

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

CASO DE ESTUDIO

**ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOSTAL
LAURITA DE LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO.**

**MODALIDAD EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR: KELLY YADIRA ALVARADO ANDY

**TUTOR: ING. DIANA SAMANDA QUILUMBA
SHIGUANGO**

Tena – Ecuador

2024-IIS

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	4
RESUMEN	5
CAPÍTULO I.....	7
1 INTRODUCCIÓN.....	7
1.1 Objetivos	8
1.1.1 Objetivo general.....	8
1.1.2 Objetivos específicos	8
CAPITULO II	9
2 ANÁLISIS	9
2.1 Marco teórico	9
2.2 Jerarquización.....	10
2.2.1 Variable independiente	10
2.2.2 Variable dependiente	10
2.3 Metodología	10
2.3.1 Planteamiento del problema.....	10
2.3.2 Problema.....	10
2.4 Tipo de investigación	10
2.4.1 Enfoque cuantitativo	10
2.4.2 Enfoque cualitativo	11
2.5 Herramientas	12
2.6 Línea de investigación	13
2.6.1 Sub línea de investigación.....	13
2.7 Delimitación	13
2.7.1 Delimitación espacial	13
2.7.2 Delimitación temporal	13
2.7.3 Beneficiarios	13
2.7.4 Área geográfica.....	13
2.8 Análisis e interpretación de los resultados	15
2.8.1 Metodología para el objetivo 1:	15
2.8.2 Metodología para el objetivo 2:	16
2.8.3 Metodología para el objetivo 3:	16

2.9	Resultados del objetivo 1	17
2.9.1	Resultado de la entrevista	17
2.9.2	Resultados y análisis de expectativas	20
2.10	Resultado del objetivo 2	27
2.10.1	Resultados y análisis de percepción	27
2.11	Objetivo 3	29
3	CONCLUSIONES	43
4	RECOMENDACIONES	44
5	BIBLIOGRAFIA	45
6	ANEXOS	48
6.1	<i>Anexos 1 Solicitud de permiso del proyecto</i>	48
6.2	<i>Anexo 2 Carta de autorización del proyecto</i>	49
6.3	<i>Anexo 3 Modelo de entrevista</i>	50
6.4	<i>Anexo Modelo de encuesta</i>	53
6.5	<i>Anexo Entrevista y encuesta</i>	56

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Instrumentos que se utilizó para la investigación</i>	12
<i>Tabla 2 Metodología y herramientas según los objetivos planteados</i>	14
<i>Tabla 3 Entrevista al gerente de la empresa</i>	18
<i>Tabla 4 Resumen resultados</i>	27

ÍNDICE DE GRAFICOS

<i>Gráfico 1 Dimensión fiabilidad</i>	22
<i>Gráfico 2 Dimensión Empatía</i>	23
<i>Gráfico 3 Dimensión Capacidad de respuesta</i>	24
<i>Gráfico 4 Dimensión Seguridad</i>	25
<i>Gráfico 5 Dimensión Elementos tangibles</i>	26

<i>Gráfico 6 Dimensión Fiabilidad</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Gráfico 7 Dimensión Empatía</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Gráfico 8 Dimensión Capacidad de respuesta</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Gráfico 9 Dimensión Seguridad</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Gráfico 10 Dimensión Elementos Tangibles</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Gráfico 11 Brechas (E-P)</i>	28

ÍNDICE DE IMÁGENES

<i>Imagen 1 Mapa de la ubicación geográfica del Hostal Laurita</i>	14
--	----

APROBACIÓN DEL TUTOR

**ING. DIANA SAMANDA QUILUMBA SHIGUANGO
PROFESOR DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.**

CERTIFICA:

En calidad de Tutor Examen de carácter complejo práctico denominado: **ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOSTAL LAURITA DE LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO**, de autoría del señor, **KELLY YADIRA ALVARADO ANDY** con CC. 150106106-1 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Examen de carácter complejo práctico antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen el respectivo reglamento e institución.

Tena, 13 de febrero de 2025



Ing. Diana Samanda Quilumba Shiguango
TUTOR DEL EXAMEN DE CARACTER COMPLEXIVO PRÁCTICO

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo analizar la percepción de la calidad del servicio en el Hostal Laurita, ubicado en Tena, Napo, a través de la aplicación del modelo SERVQUAL. Para ello, se realizaron entrevistas a la propietaria y encuestas a 63 clientes, evaluando cinco dimensiones clave: fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta, seguridad y elementos tangibles. Los resultados obtenidos indicaron que los clientes valoran positivamente la seguridad, la amabilidad del personal y la ubicación del hostal, con puntuaciones promedio de 7,0 en estos aspectos. En la dimensión de fiabilidad, se destacó la precisión en los registros y el cumplimiento de los tiempos prometidos, con una puntuación de 6,7. La empatía mostró una alta satisfacción, ya que los huéspedes destacaron la atención personalizada brindada por el personal. Sin embargo, también se identificaron áreas de mejora. La dimensión de Elementos Tangibles presentó la mayor brecha (2,1), lo que reflejó deficiencias en la infraestructura, mobiliario y limpieza del hostal. Además, las dimensiones de Capacidad de Respuesta (brecha de 0,3) y Seguridad (brecha de 0,1) evidenciaron insatisfacción moderada, especialmente en la rapidez de la atención y las medidas de seguridad. Con base en estos hallazgos, se recomienda mejorar la presentación del personal, optimizar la infraestructura y la limpieza del hostal, así como implementar capacitaciones en servicio al cliente para mejorar la capacidad de respuesta y garantizar una experiencia más satisfactoria para los huéspedes.

Palabras clave: calidad del servicio, percepción del cliente, modelo SERVQUAL, hostelería, fidelización.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the perception of service quality at Hostal Laurita, located in Tena, Napo, through the application of the SERVQUAL model. To do this, interviews were carried out with the owner and surveys were carried out with 63 clients, evaluating five key dimensions: reliability, empathy, responsiveness, security and tangible elements. The results obtained indicated that clients positively value the security, friendliness of the staff and the location of the hostel, with an average rating of 7.0 in these aspects. In the reliability dimension, precision in records and compliance with promised times stood out, with a score of 6.7. Empathy showed high satisfaction, as guests highlighted the personalized attention provided by the staff. However, areas for improvement will also be identified. The Tangible Elements dimension presented the largest gap (2.1), which reflected deficiencies in the infrastructure, furniture and cleanliness of the hostel. Furthermore, the dimensions of Responsiveness (gap of 0.3) and Security (gap of 0.1) showed measures of moderate dissatisfaction, especially in the speed of care and security measures. Based on these findings, it is recommended to improve staff presentation, optimize the infrastructure and cleanliness of the hostel, as well as implement customer service training to improve responsiveness and ensure a more satisfactory experience for guests.

Keywords: service quality, customer perception, SERVQUAL model, hospitality, loyalty.

Barolina Romero A.

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

El hostel Laurita es un establecimiento familiar que ofrece alojamiento temporal a los turistas y viajeros en la ciudad de Tena, provincia de Napo. En este contexto, el tema de investigación se enfoca en la percepción de la calidad del servicio en el hostel, la satisfacción de los huéspedes y la imagen del hostel. Menciona (Cedeño & Bernardo, 2024) A medida que los clientes dan más importancia a la atención recibida y a su experiencia durante la estancia, es fundamental comprender cómo perciben estos aspectos para mejorar el servicio y fomentar la fidelidad de los visitantes.

Los turismos a nivel global ofrecen grandes oportunidades, los viajeros están mejor informados y demandan experiencias exigentes basadas a sus necesidades personales, las nuevas tecnologías ofrecen oportunidades para personalizar la experiencia y mejorar el rendimiento operativo desde el punto de vista de (Calderón & Altamirano, 2014).

El sector turístico ha crecido mucho en los últimos años con un mayor flujo de turistas nacionales e internacionales, las expectativas sobre los servicios de los hostales también han aumentado. Según el (Ministerio de turismo, 2024) la calidad del servicio es una de las principales variables que determinan la satisfacción de los turistas, y la falta de ella puede reducir la competitividad del destino.

Tena se ha consolidado como un destino turístico relevante dentro de la provincia de Napo, conocido por su biodiversidad y sus atractivos naturales. El Hostel Laurita, busca ofrecer una experiencia única de alojamiento que combina comodidad, economía y un ambiente acogedor. Un estudio realizado por (Huaman & Calanchez, 2024) indica que los

turistas valoran la atención al cliente y la personalización del servicio, lo que se traduce en una mayor satisfacción y lealtad hacia el hostel.

El hostel Laurita en Tena se enfrenta directamente a la interacción entre el personal y los turistas, lo que influye en gran medida en la percepción de la calidad del servicio. (Villacis, Macias, Meneses, & Espinoza, 2021) Señalan la calidad en los servicios está ocupando un lugar primordial, asociado a los cambios que se vienen operando en la vida de la sociedad, además, es un concepto acogido por las organizaciones en los últimos años, dada la necesidad de ser competitivos frente a la ampliación de la oferta de los diferentes servicios en el mercado.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

- Determinar la percepción de la calidad del servicio del Hostel Laurita.

1.1.2 Objetivos específicos

- Analizar las expectativas de los clientes sobre los servicios generales del hostel, identificando aspectos clave que afectan la percepción.
- Medir el nivel de satisfacción de los huéspedes en relación con el servicio recibido en el Hostel Laurita, obteniendo información que permita la toma de decisiones informada sobre tarifas, promociones y estándares de servicio.
- Desarrollar un informe que reúna los hallazgos de la investigación sobre la percepción y nivel de satisfacción, incluyendo recomendaciones basadas en los datos recolectados permitiendo la mejora continua del servicio.

CAPITULO II

2 ANÁLISIS

2.1 Marco teórico

Salinas et al. (2023) Afirman que el análisis del marco teórico es una herramienta fundamental en la investigación científica. Va más allá de ser una simple recopilación de teorías previas; se configura como un proceso dinámico y crítico que implica no solo la revisión de estudios previos, sino también un análisis profundo, reflexivo e interpretativo de la información disponible. Este enfoque permite al investigador comprender en profundidad las variables y enfoques existentes, facilitando la formulación de hipótesis y la selección adecuada de métodos y técnicas. Además, el marco teórico no solo sustenta la investigación, sino que también guía el análisis y la interpretación de los resultados, proporcionando una base sólida para el desarrollo del estudio. En resumen, es una estructura teórica que conecta el problema de investigación con el contexto académico y científico más amplio, asegurando la coherencia y validez del trabajo”. El marco teórico es esencial en la investigación, ya que no solo recopila teorías previas, sino que las analiza críticamente para sustentar el estudio. Conecta el problema de investigación con el conocimiento existente, guiando la formulación de hipótesis, selección de métodos y análisis de resultados. (Olortegui, 2018) en su tesis titulada “Percepción de los clientes sobre la calidad de los servicios que brinda el Hostal Becerra” para obtener el título profesional de licenciada en turismo y hotelería en la Universidad Nacional de Cajamarca, en lo que respecta a la percepción de clientes sobre la calidad del servicio concluye que, los servicio de alojamiento que brinda el hostel Becerra sobre la percepción de los huéspedes es favorable, por lo tanto, es de buena y muy buena calidad porque según los

indicadores proporcionados por el modelo SERVQUAL para alojamiento se encontraron en las alternativas de acuerdo y totalmente de acuerdo.

