



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA**

**Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la  
Isla Isabela Provincia de Galápagos.**

**AUTORES**

**Gil Jaramillo, Kevin Antonio  
González Zamora, Erick Anthony**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTORA**

**Lcda. Paola Cecilia Gálvez Izquieta, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Gil Jaramillo, Kevin Antonio y González Zamora, Erick Anthony, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

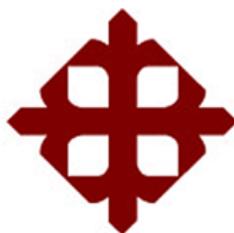
**Lcda. Paola Cecilia Gálvez Izquieta, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, 04 días de marzo del 2020**



**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Gil Jaramillo, Kevin Antonio**

**DECLARO QUE**

El Trabajo de Titulación, **Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos**, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

**EL AUTOR**

---

**Gil Jaramillo, Kevin Antonio**



**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **González Zamora, Erick Anthony**

**DECLARO QUE**

El Trabajo de Titulación, **Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos**, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

**EL AUTOR**

---

**González Zamora, Erick Anthony**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Gil Jaramillo, Kevin Antonio**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

**EL AUTOR**

---

**Gil Jaramillo, Kevin Antonio**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, González Zamora, Erick Anthony**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

**EL AUTOR**

---

**González Zamora, Erick Anthony**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

## Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos**, presentado por los estudiantes **Gil Jaramillo, Kevin Antonio y González Zamora, Erick Anthony**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">TT. GIL JARAMILLO Y GONZÁLEZ ZAMORA.docx</a> (D63767278)
Presentado	2020-02-11 17:53 (-05:00)
Presentado por	paola.galvez@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	aline.gutierrez.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	TT Gil Jaramillo - Gonzalez Zamora <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> 2% de estas 68 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

---

**Lcda. Paola Cecilia Gálvez Izquieta, Mgs.**

**TUTORA**

## **Agradecimiento**

A Dios, quien ha bendecido mi camino no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento brindándome salud, fuerza y sabiduría para continuar con este proceso y permitirme obtener mi título.

A mis padres Antonio Gil y Beatriz Jaramillo quienes con su amor, apoyo y esfuerzo me han permitido alcanzar este momento tan importante en mi formación profesional.

Le agradezco a Dios por sus vidas.

A mi hermana Arlett Gil por estar conmigo en todo momento brindándome su cariño y apoyo absoluto.

A toda mi familia por sus consejos y apoyo incondicional a lo largo de mi vida.

A Sharon Nieto por haberme hecho pasar los mejores momentos en la universidad y por ser parte fundamental en mi vida.

A mis amigos que tuve el placer de conocer durante estos cinco años y que me enseñaron el verdadero valor de la amistad.

A mi directora de tesis Lcda. Paola Galvez quien con su experiencia y conocimiento supo orientarnos para cumplir nuestra meta.

**Kevin Antonio Gil Jaramillo**

## **Dedicatoria**

Este trabajo de titulación está dedicado a Dios por guiarme en este ciclo de mi vida,  
permitiéndome culminar con éxito mi carrera universitaria.

A mis padres por ser mi mayor inspiración y el soporte que siempre necesité para  
cumplir todas mis metas anheladas.

**Kevin Antonio Gil Jaramillo**

## **Agradecimiento**

Primero que nada, agradezco a Dios por brindarme una vida llena de oportunidades y llenarme de fuerza para los momentos más difíciles y de debilidad, siendo un pilar fundamental para mi vida personal y profesional.

A mis padres que sin ellos no podría estar donde estoy ahora ni ser la persona que soy ahora, por criarme con buenos valores, siempre apoyándome incondicionalmente en cada momento. Este logro también es de ellos por sus esfuerzos y sacrificios a lo largo de toda mi vida.

A mis abuelitas que también me ayudaron en mi formación como persona además del fortalecimiento de mi fe hacia Jehová Dios.

A mis abuelitos que aunque no haya pasado mucho tiempo con ellos siempre los llevo presente en mi vida.

A mi hermano y mis sobrinos que también son fundamentales en mi vida.

A todos mis tíos y primos por brindarme momentos en familia inolvidables y también, así como mis padres apoyarme en cada momento.

A mis compañeros y amigos que tuve el placer de conocer en esta institución que fueron importantes en todos los ciclos académicos y por pasar momentos inolvidables de ocio.

A mis amigos del colegio que hoy por hoy son como una familia para mí y también son importantes en mi vida.

A mis profesores y tutora de tesis, que me impartieron sus conocimientos, me guiaron en este trabajo de investigación y a poder concluir esta etapa de mi vida profesional.

A todos y cada uno de ellos, ¡Gracias!

**Erick Anthony González Zamora**

## **Dedicatoria**

Este trabajo se lo dedico a Dios por brindarme momentos inolvidables en mi vida y darme la bendición de tener unos padres, familia y amigos incondicionales que me dieron su apoyo y forman parte del proceso de mi vida tanto personal como profesional.

A los docentes que a lo largo de mi carrera universitaria compartieron sus conocimientos y experiencias. Por ultimo a nuestra tutora por su apoyo y guía en todo el trabajo de investigación.

**Erick Anthony González Zamora**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Paola Cecilia Gálvez Izquieta, Mgs.**

TUTORA

---

**Ing. José Medina Crespo, Mgs.**

DIRECTOR DE CARRERA

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA

---

**Lcda. Aline Gutierrez Northié, Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Gil Jaramillo, Kevin Antonio</b>	
<b>González Zamora, Erick Anthony</b>	

---

**Lcda. Paola Cecilia Gálvez Izquieta, Mgs.**

**TUTORA**

## Índice General

Introducción.....	2
Antecedentes.....	4
Justificación.....	6
Planteamiento del problema .....	7
Objetivos.....	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos.....	9
Capítulo 1: Fundamentación teórica.....	10
Ciclo de Deming .....	10
Teoría de los dos factores de Herzberg en la satisfacción al cliente.....	11
Pirámide de Maslow .....	13
Marco Referencial.....	14
Aplicación del modelo HotelQual en el Hotel Ecuahogar de la ciudad de Guayaquil. ....	14
Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales en Piura través del análisis de sus expectativas y percepciones. ....	15
Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca; y, propuesta de diseño del modelo ServQual para: Hotel Zahir 360, año 2015.....	16
Aplicación del modelo <i>ServQual</i> para la medición de la calidad del servicio del Hotel Gran Turismo en México. ....	17
La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras.....	18
Marco Conceptual.....	19
Turismo .....	19
Calidad .....	19
Aspectos Tangibles .....	19
ServQual.....	19
HotelQual .....	19
Expectativa.....	19
Percepción.....	20
Servicios turísticos .....	20
Modelo de las Brechas .....	22
Check List .....	22
Marco Legal.....	22
Constitución del Ecuador .....	22

