca cumplió: 0 respuestas (0%)
- Cumplió pocas veces: 0 respuestas (0%)
- Cumplió la mayoría de veces: 97 respuestas (40%)
- Cumplió siempre: 97 respuestas (40%)
- Supero expectativas: 48 respuestas (20%)

Los huéspedes reportaron tiempos de respuesta aceptables, pero una proporción significativa indica que los tiempos no fueron óptimos. Esto podría reflejar problemas en la gestión operativa o falta de personal en momentos de alta demanda.



8. ¿Qué tan rápido y eficiente fue el personal del hotel al responder a sus solicitudes durante su estancia?

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nada rápido ni eficiente	0	0%
2=poco rápido y eficiente	0	0%
3=moderadamente rápido y eficiente	31	13%
4=rápido y eficiente	130	54%
5= muy rápido y eficiente	81	33%
Total	242	100%



Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes que si el personal fue rápido y eficiente. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada rápido ni eficiente" hasta "muy rápido y eficiente".

- Nada rápido ni eficiente: 0 respuestas (0%)
- Poco rápido y eficiente: 0 respuestas (0%)
- Moderadamente rápido y eficiente: 31 respuestas (13%)
- Muy rápido y eficiente: 81 respuestas (33%)
- Rápido y eficiente: 130 respuestas (54%)

La percepción de seguridad es alta, aunque algunos huéspedes manifestaron preocupaciones menores, probablemente relacionadas con la seguridad en áreas comunes o la falta de controles visibles. Esto indica que, aunque no hay problemas graves, existe margen para mejorar la confianza de los clientes.



9. ¿El personal del hotel le hizo sentir confianza y seguridad durante su estancia?

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nada de confianza	0	0%
2= poco de confianza	0	0%
3= moderadamente de confianza	136	56%
4= confianza	58	24%
5= mucha confianza	48	20%
Total	242	100%



Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes que si el personal fue rápido y eficiente. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada de confianza" hasta "mucha confianza".

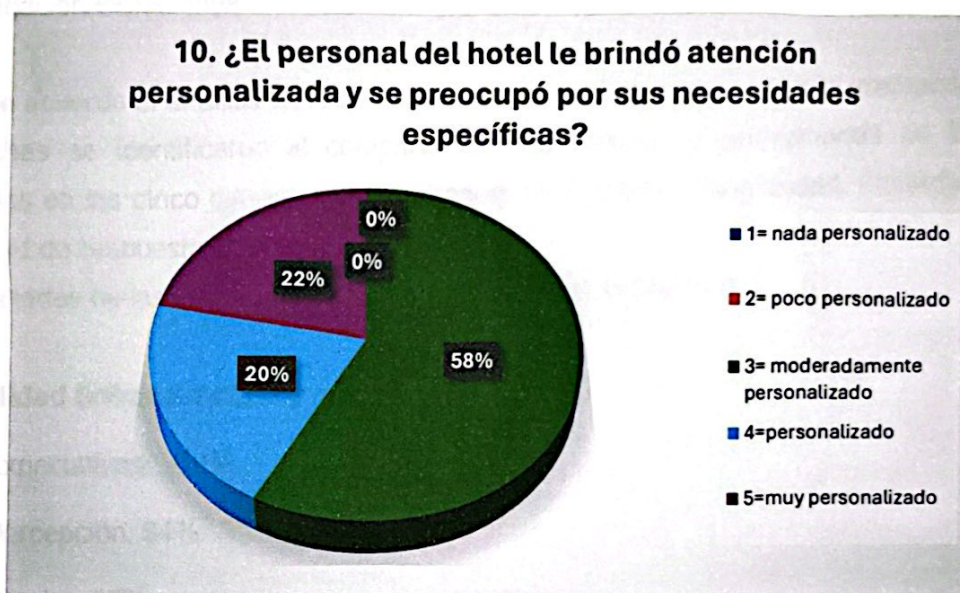
- Nada de confianza: 0 respuestas (0%)
- Poca confianza: 0 respuestas (0%)
- Moderadamente de confianza: 136 respuestas (56%)
- Confianza: 58 respuestas (24%)
- Mucha confianza: 48 respuestas (20%)

Los huéspedes tienen opiniones divididas sobre la relación calidad-precio, lo que podría estar relacionado con percepciones individuales de valor o inconsistencias en la experiencia ofrecida. Esto es un indicador de que las tarifas deben reflejar más claramente los beneficios tangibles e intangibles.