2.2 Jerarquización

2.2.1 Variable independiente

La percepción de la calidad del servicio.

2.2.2 Variable dependiente

Dimensiones del modelo SERVQUAL y otros factores.

2.3 Metodología

2.3.1 Planteamiento del problema

En los últimos años la mejora de la calidad del servicio en el sector turístico ha sido una prioridad para el logro de las ventajas competitivas, debido al incremento de las exigencias de los consumidores que demandan servicios de calidad para su mayor satisfacción, Hoy en día para lograr una atención de calidad, los clientes exigen un trato personalizado.

2.3.2 Problema

¿Cuál es la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio que brinda el Hostal Laurita

2.4 Tipo de investigación

Esta investigación tiene como enfoque de investigación mixto, es decir, una combinación entre cuantitativos y cualitativos.

2.4.1 Enfoque cuantitativo

Según el autor (Fabio, 2019), la investigación bajo el enfoque cuantitativo “se denomina así porque trata con fenómenos que se pueden medir a través de la utilización de técnicas estadísticas para el análisis de los datos recogidos, su propósito más importante radica en la descripción, explicación, predicción y control objetivo de sus causas y la predicción de su ocurrencia a partir del desvelamiento de las mismas, fundamentando sus conclusiones sobre el uso riguroso de la métrica o cuantificación, tanto de la recolección de sus resultados” La presente investigación, se empleó el instrumento de la encuesta para medir algunas variables en una escala de valoración, con el fin de reducir la subjetividad en los resultados.

2.4.2 Enfoque cualitativo

(Santander Universidades, 2021) Afirma que la investigación cualitativa “implica recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con los significados que las personas les atribuyen. Por esta razón, los resultados se expresan en palabras. Este tipo de investigación se basa en el juicio de los investigadores, por lo que se debe reflexionar cuidadosamente sobre sus elecciones y suposiciones. Se trata de una técnica que se emplea habitualmente en áreas como la antropología, la sociología, la educación o la historia, entre otras, ya que esta les ayuda a obtener una mejor comprensión de conceptos complejos, interacciones sociales o fenómenos culturales. Asimismo, es útil para explorar cómo o por qué han ocurrido los hechos, permite interpretarlos y contribuye a describir las acciones a realizar”. Incluye el análisis de las expectativas de los clientes, que busca comprender aspectos subjetivos como opiniones, sentimientos o experiencias de los huéspedes.

2.5 Herramientas

Los instrumentos que se utilizó para la investigación donde se pretende obtener información necesaria para la toma de decisiones y son los siguientes:

Tabla 1 *Instrumentos que se utilizó para la investigación*

DETALLE	DESCRIPCIÓN
Internet	Plan mensual de AMAZONTVNET con un costo de \$ 23,65 , que proporciona una conexión estable para el acceso a información e investigación.
Computadora	Equipo que se utilizó para el procesamiento de datos y elaboración de informes, con un valor unitario de \$ 300,00, permitiendo el análisis de información y la presentación de resultados de manera eficiente.
Cuaderno	Material que se utilizó para la toma de notas y registro de información durante el proceso de análisis, con un valor unitario de \$ 1,50.
Esferos	Se utilizaron 4 esferos para la toma de notas y registro de información durante el análisis, con un valor unitario de 0,50 ctvs, sumando un costo total de \$ 2,00.
Impresiones	Se realizaron 300 impresiones para la presentación de documentos y reportes, con un valor unitario de 0,25 ctvs, alcanzando un costo total de \$ 75,00.
Movilización	Se cubrieron los gastos de movilización necesarios para el desplazamiento durante la recolección de datos, con un valor unitario de \$ 1,00, sumando un total de \$ 40,00.
Anillado	Se realizaron 3 anillados de los informes para su presentación, con un valor unitario de \$ 10,00, alcanzando un total de \$ 30,00.
Celular	Se utilizó un celular con un valor de \$ 120,00 para la toma de fotografías durante el proceso de investigación, asegurando la documentación visual adecuada.

Elaborado por: Alvarado Kelly

2.6 Línea de investigación

Administración de empresas

2.6.1 Sub línea de investigación

Aseguramiento de la Calidad de las Empresas públicas y privadas.

2.7 Delimitación

2.7.1 Delimitación espacial

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

2.7.2 Delimitación temporal

Ciclo académico 2024 IIS

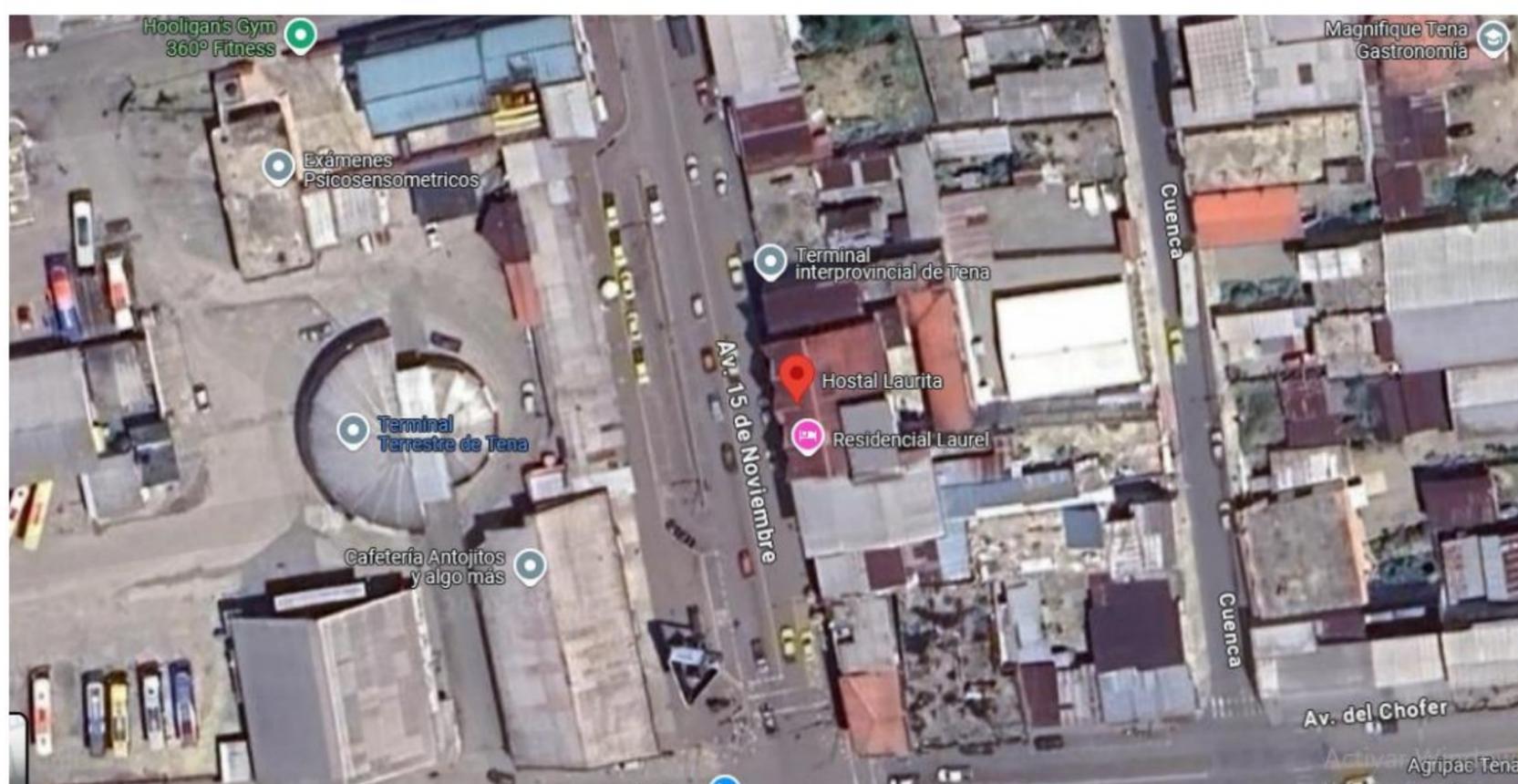
2.7.3 Beneficiarios

Clientes del hostel Lupita.

2.7.4 Área geográfica

La investigación se realizó en el hostel Laurita que se encuentra ubicada en la ciudad Tena Avenida 15 De Noviembre Av. Del Chofer, frente al terminal terrestre 252Q+97P, Tena (El sistema de coordenadas corresponde al Sistema Geodésico Mundial 1984 (WGS 84), expresadas en grados, minutos y segundos GMS

Imagen 1 Mapa de la ubicación geográfica del Hostal Laurita



Fuente: (Google maps, 2025)

Elaborado por: Alvarado Kelly (2025)

Tabla 2 Metodología y herramientas según los objetivos planteados

METODOLOGÍA POR CADA OBJETIVO			
Objetivos	Enfoque	Metodología	herramienta de investigación
Analizar las expectativas de los clientes sobre los servicios generales del hostel, identificando aspectos clave que afectan la percepción.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cualitativo ➤ Cuantitativo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bibliográfico ➤ Exploratorio ➤ Descriptivo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta-Modelo SERVQUAL ➤ Entrevista
Medir el nivel de satisfacción de los huéspedes en relación con el servicio recibido en el Hostal Laurita, obteniendo información que permita la toma de decisiones informada sobre tarifas, promociones y estándares de servicio.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cualitativo ➤ Cuantitativo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bibliográfico ➤ Descriptiva ➤ Corelacional 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta-Modelo SERVQUAL

Desarrollar un informe que reúna los hallazgos de la investigación sobre la percepción y nivel de satisfacción, incluyendo recomendaciones basadas en los datos recolectados permitiendo la mejora continua del servicio.

- Analítico
- Interpretativo
- Bibliográfica
- Explicativa
- Aplicada
- Informe

Elaborado por: *Alvarado Kelly*

2.8 Análisis e interpretación de los resultados

2.8.1 Metodología para el objetivo 1:

Análizar las expectativas de los clientes sobre los servicios generales del hotel combina enfoques cualitativo y cuantitativo para obtener una visión integral. El enfoque cualitativo se utilizó para obtener información interna clave sobre la calidad del servicio desde la perspectiva de la administración. Por otro lado, el enfoque cuantitativo permitirá medir y analizar tendencias a través de encuestas estructuradas aplicadas directamente a los clientes, utilizando escalas de valoración. Además, se llevará a cabo una revisión bibliográfica para fundamentar teóricamente el estudio, identificando investigaciones previas relacionadas con las expectativas en servicios del hotel. Este análisis fue de carácter exploratorio, para descubrir los aspectos clave que influyen en la percepción de los servicios, y descriptivo, con el objetivo de detallar y categorizar dichas expectativas. Las encuestas fueron aplicadas a una muestra representativa de huéspedes, mientras que la entrevista fue dirigida al gerente general. Los resultados combinados permitieron identificar patrones clave y desarrollar recomendaciones para optimizar los servicios del hotel. El tipo de investigación exploratorio de acuerdo al autor (Galvis, 2006), se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes". Mientras que el autor (Cardona, 2015) nos

dice que la investigación descriptiva estudia un fenómeno en condiciones naturales sin considerar hipótesis, es decir, este diseño no permite corroborar o falsear hipótesis causales (solo descriptivas o de exploración de asociaciones) sino que las genera como base para los estudios analíticos. Para la (Universidad de la república facultad de enfermería departamento de documentación y biblioteca, 2020), la investigación bibliográfica es la etapa de la investigación científica donde se explora la producción de la comunidad académica sobre un tema determinado. Supone un conjunto de actividades encaminadas a localizar documentos relacionados con un tema o un autor concretos.