Plan Toda una Vida.....	23
Ley de Turismo .....	24
Reglamento de alojamiento turístico provincial de Galápagos.....	24
Ley Orgánica de Defensa del Consumidor .....	27
Marco Contextual.....	27
Capítulo 2: Diagnóstico actual del Hostal La Laguna.....	30
Descripción de la empresa .....	30
Organigrama del Hostal La Laguna.....	30
Funciones por cargo de trabajo.....	31
Tarifas de las Habitaciones del Hostal La Laguna.....	33
Diagrama de Flujos.....	36
Resultados de la entrevista realizada al Administrador.....	40
Análisis de la satisfacción de los clientes del Hostal La Laguna en base a plataformas de reseñas online. (TripAdvisor, Booking, Kayak) .....	42
Resultados del check list realizado en las áreas del Hostal La Laguna .....	47
Análisis FODA.....	50
Capítulo 3: Metodología de la investigación.....	52
Metodología de Investigación.....	52
Enfoque de la Investigación.....	52
Objetivo y Alcance de la investigación .....	53
Técnicas de recolección de información.....	53
Modelo HotelQual .....	54
Las brechas del modelo ServQual.....	56
Tamaño de la muestra .....	58
Análisis de Resultados .....	60
Análisis de la encuesta según la expectativa del Hostal La Laguna .....	60
Análisis de las encuestas referente a la percepción del huésped realizadas en el Hostal La Laguna basadas en el modelo HotelQual. ....	61
Análisis de resultados de los ítems para establecer la brecha 5 del modelo sobre la calidad de servicio.....	80
Capítulo 4: PROPUESTA DE MEJORA .....	84
Objetivo general.....	84
Plan de mejora en la calidad de servicios del Hostal La Laguna.....	85
Primera Fase: Planear.....	85
Segunda Fase: Hacer .....	88
Tercera fase: Verificar.....	96

Cuarta fase: Actuar.....	96
Conclusiones.....	98
Recomendaciones .....	99
Referencias Bibliográficas.....	100
Apéndices .....	107

## Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Relación Entre Las Dimensiones y La Satisfacción e Insatisfacción Del Cliente</i> .....	12
Tabla 2. <i>Auto Identificación Cultural de los Habitantes de Isabela</i> .....	28
Tabla 3. <i>Sitios más Visitados en la Isla Isabela</i> .....	29
Tabla 4. <i>Tipos de Habitación del Hostal La Laguna</i> .....	32
Tabla 5. <i>Tarifa de Temporada Baja del Hostal La Laguna</i> .....	33
Tabla 6. <i>Tarifa de Temporada Alta del Hostal La Laguna</i> .....	34
Tabla 7. <i>Políticas de Reserva</i> .....	35
Tabla 8. <i>Políticas de Cancelación</i> .....	36
Tabla 9. <i>Operadoras Turísticas Aliadas al Hostal La Laguna</i> .....	40
Tabla 10. <i>Dimensiones y Variables del Modelo HotelQual</i> .....	55
Tabla 11. <i>Resultado del cuestionario: promedio de expectativa y perspectiva, desviación estándar y brecha o Gap 5</i> .....	81
Tabla 12. <i>Problemas Encontrados para el Desarrollo de la Propuesta de Mejora</i> .....	85
Tabla 13. <i>Objetivos Estratégicos de la Dimensión Personal</i> .....	86
Tabla 14. <i>Objetivos Estratégicos de la Dimensión Instalaciones</i> .....	86
Tabla 15. <i>Objetivos Estratégicos de la Dimensión Organización</i> .....	87
Tabla 16. <i>Acitvidades del Plan de Mejora</i> .....	88
Tabla 17. <i>Diagrama de Gantt Quincenal de las Actividades</i> .....	92

## Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Pirámide De Maslow. Adaptado de: Anzule, 2017 .....	13
<i>Figura 2.</i> Organigrama del Hostal La Laguna .....	31
<i>Figura 3.</i> Habitación Matrimonial del Hostal La Laguna .....	33
<i>Figura 4.</i> Habitación Doble del Hostal La Laguna .....	33
<i>Figura 5.</i> Diagrama de Flujo del Proceso de Check In del Hostal La Laguna.....	37
<i>Figura 6.</i> Diagrama de Flujo del Proceso de Check Out del Hostal La Laguna .....	38
<i>Figura 7.</i> Diagrama de Flujo del Proceso de Limpieza de Habitaciones del Hostal La Laguna .....	39
<i>Figura 8.</i> Calificación del Hostal La Laguna en TripAdvisor. ....	43
<i>Figura 9.</i> Reseña en TripAdvisor .....	43
<i>Figura 10.</i> Reseña en TripAdvisor .....	44
<i>Figura 11.</i> Calificación del Hostal La Laguna en Booking .....	44
<i>Figura 12.</i> Reseña en Booking.....	45
<i>Figura 13.</i> Reseña en Booking.....	45
<i>Figura 14.</i> Calificación del Hostal La Laguna en Kayak .....	46
<i>Figura 15.</i> Reseña en Kayak .....	46
<i>Figura 16.</i> Reseña en Kayak .....	47
<i>Figura 17.</i> Análisis FODA del Hostal La Laguna.....	51
<i>Figura 18.</i> Modelo de Brechas del Método ServQual. Tomado de: El modelo ServQual de calidad de servicio por González, 2013. ....	57
<i>Figura 19.</i> Resultados en base al género que se hospedan en el Hostal La Laguna. ....	61
<i>Figura 20.</i> Resultados del rango de edad de huéspedes del Hostal La Laguna .....	62
<i>Figura 21.</i> Resultados referente a la nacionalidad de los turistas que se hospedan en el Hostal La Laguna.....	62
<i>Figura 22.</i> Resultado de la satisfacción en cuanto a la disposición en ayudar al huésped .....	63
<i>Figura 23.</i> Resultado de la satisfacción en la solución de problemas del huésped .....	64
<i>Figura 24.</i> Resultados de la satisfacción a la disposición que tiene el personal por conocer las necesidades del huésped .....	64
<i>Figura 25.</i> Resultados de la satisfacción del huésped en cuanto si el personal es competente y profesional.....	65
<i>Figura 26.</i> Resultados sobre la disponibilidad de información por parte del personal cuando el huésped lo solicita .....	66