10. ¿El personal del hotel le brindó atención personalizada y se preocupó por sus necesidades específicas?

OPCIONES	# Encuestados	%
1= nada personalizado	0	0%
2= poco personalizado	0	0%
3= moderadamente personalizado	140	58%
4=personalizado	49	20%
5=muy personalizado	53	22%
Total	242	100%



Descripción del Gráfico:

La encuesta pregunta a los huéspedes si el personal del hotel les brindó atención personalizada y se preocupó por sus necesidades específicas. Los resultados se presentan en una tabla y en un gráfico de pastel. Las opciones de respuesta van desde "nada personalizado" hasta "muy personalizado".

- Nada personalizado: 0 respuestas (0%)

- Poco personalizado: 0 respuestas (0%)
- Moderadamente personalizado: 140 respuestas (58%)
- Personalizado: 49 respuestas (20%)
- Muy personalizado: 53 respuestas (22%)

Un porcentaje considerable de los huéspedes indicó que recomendarían el hotel, pero una proporción menor expresó dudas, principalmente debido a las áreas de mejora identificadas en preguntas anteriores. Esto sugiere que, aunque la experiencia es positiva, no siempre es lo suficientemente destacable como para generar una recomendación espontánea

De acuerdo al análisis del documento de las encuestas y entrevistas realizadas, las brechas se identificaron al comparar las expectativas y percepciones de los huéspedes en las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Los resultados de las encuestas indicaron las siguientes tendencias:

Tangibilidad (infraestructura y equipamiento):

- Expectativas: 100%
- Percepción: 84%
- Brecha: 16%

Aunque la mayoría de los huéspedes se sienten satisfecho con la infraestructura, un 16% no cumplen con sus expectativas.

Fiabilidad (cumplimiento de horarios y servicios):

- Expectativas: 100%.
- Percepción: 58%.
- Brecha: 42%.



Solo el 58% de los huéspedes consideran que, si cumplen con lo prometido, lo que indica que hay falta de puntualidad y en calidad del servicio ofertado.

Capacidad de respuesta (eficiencia del personal)

- Expectativas: 100%.
- Percepción: 84%.
- Brecha: 16%.

La mayoría de los huéspedes consideran que el personal del hotel responde de manera rápida y eficiente, pero aún así existe casos de demora en la atención.

Seguridad (confianza y profesionalismo del personal):

- Expectativas: 100%.
- Percepción: 76%.
- Brecha: 24%.

El 24% de los huéspedes no consideran suficiente confianza y profesionalismo por parte del personal hotelero.

Empatía (atención personalizada):

- Expectativas: 100%.
- Percepción: 80%.
- Brecha: 20%.

La mayoría de los huéspedes consideran una atención adecuada, sin embargo, un 20% opina que el servicio carece de personalización.



3.1 Matriz de Resultados

Dimensión	Expectativa (%)	Percepción (%)	Brecha (%)	Descripción
Tangibilidad	100	84	-16	Aunque las brechas de calidad son relativamente pequeñas, los huéspedes indica que se cumple con la expectativa, sin embargo, hay oportunidades de mejorar.
Fiabilidad	100	58	-42	Existe una diferencia en lo que el huésped espera y lo que realmente experimenta, no superan las expectativas, esto sugiere mejorar el servicio para mantener la confianza del cliente.
Capacidad de respuesta	100	84	-16	La mayoría de los huéspedes perciben una atención rápida, sin embargo, existen casos de demoras.
Seguridad	100	76	-24	Hay diferencia notable entre lo que el cliente espera en términos de seguridad, considera la falta de profesionalismo, ya que no se sienten confiados en el Servicio.
Empatía	100	80	-20	Existe una brecha moderada, sin embargo, los huéspedes indican que se necesita mejorar la personalización del servicio para brindar una mejor experiencia.