2.8.2 Metodología para el objetivo 2:

Para medir el nivel de satisfacción de los huéspedes del Hostal Laurita, se combinaron enfoques cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo recogerá percepciones en las encuestas, mientras que el cuantitativo medirá variables clave como calidad del servicio, limpieza y relación calidad-precio mediante el método SERVQUAL. Nos dice (Reyna, 2014), que el modelo SERVQUAL es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio. El estudio fue bibliográfico, descriptivo y correlacional: se revisaron investigaciones previas, se describieron las variables principales y se analizaron relaciones, como el impacto de las tarifas en la satisfacción general. Las encuestas fueron aplicadas a una muestra representativa, generando datos útiles para decisiones sobre tarifas, promociones y estándares de servicio.

2.8.3 Metodología para el objetivo 3:

El informe integra los datos obtenidos, adoptando un enfoque analítico e interpretativo. Se analizó patrones y tendencias en la satisfacción de los huéspedes,

explicando los hallazgos clave y sus causas. Con un enfoque bibliográfico, explicativo y aplicado, el informe incluye recomendaciones prácticas para mejorar tarifas, promociones y estándares de servicio. La estructura abarca un resumen ejecutivo, metodología, análisis de resultados con gráficos y una lista de acciones sugeridas, facilitando decisiones estratégicas basadas en datos confiables. Según (Salas, 2020) El informe de investigación busca comunicar de manera clara y objetiva cuáles objetivos perseguía el estudio, de qué manera de se llevó a cabo, cuáles son los principales resultados obtenidos, y cuáles son las principales conclusiones y recomendaciones a las que se llegó una vez finalizada la investigación.

2.9 Resultados del objetivo 1

El primer objetivo de esta investigación busca analizar las expectativas de los clientes sobre los servicios generales del hotel, utilizando una metodología mixta. A través de entrevistas con el gerente y encuestas a los huéspedes, se recopiló información cualitativa y cuantitativa sobre la percepción de los servicios. El análisis fue de carácter exploratorio para identificar los factores clave que influyen en estas expectativas y descriptivo para detallarlas y clasificarlas. También se realizó una revisión bibliográfica para fundamentar teóricamente el estudio. A continuación, se presentan los resultados obtenidos, que permitirán desarrollar recomendaciones para optimizar los servicios del hostel.

2.9.1 Resultado de la entrevista

El objetivo de la presente entrevista aplicada al Sra. Kathia Molina como gerente propietario del Hostal Laurita, es obtener información sobre la percepción de la calidad del

servicio, con el fin de analizar el desempeño actual y proponer estrategias de mejora para optimizar la experiencia de los huéspedes y la eficiencia operativa.

Tabla 3 *Entrevista al gerente de la empresa*

Preguntas	Respuestas	Análisis
¿Qué medidas implementa el hostel para garantizar que los servicios ofrecidos a los clientes se brinden conforme a lo prometido?	El hostel ofrece un servicio amable y seguro, garantizando la protección de las pertenencias de los huéspedes.	Brindar seguridad y amabilidad genera confianza en los huéspedes.
¿Cómo se asegura de que el personal del hostel ofrezca un trato personalizado y comprenda las necesidades específicas de cada cliente?	El personal acompaña a los huéspedes a sus habitaciones y está disponible para ayudar en todo momento, asegurando un trato personalizado.	Acompañar y asistir demuestra un enfoque en la atención personalizada.
¿Qué tipo de retroalimentación o comentarios suelen recibir de los huéspedes sobre los servicios ofrecidos?	Los huéspedes destacan la amabilidad y la calidad del servicio, y muchos regresan por la excelente atención.	Los comentarios positivos reflejan satisfacción por el buen servicio.
¿Cómo recopila y gestiona la retroalimentación que los huéspedes brindan sobre los servicios del hostel?	Se recopila a través de conversaciones con huéspedes y el personal, y se usa para mejorar los servicios continuamente.	Aplicar un feedback directo permite ajustes constantes.
¿Qué estrategias utilizan actualmente para fidelizar a los clientes?	Se brinda un trato cercano y adaptado a las necesidades de cada cliente, asegurando su satisfacción para que regresen.	Adaptarse al cliente fomenta la lealtad y el regreso.
¿Qué estrategias utilizan para mantener una buena presentación del hostel, tanto	Realizamos mantenimiento constante y aseguramos que el personal siempre esté presentable y profesional.	El mantenimiento constante asegura una imagen profesional.

en su infraestructura como en la apariencia del personal?		
¿Cuáles son las quejas o problemas más comunes que manifiestan los clientes?	El ruido del tráfico y la conexión a internet lenta cuando hay muchos huéspedes.	El ruido y el internet lento son áreas que requieren atención.
¿Qué tan importante considera que es la calidad del servicio para lograr que los clientes regresen o recomienden el hostel?	La calidad del servicio influye directamente en la fidelización y recomendación de los huéspedes.	La calidad es esencial para la fidelización y recomendaciones.
¿Qué porcentaje de sus clientes llegan a través de plataformas digitales, recomendaciones o agencias de turismo?	No existen plataformas digitales, un 10% llega por recomendaciones; la mayoría lo hace por la ubicación del hostel.	La falta de plataformas digitales limita el alcance del hostel.
¿Cuáles consideran que son las principales fortalezas del hostel en términos de calidad del servicio?	Buen servicio, excelente ubicación, precios accesibles y promociones para grupos.	La ubicación y precios accesibles son ventajas competitivas.
¿Qué tan preparado está el personal del hotel para transmitir confianza y resolver problemas de manera profesional?	El personal está bien preparado, es responsable y honesto, lo que transmite confianza a los huéspedes.	La ubicación y precios accesibles son ventajas competitivas.

Elaborado por: Alvarado Kelly (2025)

2.9.2 Resultados y análisis de expectativas

(Gómez, 2023), menciona que “el modelo SERVQUAL es un método de medición de la calidad de un servicio que se basa en contrastar las expectativas que tienen los clientes antes de probarlo con las opiniones que comparten una vez que lo obtienen”. Es decir, el modelo SERVQUAL compara las expectativas de los clientes que tienen del hostel con la satisfacción que realmente perciben del servicio.

En esta investigación se aplicó el muestreo por juicio, un método recomendado cuando el tamaño de la muestra es reducido. Fischer y Espejo (2017) señalan que este enfoque permite seleccionar la muestra con base en criterios específicos del investigador, aunque puede tener cierto grado de subjetividad. Razón por el cual, se calculó el 50% del promedio de huéspedes que se hospedan en el sitio cada mes.

Según (Armenta, 2023) el modelo SERVQUAL permite evaluar la calidad en el servicio mediante cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y empatía, esto con el fin de demostrar si existe una relación positiva entre el servicio otorgado y la satisfacción del cliente.

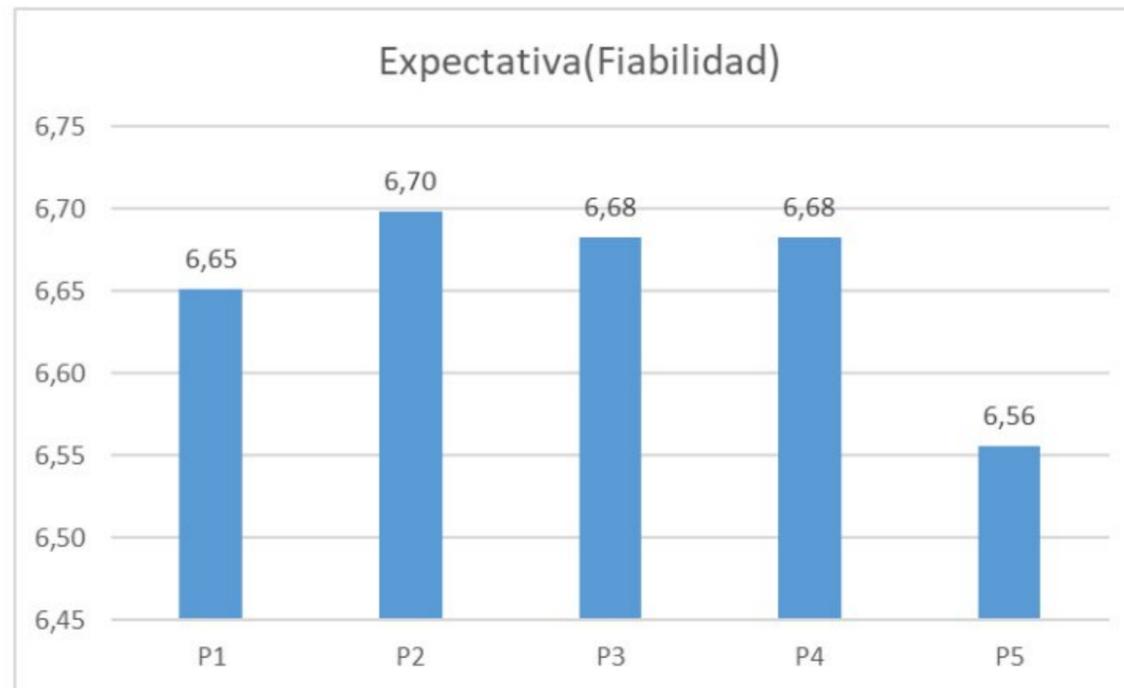
"Para evaluar el grado de importancia de los aspectos analizados, se utilizó una escala de 1 a 7, donde 1 representa el puntaje más bajo de importancia (no es importante) y 7 el más alto (muy importante). Se aplicó la encuesta al cliente al inicio del ingreso, Tras la aplicación de esta escala, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 4 Preguntas por cada dimensión

DIMENSIÓN	PREGUNTAS
Fiabilidad	P1. El personal debe mostrar un sincero interés en solucionarle el problema que se le presenta
	P2. El personal debe esforzarse por mantener registros exentos de errores.
	P3. Debe cumplir con el servicio en el tiempo prometido.
	P4. Debe realizar bien el servicio desde la primera vez.
	P5. El personal debe informar exactamente cuándo van a entregar el producto o servicio.
Empatía	P6. Debe ofrecer atención individualizada a los clientes.
	P7. Debe ofrecer atención personal a los clientes.
	P8. Deben tener horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.
	P9. El personal comprende las necesidades específicas de los clientes.
	P10. El personal se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.
Capacidad de respuesta	P11. El personal debe ofrecer un servicio rápido.
	P12. El personal debe comunicar de manera clara a los clientes cuando concluirán la realización del servicio.
	P13. El personal siempre está dispuesto a ayudar a los clientes.
	P14. Nunca debe estar demasiado ocupado para resolver las preguntas de los clientes.
Seguridad	P15. El comportamiento del personal debe transmitir confianza a los clientes.
	P16. El personal siempre debe ser amable con los clientes.
	P17. El cliente debe sentirse satisfecho de realizar su compra en la asociación
	P18. El personal debe tener conocimiento adecuado para atender las preguntas de los clientes.
Elementos Tangibles	P19. Deben tener productos de apariencia moderna
	P20. Debe tener una apariencia pulcra (vestimenta, uniforme, etc.).
	P21. Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, catálogos, trípticos, etc.) deben ser visiblemente atractivos.
	P22. Las instalaciones deben ser visualmente atractivas.