<i>Figura 27.</i> Resultados de la confianza que transmite el personal del Hostal La Laguna a los huéspedes .....	67
<i>Figura 28.</i> Resultados de la encuesta referente al aspecto del personal.....	67
<i>Figura 29.</i> Resultados obtenidos referente a que tan agradable son las áreas e instalaciones del Hostal La Laguna .....	68
<i>Figura 30.</i> Resultado referente a la conservación de áreas y equipamientos del Hostal La Laguna .....	69
<i>Figura 31.</i> Resultado referente a lo confortables y acogedoras que son las instalaciones en el Hostal La Laguna .....	69
<i>Figura 32.</i> Resultados de las encuestas sobre la seguridad de las instalaciones.....	70
<i>Figura 33.</i> Resultado de las encuestas referente a si las instalaciones están limpias ....	71
<i>Figura 34.</i> Resultados de la encuesta acorde a la facilidad de conseguir información sobre los diferentes servicios que solicita al cliente .....	71
<i>Figura 35.</i> Resultados de las encuestas referente a si se actúa con discreción y se respeta la intimidad de los huéspedes del Hostal La Laguna.....	72
<i>Figura 36.</i> Resultados de las encuestas referente a la disponibilidad de la organización para resolver inconvenientes del huésped .....	73
<i>Figura 37.</i> Resultado de la encuesta referente a la rapidez de los diferentes servicios del Hostal La Laguna.....	73
<i>Figura 38.</i> Resultados de las encuestas referente a la información que manejan los empleados sobre el huésped que ingresa al Hostal La Laguna.....	74
<i>Figura 39.</i> Resultados de las encuestas referente a la eficacia al solucionar problemas que tengas los huéspedes .....	75
<i>Figura 40.</i> Resultados de la interrogante referente a la importancia que tienen los huéspedes para la organización del Hostal La Laguna .....	76
<i>Figura 41.</i> Resultados de las encuestas acorde al cumplimiento de las condiciones planteadas por parte del alojamiento a los huéspedes .....	77
<i>Figura 42.</i> Promedio de las interrogantes de la dimensión personal.....	78
<i>Figura 43.</i> Promedios de las interrogantes de la dimensión instalaciones .....	79
<i>Figura 44.</i> Promedios de las interrogantes de la dimensión organización .....	80
<i>Figura 45.</i> Promedio de la percepción versus la expectativa en el Hostal La Laguna...	82
<i>Figura 46.</i> Hostal La Laguna .....	121
<i>Figura 47.</i> Fotografía en el Alojamiento.....	121

## Índice de Apéndices

Apéndice A. Entrevista al Administrador.....	107
Apéndice B. Ficha de Observación Directa.....	109
Apéndice C. Encuesta de la Expectativa según el Hostal La Laguna .	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Apéndice D. Modelo de Encuesta Diseñada en Español de la Perspectiva del Huésped .....	114
Apéndice E. Modélo de Encuesta Diseñada en Inglés de la Perspectiva del Huésped	116
Apéndice F. Foda Estratégico.....	118
Apéndice G. Fotografías del Trabajo de Campo .....	121

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo implementar una propuesta de mejora en la calidad de los servicios que ofrece el Hostal La Laguna ubicado en la Isla Isabela, Provincia de Galápagos; para la elaboración de este estudio se empleó el método empírico, la investigación descriptiva y enfoques tanto cualitativo como cuantitativo, de igual manera, se empleó la metodología HotelQual con la intención de evaluar el servicio del alojamiento. Con esta herramienta se calificó el personal, instalaciones y organización del hostal las cuales son las dimensiones de este método. Asimismo, se optó por trabajar con el Gap 5 de la escala ServQual que mide la diferencia entre expectativa y perspectiva del servicio, los niveles de expectativa fueron establecidos por el establecimiento según la organización, y por el lado de la perspectiva se utilizó un cuestionario conformado por 20 preguntas para medir la satisfacción del huésped. De igual manera, se realizó una entrevista al administrador del alojamiento, además de un checklist y elaboración de un foda con el fin de conocer la situación actual del hostal. Asimismo, se obtuvo información de reseñas de huéspedes que se hospedaron en el establecimiento por medio de plataformas de reserva online para conocer su grado de satisfacción. Con la información recolectada en el desarrollo de esta investigación se propuso el plan de mejora en la calidad del servicio para el Hostal La Laguna identificando las falencias y brechas negativas de los resultados de las herramientas de recolección de datos y observación con el fin de establecer estrategias que ayuden a mejorar la calidad del servicio en el alojamiento. Finalmente se optó por hacer algunas recomendaciones con la finalidad de que los directivos del alojamiento puedan tomarlas en cuenta, para el futuro bienestar de la empresa.

**Palabras Clave:** HotelQual, Expectativa, Perspectiva, Calidad en el servicio, Satisfacción, Hostal.

## **Abstract**

The main objective of this research is the implementation of a proposal to improve the quality of the services offered by the Hostel La Laguna located on Isabela Island, in Galapagos province; for this study was used the empirical method, descriptive research and qualitative and quantitative approaches, in the same way, it was used the HotelQual methodology to evaluate the Hostel services. The dimensions of this tool are classified by staff, facilities and organization. Also this research works with the GAP 5 of the ServQual scale which measures the difference between expectation and perspective of the Hostel services, the expectation level was set by the establishment according to the organization, and on the side of the perspective it was used a questionnaire consisting of 20 questions to measure guest satisfaction. Likewise, it has been made an interview with the Hostel manager, as well as a checklist and an elaboration of a swot analysis in order to know the current situation of the Hostel. In addition, it was obtained information from guest reviews who stayed at the property through booking platforms to know their satisfaction. With the information collected in the development of this research, the plan to improve the quality of the service of the Hostel La Laguna was proposed by identifying the shortcomings and the negative gaps in the result of the data collection tool and to make strategies to help the quality of service in the accommodation. Finally, some recommendations were made so the managers of the Hostel can consider for the future well-being of the company.