Tabla 3. Matriz de resultados

Elaboración propia

3.1.1 Explicación del Contenido en Términos de Investigación

Tangibilidad: Los huéspedes consideran que las instalaciones son adecuadas, pero completamente modernas. Esto sugiere necesidad de mejoras en infraestructura para cumplir con estándares más modernos y atractivos.

Fiabilidad: Aunque hay una brecha significativa, entre los que huésped espera y lo que realmente experimenta en los cumplimientos de los horarios y servicios. superar expectativas es un desafío. Es necesario trabajar en detalles como puntualidad y calidad en los servicios prometidos para elevar la satisfacción.

Capacidad de respuesta: Una brecha moderada evidencia que los huéspedes valoran que el personal responda de manera rápida y eficiente, hay casos donde la experiencia del cliente se ve afectada por demoras en respuestas.

Seguridad: La brecha más significativa indica que los huéspedes no sienten la

confianza o profesionalismo esperado del personal. Esto podría relacionarse con la falta de capacitación en atención al cliente en términos de seguridad.

Empatía: La brecha refleja que el servicio carece de personalización, el trato no es lo suficientemente personalizado dejando un aspecto crucial para turistas que buscan experiencias diferenciadas. Esto señala una necesidad crítica de formar al personal en atención personalizada.

3.2 Estrategias para cerrar las brechas de calidad

Dimensión	Objetivo	Actividad a Realizar	Recursos	Tiempo Estimado	Responsables	Resultado Esperado / Beneficiarios
Tangibilidad	Modernizar las instalaciones y equipamientos del hotel.	Renovación de áreas comunes y habitaciones, compra de mobiliario moderno.	Presupuesto para reformas, contratistas, materiales, proveedores de mobiliario.	1 año	Gerente General, Departamento de Mantenimiento.	Instalaciones más atractivas y funcionales; mayor satisfacción de huéspedes por la mejora estética y funcional.
Fiabilidad	Garantizar el cumplimiento constante de horarios y servicios prometidos.	Asegurar que se cumplan con los horarios y capacitar al personal en puntualidad.	Manuales de procedimientos, programas de capacitaciones prácticas.	3 meses	Gerente de Operaciones, Equipo de Recepción.	Incremento de la percepción de puntualidad y cumplimiento de los servicios prometidos aumentando la confianza del huésped.
Capacidad de Respuesta	Reducir el tiempo de respuesta y eficiencia en la atención de	Establecer protocolos claros de atención inmediata y asignación de	Manuales operativos, reuniones de coordinación.	4 meses	Gerente de Recursos Humanos, Supervisores de servicio.	Respuesta más ágil a las solicitudes, generando mayor confianza y



	solicitudes.	tareas prioritaria.				satisfacción en los huéspedes.
Seguridad	Incrementar la percepción de confianza y seguridad percibida por los huéspedes.	Realizar simulacros y capacitaciones en manejos de situaciones críticas implementar protocolos de seguridad.	Personal experto en seguridad, simulacros de atención, material de formación.	3 meses	Gerente de recursos humanos y de Seguridad, Supervisores.	Aumento en la percepción de seguridad y confianza, generando mayor satisfacción en los huéspedes.
Empatía	Personalizar la atención para satisfacer las necesidades específicas del huésped.	Realizar encuestas previas a la estadía para identificar necesidades de los clientes.	Formularios físicos, personal capacitado en atención personalizada.	4 meses	Gerente de Marketing, Equipo de Atención al Cliente.	Experiencia más personalizada aumentando la fidelización de los huéspedes y satisfactoria.

Tabla 4. Propuesta para cerrar brechas de calidad

Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. Conclusiones

El estudio sobre la calidad del servicio en hoteles de 3 y 4 estrellas del cantón Manta, basado en el modelo SERVQUAL evidenció discrepancias importantes, entre las expectativas de los huéspedes que se formaron a partir del servicio ofertado por los establecimientos hoteleros frente a su percepción una vez que el servicio fue consumido.