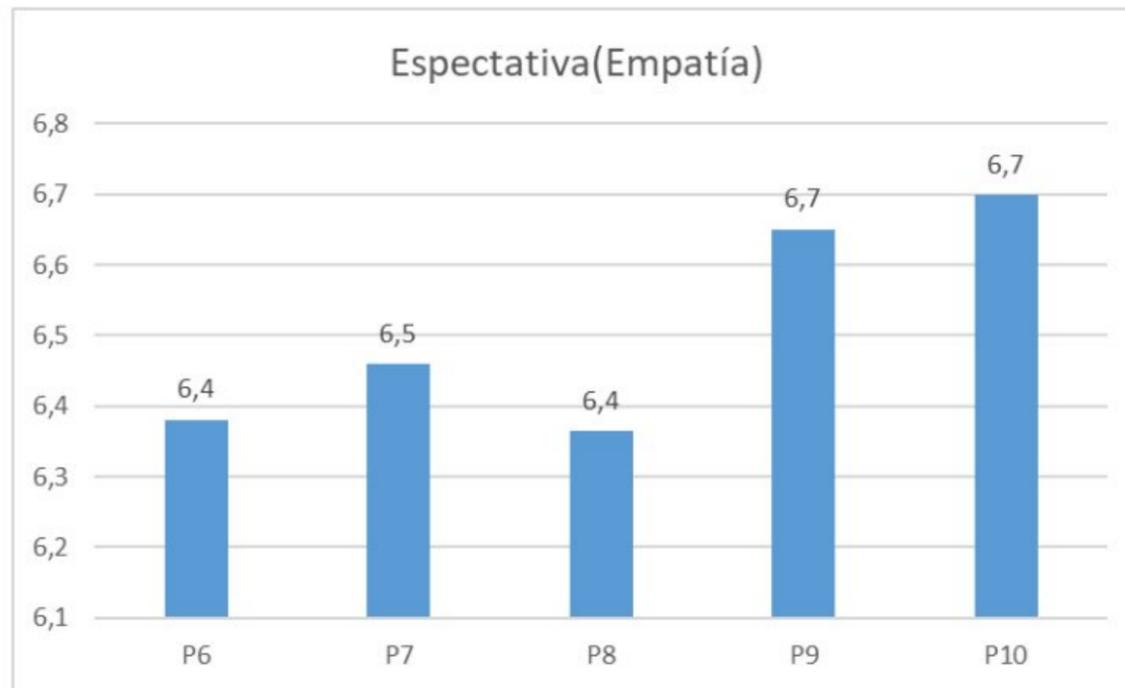
Elaborado por: Alvarado Kelly

Gráfico 1 *Dimensión fiabilidad*



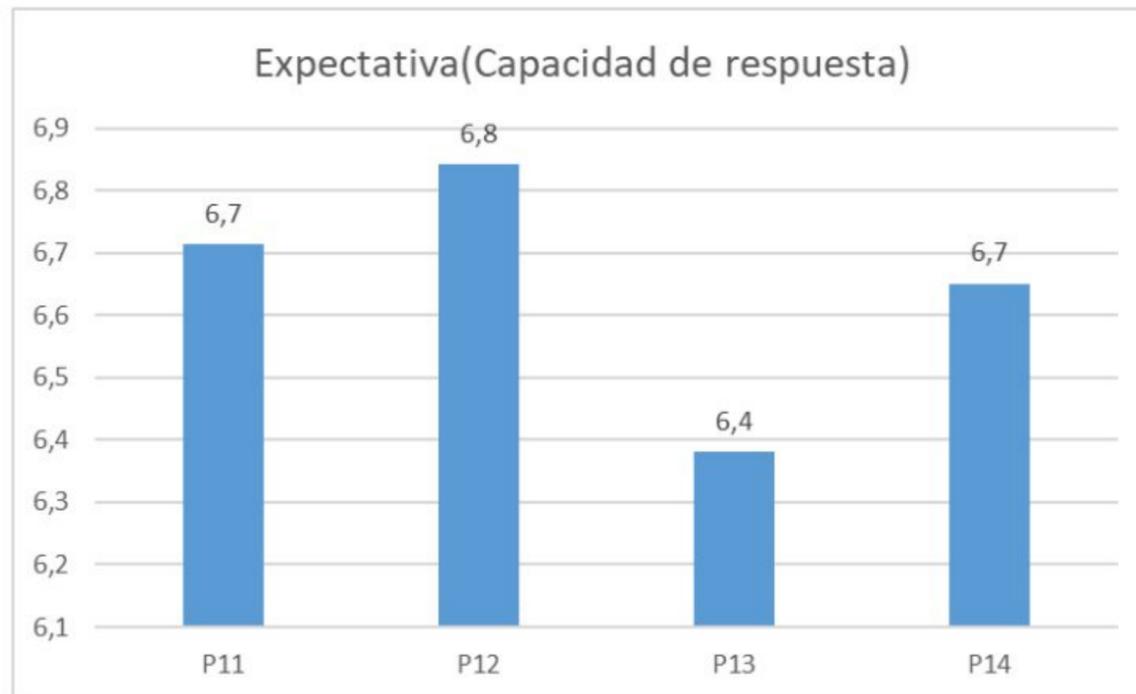
Interpretación: A partir del análisis de las opiniones de los clientes en la dimensión de "Fiabilidad", se lograron obtener los siguientes resultados, según la puntuación asignada por los encuestados: Precisión en los registros (P2): 6,70. Este aspecto es el más valorado por los clientes, quienes consideran fundamental que los registros se mantengan libres de errores. Cumplimiento del tiempo prometido (P3): 6,68. Los clientes esperan que los servicios se entreguen dentro del tiempo acordado, aunque lo priorizan un poco menos que otros aspectos. Eficiencia en la primera entrega del servicio (P4): 6,68. Refleja la importancia de hacer las cosas bien desde el inicio, asegurando un servicio adecuado desde el primer contacto. Interés en resolver problemas (P1): 6,65. Aunque no es tan prioritario como otros, los clientes valoran que los empleados muestren un interés genuino en resolver cualquier inconveniente. Entrega a tiempo (P5): 6,56. Aunque es importante, la entrega puntual se percibe como menos crítica en comparación con otros aspectos.

Gráfico 2 *Dimensión Empatía*



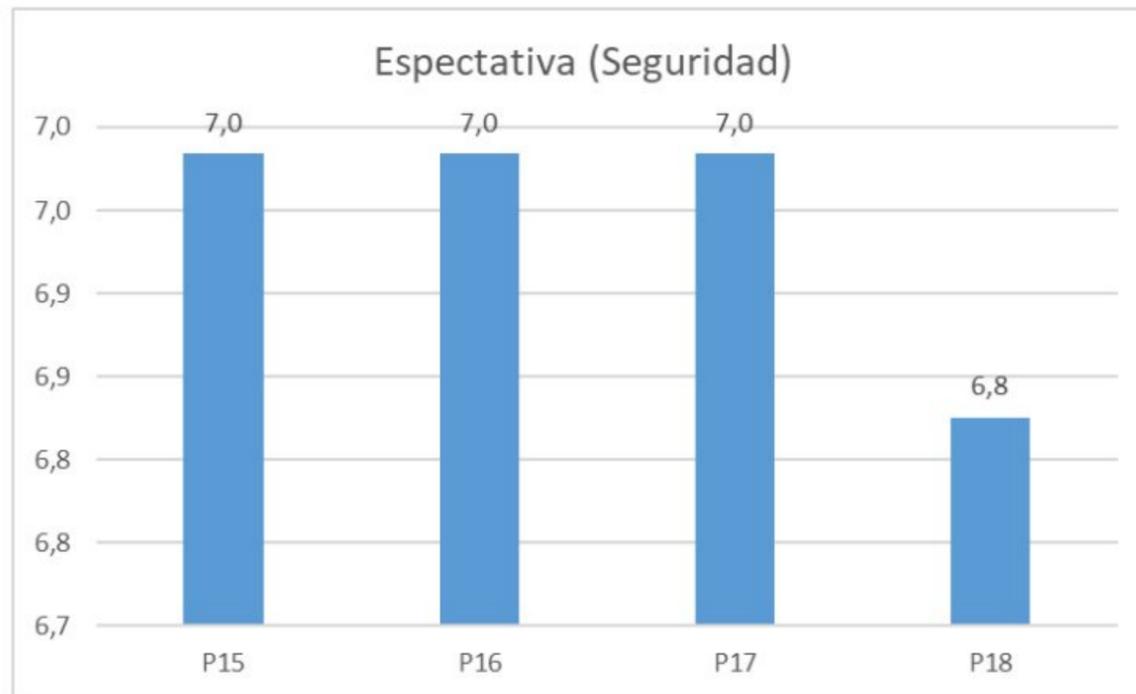
Interpretación: A partir del análisis de las opiniones de los clientes en la dimensión de "Empatía", se lograron obtener los siguientes resultados: Comprensión de las necesidades del cliente (P9): Este aspecto recibió una calificación de 6,7, lo cual fue muy valorado, lo que refleja que los clientes creen que es muy importante que los empleados comprendan sus necesidades específicas. Enfoque en los intereses del cliente (P10): 6.7 Los clientes también quieren que los empleados se preocupen genuinamente por su bienestar, enfatizando la importancia de la empatía en las relaciones con los clientes. Atención personalizada al cliente (P7): Con una puntuación de 6,5, también esperaban un trato más personalizado, pero nuevamente no se consideró tan importante como otros factores. Atención personalizada al cliente (P6): Con una puntuación de 6,4, los clientes esperan que los empleados les brinden atención personalizada, aunque estas expectativas son relativamente bajas en comparación con otros aspectos de la empatía. Ofrecer horarios convenientes para los clientes (P8): una puntuación de 6,4 indica que, si bien los horarios son importantes, los clientes tienen una tolerancia relativamente alta a los horarios de trabajo flexibles en comparación con la atención directa.