**Key Words:** HotelQual, Expectative, Perspective, Quality of service, Satisfaction, Hostel.

## **Introducción**

Según la Organización Mundial del Turismo (2017), en su investigación referente a la actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en el Ecuador explica que, el turismo se ha mantenido en constante evolución y desarrollo convirtiéndose en uno de los sectores de mayor crecimiento a pesar de los problemas económicos que existen en muchos países. En volumen de negocios el turismo ha igualado o incluso superado a otras fuentes de ingresos como la exportación de petróleo, la producción de automóviles y la producción alimentaria, por lo que se posiciona como uno de los sectores más productivos en la economía mundial.

Uno de cada 11 empleados a nivel mundial tiene una relación con el turismo, por lo tanto, aporta el 10% del PIB mundial, genera exportaciones por más de 1.5 billones de dólares, además constituye el 7% del comercio internacional y el 30% de las exportaciones de servicios en todo el mundo (Chavez, Fernandez, & Gómez, 2017).

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, (MINTUR, 2018), en su informe de rendición de cuentas en el país la contribución total del turismo al PIB alcanza el 5.51% de los cuales el 2.28% es de tipo directo, además a nivel nacional en Ecuador existen 23.933 establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo, por el lado de la actividad de alojamiento se registra un total de 3.658 establecimientos a nivel nacional, siendo la segunda actividad turística con mayor establecimientos seguido de la actividad de alimentos y bebidas que cuenta con 17.233 establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo. Asimismo, en las Islas Galápagos según el Ministerio de Turismo señala que existe 317 establecimientos que ofrecen el servicio de alojamiento en sus diferentes categorías, finalmente en la Isla Isabela el destino que está enfocada esta investigación posee 71 establecimientos de alojamiento (MINTUR, 2019). Por consiguiente, el Hostal La Laguna debe ser más competitivo y mejorar sus servicios, ya que el destino ofrece una gran cantidad de ofertas de alojamiento para los turistas que visitan este destino.

De acuerdo con una publicación del Ministerio del Ambiente (2017), se señala que las Islas Galápagos fueron reconocidas como mejor destino verde del mundo con el premio World Travel Awards en el año 2013, esto conlleva a la necesidad de crear ofertas turísticas de calidad que vaya de la mano con sus atractivos naturales sin alterar al ecosistema del destino. Según el informe brindado por el (Observatorio Turístico de Galápagos, Ministerio del Ambiente, & Parque Nacional Galápagos, 2018), ingresaron al

archipiélago 275.817 turistas, los cuales el 66% son extranjeros y el 34% nacionales. Dando como resultado un incremento de ingreso de turistas del 14% respecto al año 2017.

Según el Grupo San Vicente (2010), en su página web la Isla Isabela llamada así en homenaje a la Reina Isabel I de Castilla es un destino que ha conservado su naturaleza con el pasar de los años logrando mantener la particularidad de sus calles de arena, además, es la isla que posee más atractivos turísticos en el archipiélago, sin embargo, se ha analizado que requiere una mejora en la calidad del servicio que se ofrece, para así asegurarle al cliente la mejor experiencia turística y a la vez potenciar su demanda.

El servicio de la hotelería siendo una de las prácticas más antiguas en el sector turístico, es fundamental para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. La actividad hotelera es considerada parte esencial de la cadena de valor de la actividad turística, gracias a su infraestructura, capacidad y servicio logra posicionar y crear competitividad al lugar de destino (Castro & Hernández, 2015).

Por lo tanto, por medio de este proyecto se busca mejorar la calidad del servicio diseñando un plan de mejora con el fin de elevar la satisfacción del cliente. Por lo cual en esta investigación el establecimiento seleccionado es el Hostal La Laguna ubicado en la Isla Isabela siendo un Hostal de dos estrellas, y que no cuenta con una herramienta para la medición del grado de satisfacción de los huéspedes que llegan al establecimiento. Se ha elegido como método a la herramienta HotelQual, la cual ayudará a evaluar al personal, instalaciones y al servicio que ofrece el Hostal, con el objetivo de conocer la calidad percibida en los servicios del alojamiento.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Isabela (2019) dio a conocer que el año 2018 ingresaron a la Isla Isabela vía marítima y aérea 123.720 turistas nacionales e internacionales. Además, el Observatorio de Turismo de Galápagos y Parque Nacional Galápagos (2018) publicó que hubo más de 106 000 visitas a los sitios cercanos a Puerto Villamil, es decir 14% más visitas que el año 2017 que se registraron 91 143, teniendo en cuenta que un turista puede visitar varios atractivos en su estadía en la Isla Isabela.

## **Antecedentes**

Según el MINTUR (2015), en su publicación redacta que el descubrimiento de las Islas Galápagos se originó el 16 de marzo de 1535 por el Obispo Fray Tomas de Berlanga desde ese entonces el archipiélago ha experimentado fuertes cambios en los ámbitos socioeconómicos y ambientales, el Archipiélago de Galápagos o llamado también el Archipiélago de Colón está conformado por 19 Islas y más de 200 islotes como resultado de la actividad tectónica en el fondo marino.

Asimismo, la historia indica que fue anexada al territorio ecuatoriano en la presidencia de Juan José Flores el 12 de febrero en el año de 1832 (El Universo, 2017). Las Islas más grandes son Isabela, Santa Cruz, Fernandina, San Cristóbal y Santiago, entre sus principales islas se encuentra Isabela siendo la más grande con una extensión de más de 4588km<sup>2</sup> correspondiente al 60% de la superficie de Galápagos (Instituto Oceanográfico de la Armada, 2011).

El Archipiélago por muchos años ha recibido varios reconocimientos que lo ha llevado a posicionarse turísticamente a nivel mundial por su flora y fauna endémica. En el año de 1978 Galápagos fue declarado Patrimonio Natural de la Humanidad por la Unesco, asimismo en 1985 la Organización de Naciones Unidas, ONU declaró a las Islas como Reserva de la Biósfera, otro reconocimiento importante fue haber sido declarada Reserva Marina ya que impidió la pesca sin control que podía poner en peligro la fauna de Galápagos (El Telegrafo, 2019).