De las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, fiabilidad y seguridad muestran las mayores brechas, reflejando una desconexión significativa en lo que el huésped realmente experimenta en los servicios prometidos, en la seguridad durante su estadía, estas deficiencias limitan no solo la satisfacción inmediata de los clientes, sino también la competitividad de los hoteles en un mercado turístico cada vez más exigente.

El diagnóstico destaca la importancia de modernizar la infraestructura, capacitar al personal y optimizar los procesos para cerrar las brechas identificadas y ofrecer un servicio de calidad excepcional.



5. Recomendaciones

Implementar una estrategia integral que inicie con la modernización progresiva de las instalaciones hoteleras, priorizando áreas comunes y habitaciones, para alinearlas con las expectativas actuales de diseño, confort y funcionalidad de los huéspedes.

Capacitar al personal, orientado a desarrollar habilidades de atención personalizada, comunicación asertiva y resolución de problemas, con el fin de garantizar interacciones más satisfactorias y significativas.

Estandarizar los protocolos de servicio, optimizando los tiempos de respuesta y asegurando consistencia en la calidad de la atención, incluso en momentos de alta demanda.

Implementar herramientas de gestión que permitan identificar y atender las necesidades específicas de cada huésped, como encuestas previas a la estadía o sistemas de retroalimentación en tiempo real.

Establecer un mecanismo de monitoreo continuo para evaluar las mejoras y ajustar las estrategias según los cambios en las expectativas de los clientes, garantizando así un servicio que no solo cumpla, sino que supere las expectativas, fortaleciendo la competitividad y reputación de los hoteles en el cantón Manta.

6. Referencias bibliográficas

- Cabello, JF, Negro, WC, Babin, BJ, Anderson, RE y Tatham, RL (2019). Análisis multivariante (7ª ed.). Pearson.
- Calificaciones de estrellas. (2022). Evaluación de calidad en hoteles: Guía de clasificación por estrellas. Prensa de normas hoteleras.
- Cámara de Turismo de Manabí. (2024). Informe anual sobre la formación del personal en el sector hotelero. Cámara de Turismo de Manabí.
- Cámara de Turismo de Manabí. (2024). Informe de la oferta hotelera del cantón Manta. GAD Municipal.
- Davis, R. (2017). Estrategias innovadoras para la gestión turística: Un enfoque sostenible. Prensa de información hotelera.
- Guía de viaje. (2020). Tendencias globales en turismo y hospitalidad 2020. Editorial Turismo.
- Guillermo Remigio, Y. D. (2020). Calidad percibida por los clientes de los hoteles de la provincia Los Ríos, Ecuador (Vol. 26). Los Ríos, Ecuador: 4.
Recuperado el 2025
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Ishikawa, K. (1985). ¿Qué es el control de calidad total? El método japonés.



Prentice-Hall.

Jones, AB y Wilson, CD (2019). Accesibilidad para personas con discapacidad en la industria hotelera. Revista Latinoamericana de Hotelería y Turismo.

Jones, R. (2018). Innovaciones en la gestión hotelera: Estrategias para un turismo sostenible. Prensa hotelera mundial.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). Estadísticas del turismo en Ecuador. Quito: Ministerio de Turismo.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). Estadísticas turísticas anuales. Quito: Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/informes-turisticos-2023>

Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). Reglamento de alojamiento turístico. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Monsalve Castro, C., & Hernández Rueda, S. I. (Junio de 2015). EAN. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20640430011.pdf>

Narváez Gamboa, E. G. (Agosto de 2020). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 20 de Enero de 2025, de <https://repositorio.uta.edu.ec/items/4536d185-2597-4b5d-ba50-94223d86d917>



Observatorio de Turismo del Ecuador. (2024). Informe de satisfacción turística en destinos costeros. Quito: Ministerio de Turismo.

Parasuraman, A., Zeithaml, VA y Berry, LL (1988). SERVQUAL: una escala de múltiples ítems para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12–40.

Pérez, J., & Cuenca, M. (2023). Competitividad hotelera en destinos emergentes de Ecuador. *Revista Ecuatoriana de Turismo y Hospitalidad*, 15 (2), 45–62. <https://doi.org/10.1234/returh.v15i2.123>

Rust, RT y Oliver, RL (1994). Calidad del servicio: nuevas direcciones en la teoría y la práctica.