Gráfico 3 Dimensión Capacidad de respuesta



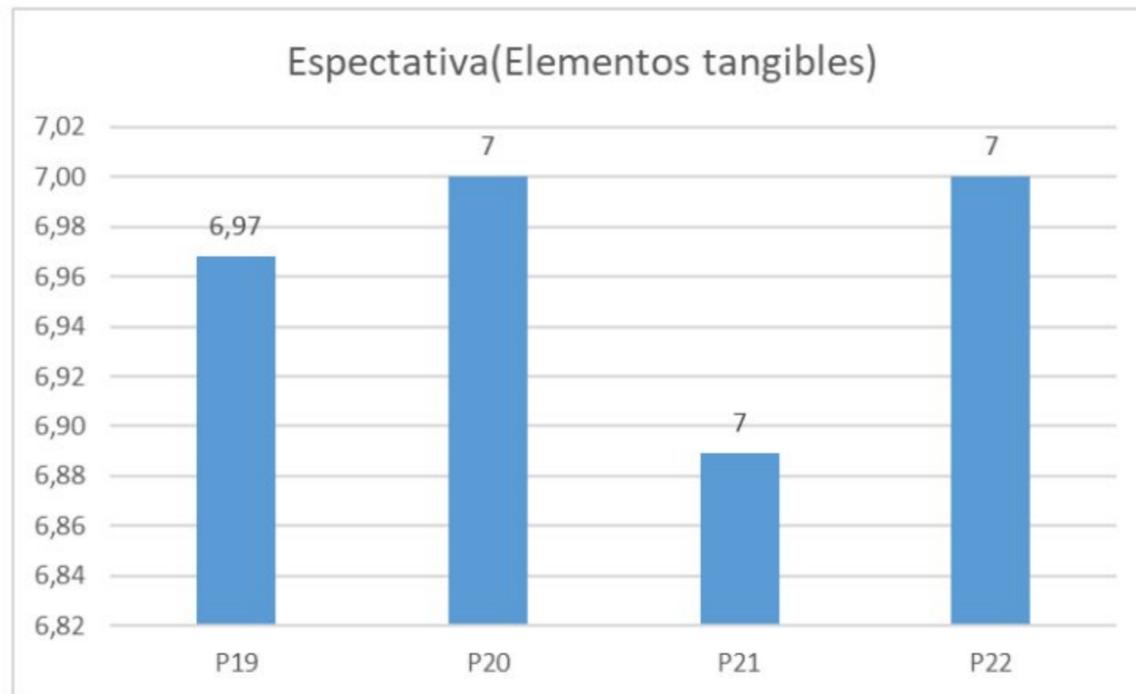
Interpretación: A partir del análisis de las opiniones de los clientes en la dimensión de "Capacidad de respuesta", se lograron obtener los siguientes resultados: Comunicación clara sobre el tiempo de realización del servicio (P12): Con 6,8, los clientes valoran la transparencia en cuanto a los plazos de entrega del servicio, destacando la necesidad de claridad en las expectativas. Servicio rápido (P11): con una calificación de 6,7, los clientes esperan un servicio rápido y enfatizan la importancia de la eficiencia y la velocidad del servicio. Resolver problemas sin estar demasiado ocupado (P14): Con una puntuación de 6,7, los clientes esperan que los empleados estén disponibles para responder preguntas y no estén demasiado ocupados para brindar asistencia. Disponibilidad de ayudar a los clientes (P13): Una puntuación de 6,4 indica que, si bien la voluntad de los empleados de ayudar es importante, no es tan importante como otros aspectos de la capacidad de respuesta.

Gráfico 4 *Dimensión Seguridad*



Interpretación: A partir del análisis de las opiniones de los clientes en la dimensión de "Seguridad", se lograron obtener los siguientes resultados: Comportamiento confiable del personal (P15): Con una calificación de 7.0, los huéspedes esperan que el personal sea confiable, lo cual es muy importante para sentirse seguro en el entorno del hostel. Amabilidad del personal (P16): También con un 7,0, la amabilidad del personal fue altamente calificada, ya que contribuye a una atmósfera acogedora y segura. Satisfacción con la compra (P17): con una valoración de 7,0, los clientes creen que es importante estar satisfecho con la decisión de compra, lo que aumenta la sensación de seguridad y confianza en el hotel. Conocimiento adecuado del personal para responder preguntas (P18): Respecto a 6.8, los clientes esperan que el personal tenga los conocimientos necesarios para resolver cualquier problema, esto es importante para garantizar la seguridad y la confianza en el servicio prestado.

Gráfico 5 Dimensión Elementos tangibles



Interpretación: A partir del análisis de las opiniones de los clientes en la dimensión de “Elementos tangibles”, se lograron obtener los siguientes resultados: Buena apariencia (P20): Con una calificación de 7.0, los clientes creen que los empleados deben tener una apariencia ordenada y profesional que cree una imagen limpia y atenta. Elementos materiales relacionados con el servicio (P21): También en la versión 7.0, los clientes valoran el atractivo visual de materiales como folletos, catálogos o trípticos, que contribuyen a una experiencia más profesional y agradable. Instalaciones visualmente atractivas (P22): Con 7,0, los huéspedes esperan que las comodidades sean agradables a la vista, reforzando su percepción de la calidad y el cuidado del entorno del hotel. Productos de apariencia moderna (P19): Con una valoración de 6,97, los clientes desean productos con un diseño moderno que refleje la importancia de la actualización y la estética en los servicios que presta el hotel.

2.10 Resultado del objetivo 2

2.10.1 Resultados y análisis de percepción

En función de los análisis mencionados anteriormente, se procede a aplicar una segunda encuesta para evaluar la percepción del servicio y medir el nivel de satisfacción del cliente. Para ello, se utiliza el modelo SERVQUAL, el cual compara las expectativas del cliente sobre la atención brindada por el Hostal Laurita con su percepción real del servicio recibido. La calidad del servicio se determina mediante la fórmula: Calidad = Expectativas - Percepciones.

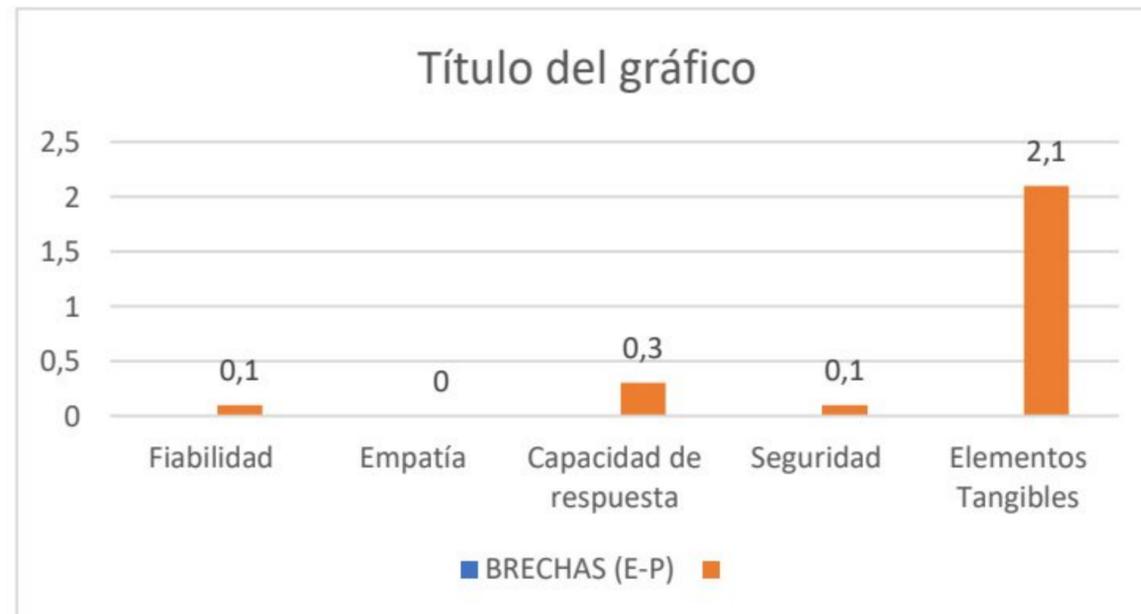
Tabla 5 *Resumen resultados*

Dimensiones	Promedio de Expectativa (E)	Promedio de Percepción (P)	de Brecha (E-P)
Fiabilidad	6,7	6,6	0,1
Empatía	6,5	6,5	0
Capacidad de respuesta	6,8	6,5	0,3
Seguridad	6,9	6,9	0,1
Elementos Tangibles	7	4,9	2,1

Nota. Obtenido de los resultados de la encuesta

Elaborado por: Alvarado Kelly

Gráfico 6 Brechas (E-P)



Interpretación: El gráfico muestra la diferencia entre las expectativas (E) y las percepciones (P) de los clientes en relación con las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL. Estas brechas reflejan las áreas en las que las expectativas de los clientes no están siendo completamente satisfechas en el hostel Laurita. La mayor brecha se encuentra en Elementos Tangibles (2,1), lo que sugiere que los clientes perciben deficiencias en la infraestructura, mobiliario, limpieza y presentación general del hostel. Un entorno descuidado o que no cumple con las expectativas de los huéspedes puede afectar su experiencia y satisfacción. La Capacidad de Respuesta presenta una brecha de 0,3, lo que indica que los clientes consideran que el personal del hostel podría ser más ágil y eficiente en la atención de solicitudes o solución de problemas. Un servicio lento o poco receptivo puede generar insatisfacción. Las brechas más pequeñas están en Fiabilidad (0,1) y Seguridad (0,1), lo que sugiere que los clientes consideran que la tienda es confiable y segura, aunque aún hay margen de mejora. Se debe reforzar la consistencia en la calidad del servicio y las medidas que aumenten la confianza del cliente en sus compras. En cuanto a Empatía (0,0), no hay brecha, lo que significa que los clientes están satisfechos con el trato y la atención personalizada del personal del hostel. Esto indica que los empleados han logrado generar una conexión positiva con los huéspedes.

2.11 Objetivo 3

Desarrollar un informe que reúna los hallazgos de la investigación sobre la percepción y nivel de satisfacción, donde se cumplió con lo que se requiere el indicador presentando un informe con las propuestas de mejora para el local, que permitirá más visualización del producto y accesibilidad para mejorar las estrategias y fomentar un logro.

La estructura consta de:

Portada

Índice

Introducción

Objetivos

Metodología

Resultados

Propuesta

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
TENA**



**INFORME DE LOS RESULTADOS
DE LA PERCEPCIÓN DE LA
CALIDAD Y ESTRATEGIAS DE
MEJORA PARA EL “HOSTAL
LAURITA”**



Autora: Kelly Yadira Alvarado Andy



INDICE DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	2
2	OBJETIVOS.....	4
2.1	Objetivo General.....	4
2.2	Objetivos Específicos.....	4
3	METODOLOGÍA POR CADA OBJETIVO.....	5
4	RESULTADO Y ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN.....	6
5	IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS DEL HOSTAL LAURITA.....	10
6	PROPUESTA Y ESTRATEGIA DE MEJORA.....	11

INTRODUCCIÓN



El hostal Laurita, es un establecimiento familiar y personal para dar alojamiento a los turistas y demás viajeros de manera que se encuentra ubicado en la ciudad del Tena, Provincia de Napo, Avenida 15 De Noviembre Av. Del Chofer, frente al terminal terrestre, este hostal invita a turistas locales, nacionales e internacionales a disfrutar de un espacio cómodo y acogedor.