Según Bastidas (2014) menciona en trabajo de investigación que la historia del turismo en las Islas Galápagos tiene sus primeros antecedentes en los años 1957 como una actividad alternativa. Asimismo, años más tardes surge el turismo navegable teniendo como resultado en los años 60 el turismo aventurero. Además, las empresas pioneras fueron a) Metropolitan Touring b) LindbladTravel c) M/V Iguana.

Por mucho tiempo la mayoría de turistas que visitaban particularmente la Isla Isabela siendo la isla más alejada del Ecuador, preferían la opción de contratar los servicios de cruceros navegables, impactando negativamente a la comunidad local debido a que no obtenían los ingresos provenientes del turismo, es por esto que en la Isla Isabela la comunidad local ha optado por la construcción de establecimientos de Alojamiento, Restauración y Operadoras de Turismo, por lo cual el turismo se ha convertido en la primera fuente de ingreso de la población. Como consecuencia de la inversión realizada por los habitantes de las islas según el Observatorio de Turismo de Galápagos (2015), en

su trabajo de investigación de los 152 833 turistas que ingresaron a Galápagos el 68% pernoctaron en tierra ocupando los servicios de alojamiento (Hoteles, Hostales, Casa de Huéspedes), y un 32% es decir 71 921 turistas eligió la estadía a bordo en cruceros navegables. Esto quiere decir, que la comunidad Galapagueña ha logrado centrar el turismo en las poblaciones, con la intención de aumentar las noches de estadías y el consumo en los diferentes servicios en tierra.

En la conferencia realizada por la (OMT & Gobierno de Francia, 2014) para el desarrollo sostenibles de las islas definieron:

El turismo como impulsor fundamental del desarrollo sostenible de las islas: para muchas islas, el turismo es la actividad económica individual más importante, con oportunidades claras de crecimiento futuro. Por tanto, el turismo debe ocupar un lugar predominante en la agenda para el desarrollo sostenible de las islas y recibir alta prioridad en los programas de apoyo a los pequeños Estados insulares en desarrollo y otros territorios insulares.

El patrimonio natural y cultural como activos básicos para el turismo en las islas: el turismo está en buena posición para sensibilizar sobre la biodiversidad única y el rico patrimonio cultural de las islas, de los que depende, y obtener apoyo para ellos. El desarrollo del turismo se ha de planificar y gestionar con atención para que influya positivamente en los recursos, el medio ambiente y las comunidades de las islas, y para que responda a los desafíos del cambio climático.

Sin embargo, especialmente en los establecimientos de Alojamiento de Isabela se desconoce la implementación de medidores para conocer la satisfacción del cliente sobre el servicio ofertado, por lo cual se propone en la presente investigación que el Hostal La Laguna utilice la herramienta HotelQual que es un método proveniente del ServQual.

Según Efficcy (2018) las empresas no tuvieron más opción que satisfacer las necesidades de sus clientes para generar ideas para su producto o servicio. Por lo cual, comenzaron a hacer cuestionarios en papel para medir la satisfacción del cliente, es por esto que en la actualidad debido al avance de la tecnología y al uso generalizado de Internet, la investigación de satisfacción del cliente basado en la web se abrió camino en el mercado empresarial.

Actualmente existen una gran cantidad de métodos o herramientas para conocer el nivel de satisfacción, debido a que el proyecto está dirigido a un establecimiento de alojamiento en este caso al Hostal La Laguna la herramienta más adecuada es HotelQual, como su nombre lo indica este método proveniente del ServQual, fue aplicado para medir

la calidad percibida en el sector hotelero por los autores Falces, Sierra y Becerra (Aiteco, 2018).

Según Antonio Gil, propietario del Hostal La Laguna este alojamiento lleva este nombre debido a que está localizado frente a la laguna de flamings de la Isla Isabela, exactamente en las calles Antonio Gil y Los Flamings a 1 cuadra de la playa de Puerto Villamil, por lo que su ubicación es una de las opiniones más valoradas en las plataformas de reserva.

Según Landman (2013), la ubicación es uno de los principales criterios de selección para los turistas en el momento de elegir un hotel. La ubicación de un alojamiento tiene un gran impacto en la demanda que el hotel va a generar y, por lo tanto, va a influir en el precio que se puede establecer en el mercado para sus habitaciones.

### **Justificación**

De acuerdo con el tema seleccionado “Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos”, el objetivo es desarrollar un plan de mejora continua de la calidad del servicio ofrecido por el Hostal La Laguna de la Isla Isabela según el grado de satisfacción de los clientes. Además, la organización podrá conocer si el servicio brindado a los huéspedes superó el nivel de expectativa seleccionado por el hostal.

En el plan de desarrollo y ordenamiento territorial realizado por el Municipio de Isabela & Fundación de Santiago de Guayaquil (2012), se indicó que aproximadamente 170 personas en la Isla Isabela laboran en establecimientos de alojamiento y restauración, por ende, es importante que los hoteles en la isla posean altos estándares de calidad, ya que es una fuente de ingreso directa para una parte de la población e indirecta para el sector pesquero, ganadero y agrícola del cantón.

Según Deming citado por Mendez (2013), expresa que la calidad es la traducción de necesidad por los individuos en diferentes características obteniendo un resultado favorable para crear un diseño y poder ser fabricado para dar satisfacción a un valor donde el cliente optará por pagar, la calidad puede estar definida solamente en términos del agente.

Al ser las Islas Galápagos el destino turístico más vendido del Ecuador según los datos obtenidos del Ministerio de Turismo en el año 2018 se busca la mejora continua en la calidad total del servicio y posicionar al Hostal La Laguna de la Isla Isabela en el mercado de Galápagos e indirectamente elevar la demanda turística a la Isla Isabela

ofreciendo un Hostal de calidad a la par del precio ofertado. Existe una gran oportunidad para la Isla Isabela ya que aparte de ser la única isla que mantiene la mayor parte de su naturaleza propia, posee atractivos únicos tanto naturales como culturales capaces de hacerla un destino conocido y muy visitado por los turistas.

Según (Falces, Sierra, Becerra, & Briñol, 2010), en su estudio de HotelQual expresa que “Hasta la fecha, la mayoría de los esfuerzos se han centrado en cuestiones prácticas y puntuales acerca de cómo proporcionar el mejor servicio hotelero, aunque también ha habido avances en la conceptualización y medida de la calidad” (p. 93).