Sampieri, RH, Collado, CF y Lucio, PB (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw-Hill.

Zeithaml, V., Bitner, M. y Gremler, D. (2013). Servicios de marketing. McGraw-Hill.

7. Anexo



Ilustración 1: recepción Hotel Poseidón



Ilustración 2: encuesta a huésped hotel Oro verde

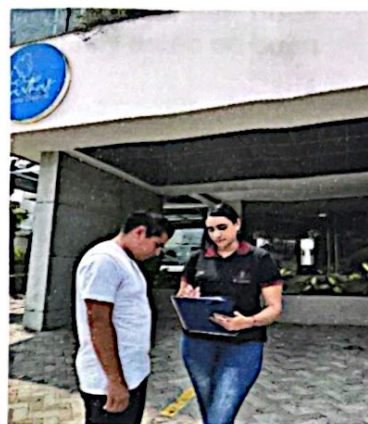


Ilustración 3: Encuesta a huésped fuera de las instalaciones



Ilustración 4: Encuesta a huésped dentro del Hotel Mar Azul

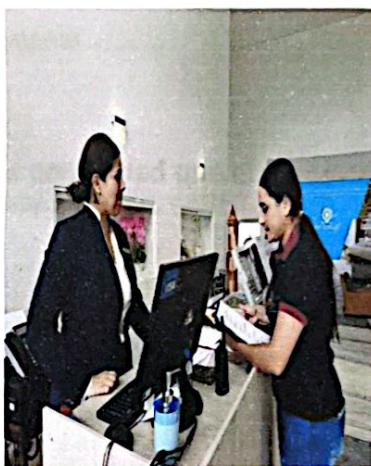


Ilustración 5: Recepción Hotel Mantahost

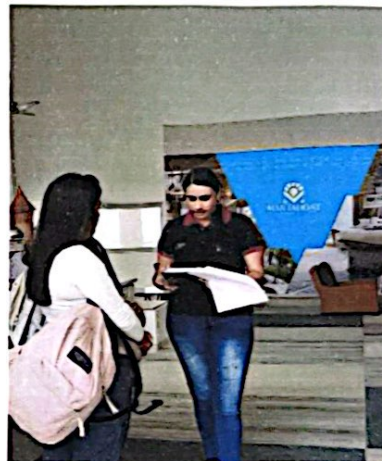


Ilustración 6: huésped de Hotel Mantahost



Encuesta

1. ¿Qué tan importante es para usted que las instalaciones del hotel (habitaciones, áreas comunes, restaurante) sean modernas y estén en buen estado?

- 1. Nada importante
- 2. Poco importante
- 3. Moderadamente importante
- 4. Importante
- 5. Muy importante

2. ¿Qué tan importante es para usted que el hotel cumpla siempre con los horarios y servicios prometidos? (check-in/check-out, servicio a la habitación)

- 1. Nada importante
- 2. Poco importante
- 3. Moderadamente importante
- 4. Importante
- 5. Muy importante

3. ¿Qué tan importante es para usted que el personal del hotel responda de manera rápida y eficiente ante sus solicitudes?

- 1. Nada importante
- 2. Poco importante
- 3. Moderadamente importante
- 4. Importante
- 5. Muy importante

4. ¿Qué tan importante es para usted que el personal del hotel inspire confianza y seguridad durante su estancia?

- 1. Nada importante
- 2. Poco importante
- 3. Moderadamente importante
- 4. Importante
- 5. Muy importante



5. ¿Qué tan importante es para usted que el personal del hotel brinde atención personalizada y se preocupe por sus necesidades específicas?

- 1. Nada importante
- 2. Poco importante
- 3. Moderadamente importante
- 4. Importante
- 5. Muy importante

6. ¿Qué tan satisfecho estuvo con el estado de las instalaciones del hotel (habitaciones, áreas comunes, restaurante)?