Las habitaciones están equipadas con patio y televisión de pantalla plana con canales vía satélite. El hostal cuenta con un total de 28 habitaciones. Su ubicación céntrica, a solo 400 metros del centro de Tena, facilita el acceso a diversas atracciones locales, como el Centro de Ecoturismo Comunitario Kamak Maki, el Mirador de Tena y Las Rocas Lounge & Bar. El Hostal Laurita también ofrece estacionamiento gratuito en el lugar y admite mascotas previa solicitud. Además, proporciona servicios como recepción 24 horas, servicio de habitaciones y servicio de lavandería.

El presente informe tiene como finalidad analizar las expectativas y las percepciones de los clientes, se presenta este documento que recopila y analiza información sobre la satisfacción y percepción del cliente, este análisis se fundamenta en encuestas aplicadas a la ciudadanía, identificando los aspectos negativos de la percepción del cliente.

A partir de los resultados obtenidos, se desarrollan estrategias y buenas practicas enfocadas en áreas clave, estas propuestas buscan contribuir al mejoramiento del hostal, con el objetivo de fortalecer su compromiso con la calidad y la satisfacción de sus huéspedes.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Mejorar la calidad del servicio brindado en el Hostal Laurita a través de la implementación de estrategias basadas en los resultados del análisis de satisfacción de los huéspedes.

Objetivos Específicos:

- Analizar la percepción de los huéspedes sobre la calidad del servicio del hostal, enfocándose en atención al cliente, estado de las instalaciones, limpieza y relación calidad-precio.
- Detectar las áreas críticas que requieren mejoras mediante el análisis de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los huéspedes.
- Proponer recomendaciones concretas y viables dirigidas a la mejora continua de las áreas críticas identificadas, asegurando su aplicabilidad dentro de los recursos del hostal.

METODOLOGÍA POR CADA OBJETIVO

Para llevar a cabo el análisis de la percepción de la calidad del servicio en el Hostal Palmar del Río, se empleará un enfoque cuantitativo basado en la recopilación y análisis de datos obtenidos a través de encuestas aplicadas a los huéspedes. La metodología se desarrollará en las siguientes etapas:

Diseño de la Investigación

La investigación adopta un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para obtener un análisis integral de la percepción del servicio en el Hostal Laurita. Se aplica descriptivo para fundamentar teóricamente el estudio y un diseño exploratorio para identificar áreas críticas de servicio.

Instrumento de Recolección de Datos

Se utilizó el modelo SERVQUAL mediante la aplicación de encuestas estructuradas a los huéspedes del hostel. Las encuestas incluyeron preguntas cerradas con escalas de valoración para medir la diferencia entre expectativas y percepciones en cinco dimensiones clave: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Población y Muestra

La población objetivo está compuesta por los huéspedes del Hostal Laurita. Se aplicó un muestreo por juicio, seleccionando a 63 huéspedes con experiencias recientes en el establecimiento. Esta muestra permitió recoger información representativa sobre la percepción de la calidad del servicio.

Procedimiento de Análisis de Datos

Los datos recolectados fueron procesados y analizados mediante métodos estadísticos descriptivos y correlacionales. Se calcularon promedios para cada dimensión del modelo SERVQUAL. A partir de estos análisis, se identificaron las áreas críticas que requieren mejoras en el servicio del hostel.

Propuesta de mejora

Con base en los resultados obtenidos, se elaboró recomendaciones concretas y viables, enfocadas en la mejora continua de las áreas identificadas como críticas. Estas sugerencias son diseñadas considerando la factibilidad de implementación dentro de los recursos disponibles del hostal.

RESULTADO Y ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN (SATISFACCIÓN-INSATISFACCIÓN)

Posterior a la aplicación de una encuesta a 63 huéspedes, con la finalidad de conocer la percepción de la calidad, se obtienen los siguientes resultados:

Los datos de las encuestas fueron procesados en Excel, donde se calcularon los promedios de Expectativa y Percepción para cada pregunta dentro de cada dimensión. Posteriormente, se obtuvo la brecha de calidad restando (Expectativa - Percepción). Estos valores fueron organizados en una tabla para facilitar su análisis e identificar las áreas con mayores diferencias.

Tabla 1 Registro de resultados

Dimensiones	Pregunta	Expectativa	Percepción	Brecha (E-P)
Fiabilidad	El personal mostró un sincero interés en solucionarle el problema que se le presentó la última vez que los visitó.	6,7	6,7	0,0
	Se esfuerza por mantener registros exentos de errores.	6,7	6,3	0,3
	Cumple con el servicio en el tiempo prometido.	6,7	6,7	0,0
	Realiza bien el servicio desde la primera vez.	6,6	6,7	0.1
	Le informó exactamente cuándo le entregarían el producto ya antes anticipado y cumplió con ello.	6,6	6,6	0,0

Empatía	Ofrece atención individualizada a los clientes.	6,4	6,5	0,1
	Tiene empleados que ofrecen atención personal a los clientes.	6,5	6,2	0,2
	Tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	6,4	6,6	0,2
	Comprende las necesidades específicas de los clientes.	6,7	6,6	0,0
	Se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.	6,7	6,5	0,2
Capacidad de respuesta	El personal encargado le ofrece un servicio rápido.	6,7	6,5	0,2
	El personal comunica de manera clara a los clientes cuando concluirá la realización del producto ya antes anticipado	6,8	6,5	0,3
	El personal siempre está dispuesto a ayudar a los clientes.	6,7	6,4	0,3
	Nunca están demasiado ocupados para resolver las preguntas de los clientes.	6,8	6,7	0,2
Seguridad	El comportamiento del personal transmite confianza a los clientes.	7,0	6,8	0,2
	Los empleados son siempre amables con los clientes.	7,0	6,9	0,1

	Se sintió seguro de haber realizado la compra en dicha asociación	7,0	6,9	0,0
	El personal tiene conocimiento adecuado para atender las preguntas de los clientes.	6,8	6,9	0,1
Elementos Tangibles	Tiene productos de apariencia moderna	7,0	6,7	0,2
	Tiene una apariencia pulcra (vestimenta, uniforme, etc.).	7,0	3,0	4,0
	Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, catálogos, trípticos, etc.) son visiblemente atractivos.	6,9	3,2	3,7
	Las instalaciones son visualmente atractivas.	7,0	6,4	0,6

Nota. Obtenido de los resultados de la encuesta

Elaborado por: Alvarado Kelly

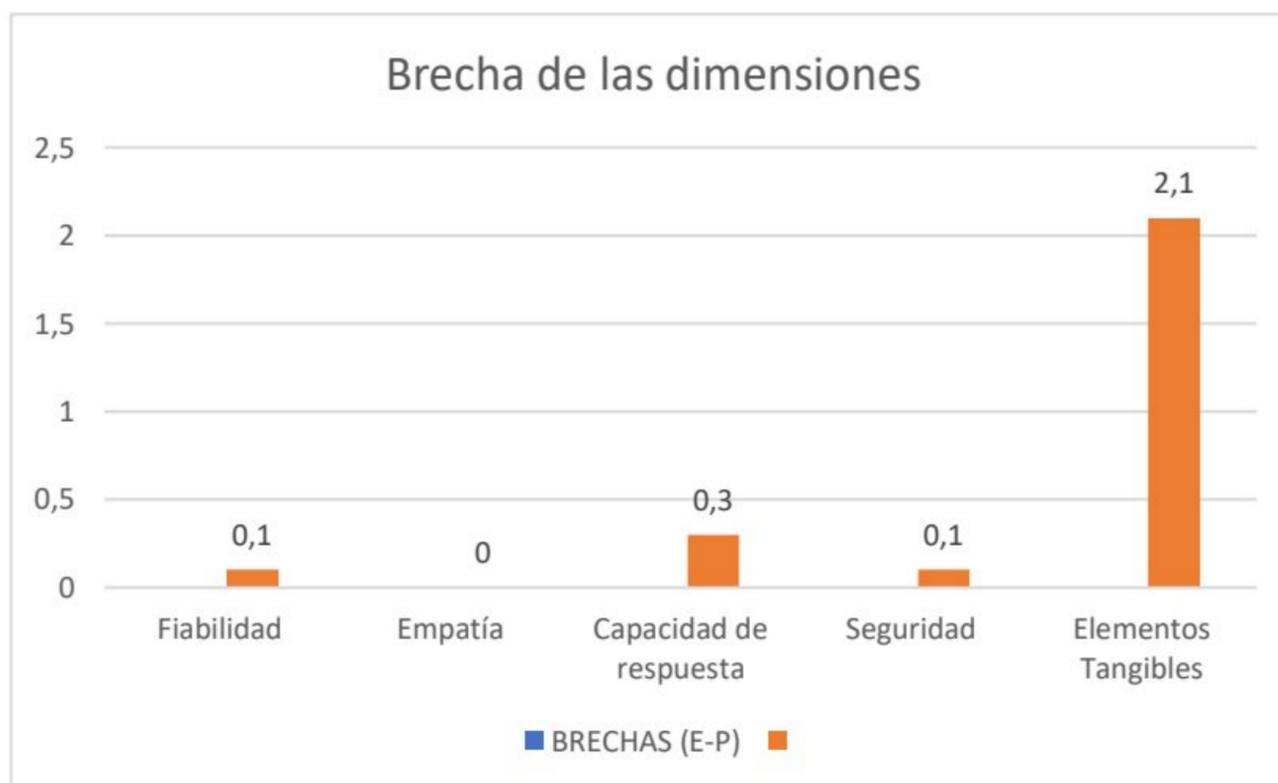
Tabla 2 Resumen de resultados

Dimensiones	Promedio de Expectativa (E)	Promedio de Percepción (P)	Brecha (E-P)
Fiabilidad	6,7	6,6	0,1
Empatía	6,5	6,5	0
Capacidad de respuesta	6,8	6,5	0,3
Seguridad	6,9	6,9	0,1
Elementos Tangibles	7	4,9	2,1

Nota. En la tabla se presentan los promedios de expectativa (E) y percepción (P) de los huéspedes en relación con las dimensiones de calidad del servicio.

Elaborado por: Alvarado Kelly

Gráfico 1 Brechas (E-P)



Interpretación: El gráfico muestra la diferencia entre las expectativas (E) y las percepciones (P) de los clientes en relación con las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL. Estas brechas reflejan las áreas en las que las expectativas de los clientes no están siendo completamente satisfechas en el hostel Laurita. La mayor brecha se encuentra en Elementos Tangibles 2,1, lo que sugiere que los clientes perciben deficiencias en la infraestructura, mobiliario, limpieza y presentación general del hostel. La Capacidad de Respuesta presenta una brecha de 0,3, lo que indica que los clientes consideran que el personal del hostel podría ser más ágil y eficiente en la atención de solicitudes o solución de problemas. Las brechas más pequeñas están en Fiabilidad (0,1) y Seguridad (0,1), lo que sugiere que los clientes consideran que la tienda es confiable y segura, aunque aún hay margen de mejora. En cuanto a Empatía (0,0), no hay brecha, lo que significa que los clientes están satisfechos con el trato y la atención personalizada del personal del hostel. Esto indica que los empleados han logrado generar una conexión positiva con los huéspedes.

IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS DEL HOSTAL LAURITA

Las áreas críticas que requieren mejoras según el análisis de las brechas en el gráfico son:



Nota: La imagen muestra que el personal no posee uniforme correspondiente de trabajo

- Elementos Tangibles (brecha de 2,1): Esta es la brecha más grande, lo que indica que los clientes perciben deficiencias en la infraestructura, mobiliario, limpieza y presentación general del hostal.
- Capacidad de Respuesta (brecha de 0,3): Aunque la brecha es más pequeña, todavía refleja que los huéspedes sienten que el personal podría ser más rápido y eficiente en la atención de solicitudes y problemas.
- Fiabilidad (brecha de 0,1) y Seguridad (brecha de 0,1): Aunque son las brechas más pequeñas, indican que hay aspectos mínimos pueden mejorarse para reforzar la confianza y seguridad percibida por los clientes. Pequeñas inconsistencias en la prestación del servicio o medidas de seguridad podrían estar generando esta percepción.

PROPUESTA Y ESTRATEGIA DE MEJORA

1. “Elementos Tangibles”

- Considera renovar o reparar los muebles y elementos de las habitaciones y áreas comunes. Esto puede incluir la pintura de las paredes, la reparación de los muebles dañados y la renovación de las sábanas o cortinas. Si el presupuesto es limitado, realizar cambios graduales podría ser una opción.
- Aumentar la frecuencia de limpieza de las habitaciones y áreas comunes, y asegurarse de que se utilicen productos de limpieza de buena calidad. Puedes asignar personal dedicado a verificar los estándares de limpieza y mejorar la capacitación de este equipo.
- Implementar detalles pequeños pero efectivos, como plantas, decoraciones sencillas y un ambiente más acogedor. Esto no requiere una gran inversión, pero puede mejorar la percepción de los huéspedes.

2. “Capacidad de Respuesta”

- Proporcionar formación continua en atención al cliente y manejo de quejas para garantizar que el personal sea más ágil y eficiente al atender solicitudes o resolver problemas.
- Implementar procedimientos estandarizados para resolver problemas comunes de manera más rápida y eficaz. Esto puede incluir una comunicación más fluida entre el personal y la implementación de herramientas digitales (como una app o sistema de gestión) para registrar y seguir las solicitudes de los huéspedes.
- Motivar al personal para que anticipe las necesidades de los huéspedes y no solo responda a las solicitudes. Esto puede incluir pequeñas acciones como ofrecer ayuda adicional antes de que se pida.

3. “Fiabilidad”

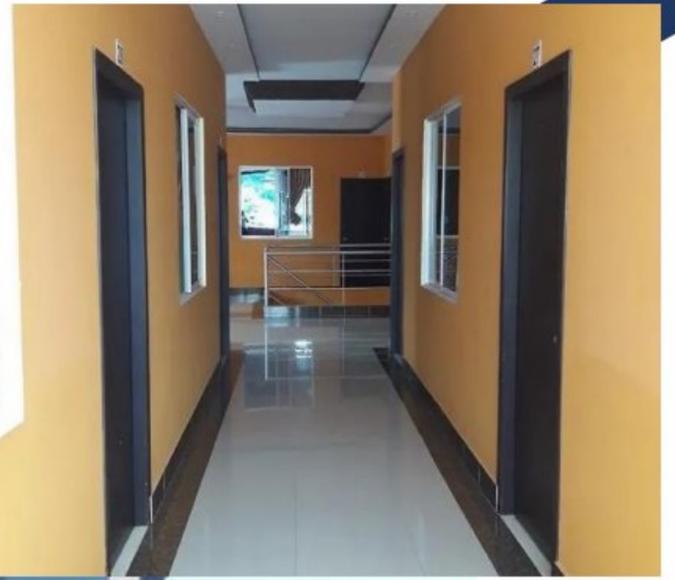
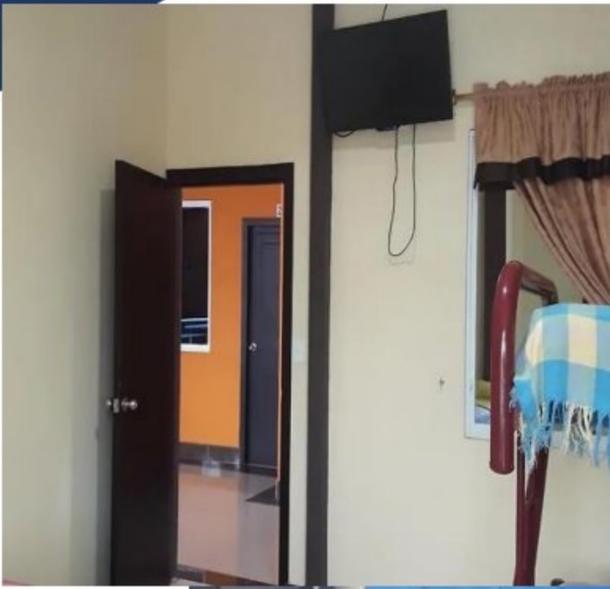
- Implementar un sistema de gestión de reservas preciso para reducir errores y garantizar que los huéspedes reciban la habitación correcta. Asegurarse de que este sistema esté siempre actualizado y sea fácil de usar, minimizando la posibilidad de inconsistencias.
- Estandarizar los procedimientos de atención al cliente para asegurar que cada huésped reciba el mismo nivel de calidad en el servicio. Esto incluye la creación de guías de procedimiento y capacitación continua para todo el personal en temas como atención telefónica, resolución de quejas y registros de solicitudes.
- Monitorear la calidad del servicio mediante encuestas regulares para detectar fallas o áreas de mejora en la experiencia del huésped. Implementar un sistema para recibir feedback constante y tomar acciones correctivas de manera oportuna.

4. “Seguridad”

- Garantizar una capacitación continua sobre protocolos de seguridad para todo el personal, incluyendo procedimientos de emergencia, evacuación y primeros auxilios. Esto asegurará que todos estén preparados para actuar rápida y eficazmente en situaciones críticas.
- Realizar revisiones periódicas de las instalaciones y equipos de seguridad, como cámaras de vigilancia, alarmas y salidas de emergencia. Asegurarse de que todo esté funcionando correctamente y que cualquier fallo se repare de inmediato para evitar situaciones inseguras.
- Mejorar la visibilidad de las medidas de seguridad mediante la instalación de señalización clara y visible en las habitaciones y áreas comunes. Esto incluye indicaciones sobre salidas de emergencia, ubicaciones de extintores y normas de seguridad, lo que proporcionará a los huéspedes una sensación de confianza y protección.

Hostal Laurita Tena

*Avenida 15 De Noviembre Av.
Del Chofer, Tena, Ecuador*



3 CONCLUSIONES

- Se realizó un análisis detallado de las expectativas de los clientes sobre los servicios generales del Hostal Laurita mediante una entrevista a la propietaria y encuestas con el método SERVQUAL. Los resultados evidenciaron que la seguridad, la amabilidad del personal y la apariencia del hostal fueron los aspectos más valorados, con una puntuación de 7,0, mientras que la eficiencia en el servicio y la claridad en la comunicación también fueron clave en la percepción de calidad, lo que permitió identificar los factores más relevantes que influían en la percepción de los huéspedes.
- Se concluyó que, a través de las encuestas basadas en el modelo SERVQUAL, se identificó un nivel general de insatisfacción moderadamente alto entre los huéspedes, con la mayor insatisfacción concentrada en la dimensión de Elementos Tangibles, con una brecha de (2,1), lo que reflejó deficiencias en la infraestructura, mobiliario y limpieza del hostal. También se observó una insatisfacción moderada en las dimensiones de Capacidad de Respuesta, Fiabilidad y Seguridad, aunque las brechas fueron menores. La dimensión de Empatía no presentó brecha, lo que indicó que el trato y la atención personalizada brindados por el personal fueron altamente valorados por los clientes.
- Se elaboró un informe integral que recopiló los hallazgos sobre la expectativa y percepción de los huéspedes, permitiendo identificar las áreas críticas del servicio en el Hostal Laurita. A partir de este diagnóstico, se propusieron recomendaciones viables enfocadas en mejorar la atención al cliente, optimizar los procesos internos y fortalecer la infraestructura, con el objetivo de garantizar una mejor experiencia para los huéspedes y elevar la calidad del servicio.

4 RECOMENDACIONES

- Se sugiere reforzar la infraestructura y el mobiliario del hostel para mejorar la apariencia y el confort general. Además, es importante mantener una comunicación clara y eficiente con los huéspedes para asegurar que sus expectativas en cuanto a la seguridad, amabilidad y eficiencia del servicio sean siempre superadas.
- se recomienda realizar una renovación de las instalaciones para mejorar la infraestructura, el mobiliario y la limpieza. Además, es fundamental implementar programas de capacitación en servicio al cliente para mejorar la capacidad de respuesta y la fiabilidad del personal, así como seguir reforzando la seguridad en el hostel. La empatía demostrada por el personal debe mantenerse y seguir siendo una ventaja competitiva.
- Se sugiere implementar un plan de acción basado en las recomendaciones del informe, estableciendo metas claras y un sistema de seguimiento para evaluar la efectividad de las mejoras, asegurando que los cambios realizados contribuyan al incremento de la satisfacción de los huéspedes.

5 BIBLIOGRAFIA

Armenta, J. (2023). Modelo SERVQUAL para evaluar la calidad en el servicio al cliente de empresa de autoservicio. *Revista de investigacion academica sin frontera*, 1.

Calderón, B., & Altamirano, H. (Diciembre de 2014). *La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la ciudad de Baños de agua santa*.

Obtenido de Repositorio Institucional UNIANDES:
<https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/2657>

Cardona, J. (2015). ORTODOXIA Y FISURAS EN EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTUDIOS DESCRIPTIVOS. *Revista Med*, 2.

Cedeño, I., & Bernardo, J. (07 de Octubre de 2024). *Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el hostel Rocafuerte del cantón Rocafuerte, provincia de Manabí. Rocafuerte, provincia de Manabí*.

Journal ScientificMQRInvestigar. Obtenido de LINKEDIN:
<https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-experiencia-post-reserva-para-en-lucas-altamirano-adbyf>

Dasilva, D. (14 de Septiembre de 2024). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Qué es escala de Likert y cómo aplicarla: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-escala-de-likert/>

Fabio, S. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 4-5.

Fischer, L., & Espejo, J. (2017). *Introducción a la investigación de mercados*. McGraw-hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Galvis, O. (2006). Tipos de Investigación. *Revista Científica General José María Córdova*, 1-2.