Mediante la utilización del método “HotelQual” el Hostal La Laguna de la Isla Isabela podrá medir la calidad de servicio que ofrece tomando en cuenta la expectativa del cliente en base al criterio el establecimiento y asimismo como el huésped percibe al servicio, en base a dimensiones principales que se centran en la evaluación del servicio que tenga el establecimiento como también en la atención al cliente y en los conocimientos de los empleados para crear confianza hacia el huésped y así optimizar tanto la promoción del negocio como las ventas generadas por el uso de estos métodos. Esto ayuda a que el administrador o encargado del alojamiento conozca en qué se tiene que enfocar, para así mejorar el servicio ofertado y atraer a un mayor número de clientes, así mismo con la elaboración de este proyecto se busca subir la categoría del hostal a tres estrellas, de igual manera, contar con un certificado de calidad la cual convierta al Hostal La Laguna como primera opción a alojarse en la Isla Isabela.

### **Planteamiento del problema**

Como expresa Acosta (2017), en su trabajo de investigación la excelencia es el reto más exigente para la organización interna de una empresa, de modo que la empresa logra contribuir con procesos que ayuden a que sus actividades sean realmente cumplidas, es decir, alcanzar un nivel de excelencia en el servicio al conseguir que los clientes obtengan una percepción superior a las expectativas.

Sin embargo, en esta investigación el Hostal La Laguna en la Isla Isabela posee una ineficiencia en la prestación de servicio, entre sus principales problemas se encuentran el desequilibrio en relación al precio-calidad que afecta negativamente a la imagen del establecimiento y al interés del turista en volver a adquirir el servicio de hospedaje. Asimismo, existe una insuficiente capacitación al personal, lo que representa una baja productividad laboral poniendo en riesgo el nivel de calidad ofertado, además disminuyendo la demanda turística.

Por otro lado, el ineficaz uso de las plataformas virtuales en el establecimiento turístico hace que exista un desconocimiento del mercado sobre la oferta turística del hostel llegando a impactar negativamente en los turistas interesados en visitar la Isla Isabela. En consecuencia, una gran cantidad de turistas nacionales e internacionales han visitado la Isla Isabela en los denominados “tours diarios” que son paquetes realizados por operadoras turísticas de otras islas, afectando a los servicios de alojamiento y restauración en general, debido a que los turistas no pernoctan en la Isla Isabela por lo cual la población local no recibe ingresos por la prestación de este servicio, en consecuencia, este tipo de tour se ha convertido en una amenaza para los alojamientos del destino.

De igual manera, debido a que la Isla Isabela no cuenta con un aeropuerto apto para el ingreso de vuelos nacionales, pierde significativamente la demanda turística que ingresa a las Islas Galápagos en comparación con las demás islas que si cuentan con un aeropuerto que permite la entrada y salida de vuelos nacionales hacia Guayaquil y Quito.

Por otra parte, se ha podido constatar en varias plataformas de reserva (Tripadvisor, Booking, Despegar) comentarios negativos por parte de huéspedes acerca de la calidad del servicio por parte del personal y de la organización del Hostel La Laguna, las reseñas con menor calificación en las plataformas de reserva son en su mayoría por overbooking, desinterés en la atención o mal servicio por parte del personal, afectando negativamente a los turistas que desean un alojamiento para su viaje hacia la Isla Isabela, además según el administrador del Hostel el nivel de ocupación no es el deseado ya que se ha hecho una gran inversión en la remodelación de todo el hostel. Por lo que son aspectos importantes por mejorar en el plan de mejora integral.

**Variable Dependiente**

Satisfacción de los huéspedes del Hostel La Laguna

**Variable Independiente**

Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostel La Laguna

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Desarrollar un Plan de mejora continua de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos.

### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual del Hostal La Laguna para levantar la línea base de la investigación.
- Identificar el nivel de satisfacción de los huéspedes mediante la aplicación de una encuesta para determinar la percepción de los huéspedes respecto a las 3 dimensiones HotelQual.
- Desarrollar un plan de mejora para incrementar el nivel de satisfacción de los huéspedes del Hostal La Laguna.

### **Preguntas de investigación**

¿De qué manera incide el ineficiente servicio brindado por el Hostal La Laguna en la satisfacción del cliente?

¿Cuáles son los aspectos a mejorar en el servicio del Hostal La Laguna?

## **Capítulo 1: Fundamentación teórica**

Según el autor Hernández (2014), en su trabajo de investigación explicó que el marco teórico es una de las etapas más importantes de una investigación, la cual consiste en elaborar y desarrollar la teoría que va a fundamentar el proyecto de investigación con base al problema planteado en el trabajo de investigación. Es decir, es la base de toda investigación, ya que son el conjunto de ideas metodológicas que ayudan al investigador a obtener y analizar resultados y poder llegar a una conclusión.

### **Ciclo de Deming**

Según Mauricio (2017), en su trabajo de investigación el ciclo de Deming es la herramienta para la búsqueda de una mejora continua de la calidad en todo tipo de empresas, sin embargo, en muchas ocasiones es desarrollado sin conocimientos como tal. Este ciclo fue desarrollado por Walter Shewart y consiste en una secuencia repetitiva de 4 pasos: Planear, Hacer, Verificar y Actuar.

Por otra parte, Rosas (2017), en su trabajo de investigación menciona que esta metodología de trabajo, las actividades y funciones que se elaboran tienen que estar bien especificadas, además de lograr una total participación por parte de todo el personal, designando responsables que serán los encargados de asegurar y vigilar el desarrollo de los procesos, así como su eficacia.

Esta teoría conlleva 4 pasos o etapas fundamentales:

#### **Primera Etapa: Planificar**

En esta fase se establecen las metas y objetivos, registrar la situación de partida, estudiar y elegir las acciones correctivas más adecuadas para prevenir los fallos potenciales y los problemas de la situación sometida a estudio (Cuatrecasas, 2010).

#### **Segunda Etapa: Hacer/Realizar**

En esta etapa se lleva a cabo el trabajo y las acciones correctivas planeadas en la fase planificar y en la ejecución de los procesos definidos. También corresponde a la formación de las personas y empleado para que adquieran un enseñanza en las actividades y actitudes a desarrollarse (Cuatrecasas, 2010)

#### **Tercera Etapa: Verificar**

Al llegar a esta fase es el momento de verificar y controlar los efectos y resultados que surjan de aplicar las mejoras planificadas. Se basa en el análisis de los datos recopilados por el Instrumento de medición. Se comprueba si los objetivos se han

cumplido, de no ser así, es necesario planificar de nuevo para tratar de superarlos (Salas, 2018).