- 1. Nada satisfecho
- 2. Poco satisfecho
- 3. Moderadamente satisfecho
- 4. Satisfecho
- 5. Muy satisfecho

7. ¿El hotel cumplió con los horarios y servicios prometidos? (check-in/check-out, servicio a la habitación)

- 1. Nunca cumplió
- 2. Cumplió pocas veces
- 3. Cumplió la mayoría de las veces
- 4. Cumplió siempre
- 5. Superó mis expectativas

8. ¿Qué tan rápido y eficiente fue el personal del hotel al responder a sus solicitudes durante su estancia?

- 1. Nada rápido ni eficiente
- 2. Poco rápido y eficiente
- 3. Moderadamente rápido y eficiente
- 4. Rápido y eficiente
- 5. Muy rápido y eficiente



9. ¿El personal del hotel le hizo sentir confianza y seguridad durante su estancia?

1. Nada de confianza
2. Poco de confianza
3. Moderadamente de confianza
4. Confianza
5. Mucha confianza

10. ¿El personal del hotel le brindó atención personalizada y se preocupó por sus necesidades específicas?

1. Nada personalizado
2. Poco personalizado
3. Moderadamente personalizado
4. Personalizado
5. Muy personalizado



Entrevista

1. Las instalaciones de las habitaciones del hotel se encuentran en óptimas condiciones para garantizar la satisfacción del huésped.

- ☐ Excelente
- ☐ Muy buena
- ☐ Adecuada
- ☐ Regular
- ☐ Insuficiente

2. El proceso de check-in y check-out se realiza de manera eficiente y con atención personalizada.

- ☐ Extremadamente eficiente y fluido
- ☐ Eficiente con algo de personalización
- ☐ Adecuado pero impersonal
- ☐ Lento y algo impersonal
- ☐ Lento y desorganizado

3. El tiempo de respuesta del personal ante solicitudes de los huéspedes es rápido y eficaz.

- ☐ Inmediato y eficiente
- ☐ Rápido y eficaz
- ☐ Lento pero eficaz
- ☐ Lento y poco eficaz



- ☐ Muy lento y deficiente

4. El personal del hotel está siempre disponible y brinda acompañamiento a los huéspedes durante su estadía.

- ☐ Siempre disponible y excepcional
- ☐ Mayormente disponible y atento
- ☐ Disponible en ocasiones
- ☐ Poco disponible
- ☐ Nunca disponible

5. Se ofrece una atención personalizada y de alta calidad a los huéspedes durante toda su estancia.

- ☐ Totalmente personalizada y de alta calidad
- ☐ Personalizada con buena calidad
- ☐ Estándar y de calidad aceptable
- ☐ Impersonal y de baja calidad
- ☐ Totalmente impersonal y deficiente

6. Las áreas comunes del hotel están bien mantenidas y cumplen con los estándares de calidad esperados.

- ☐ Impecables y sobresalientes
- ☐ Muy bien mantenidas
- ☐ Adecuadas y funcionales
- ☐ Mal mantenidas



- ☐ Totalmente descuidadas

7. El servicio a la habitación es eficiente y cumple con las expectativas de los huéspedes.

- ☐ Rápido, eficiente y supera las expectativas
- ☐ Eficiente y cumple las expectativas
- ☐ Lento, pero cumple las expectativas
- ☐ Lento y no cumple con las expectativas
- ☐ Muy lento y deficiente

8. Los requerimientos y solicitudes especiales de los huéspedes son atendidos de manera oportuna y satisfactoria.

- ☐ Totalmente satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Adecuadamente atendido
- ☐ Insatisfecho
- ☐ Totalmente insatisfecho

9. El personal del hotel cuenta con una formación adecuada para ofrecer un servicio de calidad.

- ☐ Muy bien capacitado y profesional
- ☐ Bien capacitado
- ☐ Adecuadamente capacitado
- ☐ Poco capacitado



- ☐ Totalmente inapropiado

10. El hotel realiza un seguimiento y brinda atención personalizada a los huéspedes después de su estadía.

- ☐ Excelente seguimiento y atención personalizada
- ☐ Bueno, pero poco personalizado
- ☐ Seguimiento estándar
- ☐ No hubo seguimiento
- ☐ Ningún interés mostrado