Gómez, D. (15 de Junio de 2023). *SERVQUAL: guía básica sobre el modelo de calidad de servicio*. Obtenido de blog.hubspot.es: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-servqual#:~:text=Ahora%20hablemos%20m%C3%A1s%20de%20c%C3%B3mo,las%20que%20explicaremos%20a%20continuaci%C3%B3n>.

Huaman, C., & Calanchez, Á. (2024). Calidad del servicio al cliente y exclusividad en la experiencia turística de lujo en Perú. *INVECOM*, 1-2.

Ministerio de turismo. (2024, 3 de enero). *El ministerio de turismo presentó su plan de turismo 2024*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-presento-su-plan-de-turismo-2024/#:~:text=Adem%C3%A1s%20se%20desarrollar%C3%A1n%20seis%20Portafolios,la%20oferta%20tur%C3%ADstica%20gastron%C3%B3mica%20nacional>.

Mitjana, L. R. (4 de Julio de 2020). *Teoría de la expectativa de Vroom: qué es y qué dice sobre el trabajo*. Obtenido de psicologiaymente.com: <https://psicologiaymente.com/organizaciones/teoria-expectativa-vroom>

Olortegui, D. (2018). *PERCEPCIÓN DE CLIENTES SOBRE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE BRINDA EL HOSTAL BECERRA*. Cajamarca-Peru.

Reyna, M. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, 6.

Ríos, J. F. (2014). *Optimización de la cadena logística*. Madrid: CEP S.L.

Salas, D. (8 de Diciembre de 2020). *Investigalia*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-informe-de-investigacion/>

Salinas, Y., Sucari, W., Sarmiento, L., Huaman, R., Paullo, Y., & Chavez, G. (2023). ¿Cómo debería implementarse el marco teórico en la investigación cuantitativa? *Universidad del Pacífico*, 1.

Santander Universidades. (10 de 12 de 2021). *santander-openacademy*. Obtenido de Investigación cualitativa y cuantitativa: características, ventajas y limitaciones: <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>

Universidad de la república facultad de enfermería departamento de documentación y biblioteca. (2020). ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA. *Universidad de la republica Uruguay*, 1.

Villacis, L., Macias, J., Meneses, W., & Espinoza, M. (2021). Análisis de la calidad del servicios hoteleros en el cantón sucre . *Journal of business and entrepreneurial studies*, 3-4.

6 ANEXOS

6.1 Anexos 1 Solicitud de permiso del proyecto

Tena, 08 de enero del 2025

Sra:
Kathia Paola Molina Zamora
Gerente del hostal Laurita
Presente.-

De mi consideración:

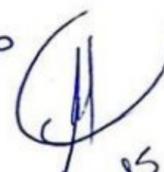
Yo, **Kelly Yadira Alvarado Andy**, con número de cédula 1501061061, estudiante de la carrera de la Administración del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA, remito a usted que me **AUTORICE**, la realización del **proyecto del examen complejo**, titulado: **ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL "HOSTAL LAURITA" DE LA CIUDAD DEL TENA.**

Por la atención que sepa dar a la solicitud, expreso mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,



Kelly Yadira Alvarado Andy
Estudiante del ITSTENA
Gmail: kelyalvarado1995@gmail.com
C.I. 1501061061
Cel. 0939214181

Recibido

10-01-2025

6.2 *Anexo 2 Carta de autorización del proyecto*

Tena, 09 de enero del 2023

Srta.
Kelly Yadira Alvarado Andy
ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA
Presente.-

De mi consideración:

Yo, Kathia Paola Molina Zamora, AUTORIZO a la Srta. **Kelly Yadira Alvarado Andy**, portador de la cédula de la ciudadanía N° **1501061061**, estudiante de la carrera Administración del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA, hacer uso de la información reservada del hostel para la realización del **proyecto del examen complejo**, titulado: **ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL "HOSTAL LAURITA" DE LA CIUDAD DEL TENA**, ubicado al frente de la terminal terrestre.

Por la atención que sepa dar a la solicitud, expresamos nuestros más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Sra. Kathia Paola Molina Zamora
GERENTE DEL HOSTAL LAURITA

6.3 Anexo 3 Modelo de entrevista

 <p>INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA Tecnología, Innovación y Desarrollo</p>	<p style="text-align: center;">ENTREVISTA Aplicada al propietario del Hostal</p>
--	--

Objetivo: Conocer la percepción de la calidad del servicio del “HOSTAL LAURITA” ubicado en el cantón Tena, provincia de Napo, la información obtenida servirá para poder desarrollar un análisis y proponer estrategias de mejora.

PREGUNTAS

1. ¿Qué medidas implementa el hostal para garantizar que los servicios ofrecidos a los clientes se brinden conforme a lo prometido?

.....
.....

2. ¿Cómo se asegura de que el personal del hostal ofrezca un trato personalizado y comprenda las necesidades específicas de cada cliente?

.....
.....

3. ¿Qué tipo de retroalimentación o comentarios suelen recibir de los huéspedes sobre los servicios ofrecidos?

.....
.....

4. ¿Cómo recopila y gestiona la retroalimentación que los huéspedes brindan sobre los servicios del hostal?

.....
.....
.....

5. ¿Qué estrategias utilizan actualmente para fidelizar a los clientes?

.....
.....
.....

6. ¿Qué estrategias utilizan para mantener una buena presentación del hostal, tanto en su infraestructura como en la apariencia del personal?

.....
.....
.....

7. ¿Cuáles son las quejas o problemas más comunes que manifiestan los clientes?

.....
.....
.....

8. ¿Qué tan importante considera que es la calidad del servicio para lograr que los clientes regresen o recomienden el hostel?

.....
.....
.....

9. ¿Qué porcentaje de sus clientes llegan a través de plataformas digitales, recomendaciones o agencias de turismo?

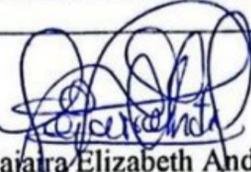
.....
.....
.....

10. ¿Cuáles consideran que son las principales fortalezas del hostel en términos de calidad del servicio?

.....
.....
.....

11. ¿Qué tan preparado está el personal del hostel para transmitir confianza y resolver problemas de manera profesional?

.....
.....
.....

Elaborado por:	
 Kelly Yadira Alvarado Andy ESTUDIANTE	
Validado por:	Legalizado:
 Ing. Diana Samanda Quilumba Shiguango TUTOR	 Lcda. Yajaira Elizabeth Andi Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

6.4 Anexo Modelo de encuesta

 INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA <small>Tecnología, Innovación y Desarrollo</small>	ENCUESTA DE EXPECTATIVA DE CALIDAD DE SERVICIO Aplicada a los clientes del hostel Laurita (INGRESO)
---	--

Objetivo: Conocer la percepción de la calidad del servicio por parte de quienes acuden al hostel Laurita.

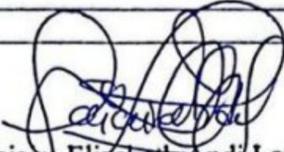
Instrucciones: Selecciones según su criterio la escala según el grado de importancia, 1 representa el puntaje más bajo (no es importante) y 7 representa el puntaje más alto (muy importante).

DIMENSIONES		1	2	3	4	5	6	7
FIABILIDAD								
1	El personal debe mostrar un sincero interés en solucionarle el problema que se le presenta							
2	El personal debe esforzarse por mantener registros exentos de errores.							
3	Debe cumplir con el servicio en el tiempo prometido.							
4	Debe realizar bien el servicio desde la primera vez.							
5	El personal debe informar exactamente cuándo van a entregar el producto o servicio.							
EMPATÍA								
6	Debe ofrecer atención individualizada a los clientes.							
7	Debe ofrecer atención personal a los clientes.							
8	Deben tener horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.							
9	El personal comprende las necesidades específicas de los clientes.							
10	El personal se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.							
CAPACIDAD DE RESPUESTA								
11	El personal debe ofrecer un servicio rápido.							
12	El personal debe comunicar de manera clara a los clientes cuando concluirán la realización del servicio.							
13	El personal siempre está dispuesto a ayudar a los clientes.							
14	Nunca debe estar demasiado ocupado para resolver las preguntas de los clientes.							
SEGURIDAD								
15	El comportamiento del personal debe transmitir confianza a los clientes.							
16	El personal siempre debe ser amable con los clientes.							
17	El cliente debe sentirse satisfecho de realizar su compra en la asociación							
18	El personal debe tener conocimiento adecuado para atender las preguntas de los clientes.							
ELEMENTO TANGIBLES								
19	Deben tener productos de apariencia moderna							
20	Debe tener una apariencia pulcra (vestimenta, uniforme, etc.).							
21	Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, catálogos, trípticos, etc.) deben ser visiblemente atractivos.							
22	Las instalaciones deben ser visualmente atractivas.							

Objetivo: Conocer la opinión de los clientes respecto a la calidad del servicio recibido por el personal del hostel Laurita

Instrucciones: Selecciones según su criterio la escala correspondiente, 1 representa el puntaje más bajo (total desacuerdo) y 7 representa el puntaje más alto (está totalmente de acuerdo).

DIMENSIONES		1	2	3	4	5	6	7
FIABILIDAD								
1	Mostró un sincero interés en solucionarle el problema que se le presentó la última vez que los visitó.							
2	Se esfuerza por mantener registros exentos de errores.							
3	Cumple con el servicio en el tiempo prometido.							
4	Realiza bien el servicio desde la primera vez.							
5	Le informó exactamente cuándo le entregarían el producto ya antes anticipado y cumplió con ello.							
EMPATÍA								
6	Ofrece atención individualizada a los clientes.							
7	Tiene empleados que ofrecen atención personal a los clientes.							
8	Tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.							
9	Comprende las necesidades específicas de los clientes.							
10	Se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.							
CAPACIDAD DE RESPUESTA								
11	El personal encargado le ofrece un servicio rápido.							
12	El personal comunica de manera clara a los clientes cuando concluirá la realización del producto ya antes anticipado							
13	El personal siempre está dispuesto a ayudar a los clientes.							
14	Nunca están demasiado ocupados para resolver las preguntas de los clientes.							
SEGURIDAD								
15	El comportamiento del personal transmite confianza a los clientes.							
16	Los empleados son siempre amables con los clientes.							
17	Se sintió seguro de haber realizado la compra en dicha asociación							
18	El personal tiene conocimiento adecuado para atender las preguntas de los clientes.							
ELEMENTO TANGIBLES								
19	Tiene productos de apariencia moderna							
20	Tiene una apariencia pulcra (vestimenta, uniforme, etc.).							
21	Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, catálogos, trípticos, etc.) son visiblemente atractivos.							
22	Las instalaciones son visualmente atractivas.							

Elaborado por:	
 Kelly Yadira Alvarado Andy ESTUDIANTE	
Validado por:	Legalizado:
 Ing. Diana Samanta Quilumba Shiguango TUTOR	 Lcda. Yajaira Elizabeth Andri Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

6.5 Anexo Entrevista y encuesta

DETALLE



Nota: Entrevista al gerente del hostel



Nota: Encuesta a huésped del hostel