#### **Cuarta Etapa: Actuar**

Por último, en esta etapa una vez que se comprueba que las acciones desarrolladas lograron el resultado deseado por la organización, se precisa realizar su normalización mediante una documentación adecuada, describiendo lo aprendido y como se ha efectuado. (Cuatrecasas, 2010)

En resumen, el ciclo de Deming permite saber el proceso de mejora en la calidad de servicio turístico, en este caso hotelero. Creando un objetivo o meta para poder planear, evaluar y posteriormente tener un control y seguimiento del impacto que tenga esta mejora y si tiene un efecto positivo se continuara con la mejora y se repetirá el ciclo con más ideas, caso contrario si tiene un efecto negativo se evaluarán posibles alternativas para alcanzar la mejora y también se repetirá el ciclo. Todo esto con el fin de alcanzar un servicio de calidad, productividad y aumentando la rentabilidad del establecimiento.

#### **Teoría de los dos factores de Herzberg en la satisfacción al cliente.**

Según Guevara (2018), en su trabajo de investigación explica la teoría de los dos factores, propuesto por el psicólogo Frederick Herzberg (1959). Esta teoría nació mediante el estudio realizado a un grupo de trabajadores en la cual se les pidió que respondiera que factores hacen que se sientan bien y mal en su trabajo, con los resultados Herzberg llegó a la conclusión que la motivación laboral deriva de dos factores. Con respecto a la insatisfacción se la denominó factores de higiene, abarcan aspectos como la supervisión, relaciones interpersonales, condiciones físicas, remuneraciones, seguridad y políticas del trabajo. Con respecto a la satisfacción, la denominó factores de motivación los cuales abarcan la sensación de realización personal, el reconocimiento al desempeño, oportunidades de avance profesional en un nivel superior de satisfacción.

Con este estudio también se puede aplicar la misma lógica a la satisfacción al cliente. Teniendo como dos factores la satisfacción y la insatisfacción, los cuales no están netamente relacionados, normalmente las empresas se centran en los factores de insatisfacción pensando que son de satisfacción.

Si bien es cierto esta teoría fue creada por Herzberg pero quienes la adaptaron a la satisfacción al cliente fueron Lavado y Milan (1998) teniendo como dos factores la satisfacción y la insatisfacción, los cuales no están netamente relacionados, normalmente las empresas se centran en los factores de insatisfacción llegando a pensar que son los

factores de satisfacción, por lo que realizan sus trabajos de mejora solo en un factor cuando lo recomendable sería enfocarse en ambos.

A continuación se muestra una tabla con las dimensiones que abarcan los factores de satisfacción, insatisfacción y otras dimensiones independientes sobre la atención al cliente propuestas por Lavado y Milan, 1998.

Tabla 1  
*Relación Entre Las Dimensiones y La Satisfacción e Insatisfacción Del Cliente.*

<b>Factores</b>	<b>Dimensiones</b>
1. Dimensiones asociadas a la satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respuesta a necesidades y peticiones particulares del cliente</li> <li>• Disponibilidad</li> <li>• Trato al cliente</li> <li>• Nivel de precios</li> <li>• Acciones/omisiones que benefician/perjudican patrimonialmente al cliente</li> </ul>
2. Dimensiones asociadas a la insatisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad</li> <li>• Respuesta a errores en la prestación del servicio</li> <li>• Acogida</li> <li>• Integridad</li> </ul>
3. Dimensiones independientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapidez</li> <li>• Profesionalidad del personal</li> <li>• Atractivo de la copistería como lugar</li> </ul>

Tomado de: *La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente*, por Lavado & Millán, 1998.

En conclusión, esta teoría es útil para tomar decisiones y saber dónde se encuentran las dimensiones de mejora en la satisfacción al cliente y disminución en la insatisfacción. Además, algunas de estas dimensiones están relacionadas con las necesidades del ser humano en la Pirámide de Maslow. Tanto las fisiológicas y de seguridad, como también las necesidades secundarias de estigma y autorrealización.

## Pirámide de Maslow

Según (Alvarez, 2016), en su trabajo de investigación, menciona que Abraham Maslow en su teoría propuso que cada ser humano posee necesidades, unas más relevantes e importantes que otras, por lo cual clasificó estas necesidades en niveles jerárquicos, que van desde necesidades fisiológicas, hasta necesidades de autorrealización y planteó que si el ser humano no sacia sus necesidades básicas se impide que acceda a suplir las necesidades de un mayor nivel jerárquico. Maslow integró las teorías del conductismo de Watson y del psicoanálisis de Freud, la primera teoría se enfoca en la conducta humana a través del estímulo y la otra sobre un estudio sobre el comportamiento de la mente humana, con esto comprendió que, así como la ausencia de vitaminas llegan a causar enfermedades, la falta de necesidades fisiológicas y autorrealización son también indispensables para el ser humano.

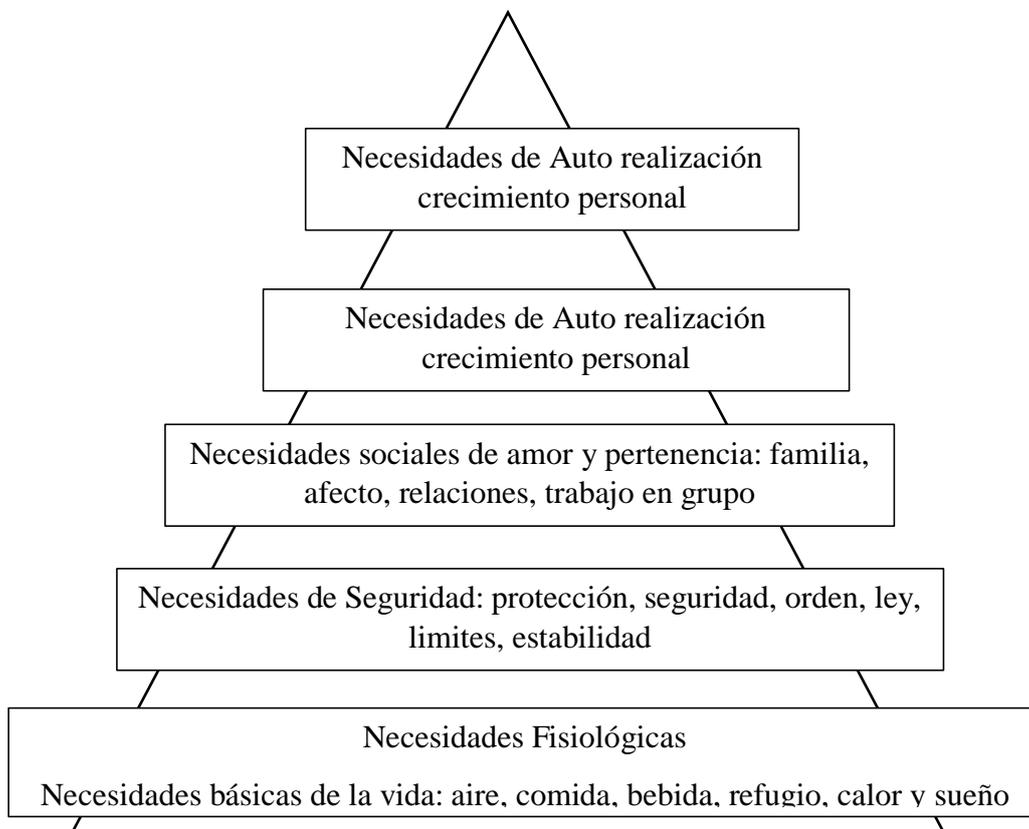


Figura 1. Pirámide De Maslow. Adaptado de: Anzule, 2017. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/36583>

Para esta investigación, la pirámide de Maslow está relacionada a la calidad de servicio que conlleva a la satisfacción al cliente. Tanto a capacidad de respuesta al cliente y el trato que se le da, como también a la empresa en querer buscar una mejora en su

servicio. Con esto se busca el objetivo de Maslow, el bien común, es decir que ambos salgan beneficiados.

### **Marco Referencial**

Es importante acudir a las investigaciones en donde el objetivo sea buscar la satisfacción del cliente llegando a cumplir todas sus necesidades, así mismo conocer los modelos aplicados para la medición de la calidad del servicio que mejore la perspectiva del cliente en el Hostal La Laguna, y que permita tener un mayor conocimiento del tema propuesto; la cual ayude y facilite este proyecto en el Hostal La Laguna en la Isla Isabela, Provincia de Galápagos.

A continuación, se analiza los casos encontrados, la metodología y la herramienta utilizada en busca de mejorar la calidad del servicio del Hostal La Laguna.

### **Aplicación del modelo HotelQual en el Hotel Ecuahogar de la ciudad de Guayaquil.**

La investigación de Glubis (2017), fue realizada en el Hotel Ecuahogar ubicado en Saucos I en la ciudad de Guayaquil para analizar las falencias para plantear estrategias para la mejora continua de la calidad del servicio por medio del método HotelQual ya que se considera que todo cliente debe recibir un servicio o producto acorde a sus expectativas. Se define objetivos para conocer el fin de la investigación por lo cual se recopiló información de teorías, conceptos y modelos además de emplear una metodología efectiva donde la herramienta utilizada para obtener la muestra de la investigación fue el programa Status 2.0 para la obtención de la información requerida.

Glubis (2017) citado por Monar y Villa (2018), propone una herramienta de medición de la calidad HotelQual que por medio de un cuestionario de 21 preguntas que se divide en tres dimensiones, la primera dimensión es la evaluación acerca del servicio del personal, la segunda dimensión está enfocada en las instalaciones del alojamiento y, por último, la tercera dimensión se refiere a la organización del servicio. Mientras que, la población tomada en cuenta en este proyecto fueron los turistas que utilizan el servicio de hospedaje están distribuidos entre nacionales y extranjeros. El universo de la investigación fue tomado de los turistas que pernoctaron por un mes en el hotel Ecuahogar. Según cifras del proyecto, se indica que al mes se hospedaron 250 turistas en el establecimiento por lo cual se empleó una fórmula probabilística donde el margen de error fue de 5% y el nivel de confiabilidad fue del 95%, dando como resultado 151 encuestas desde el punto de vista de la expectativa y la perspectiva. Así también, se entrevistó al gerente propietario del hotel Ecuahogar para conocer su punto de vista sobre

la apreciación del servicio que ofrece y conocer de primera fuente qué hace para alcanzar un alto grado de satisfacción de sus clientes.

En conclusión, los resultados obtenidos de las encuestas a los clientes del hotel Ecuahogar fueron a) la calidad de los servicios que ofrece el hotel es de 3.73 en una calificación sobre 5, b) la dimensión que fue calificada con el menor valor pertenece a las instalaciones, (c) del 100% de satisfacción del cliente, el 74.7% se sintieron satisfechos y el 25.3% insatisfechos con los servicios.

### **Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales en Piura través del análisis de sus expectativas y percepciones.**

Cueva (2015), en su investigación tiene como objetivo utilizar la herramienta ServQual para medir la satisfacción del cliente desde el punto de vista de la expectativa y perspectiva con la finalidad de que el gerente conozca los puntos críticos de la empresa, con el objetivo de destinar correctamente los recursos.

El trabajo de investigación de Cueva (2015), fue realizado a un tradicional hotel en la ciudad de Piura en el Perú, el establecimiento seleccionado fue el Hotel Los Portales ubicado en la Plaza de Armas en todo el centro de la ciudad de Piura a cinco minutos del aeropuerto con 87 habitaciones, cuenta con arquitectura colonial y decorado con obras de arte provenientes de la ciudad, por lo tanto, es considerado patrimonio histórico.

El análisis fue realizado a 35 huéspedes, por medio de un cuestionario de preguntas valoradas en cinco dimensiones de la herramienta ServQual, tales como elementos Tangibles, Confiabilidad, Empatía, Capacidad de Respuesta y Seguridad donde se empleó una escala Likert donde 1 es la puntuación más baja y 5 siendo la más alta para que el individuo califique según su opinión y por medio de 24 preguntas se conoció la expectativa, perspectiva e importancia (Cueva, 2015).

En los resultados obtenidos de la investigación de Cueva (2015), la mayoría de los puntajes obtenidos en las tres categorías desde el punto de vista expectativa, perspectiva e importancia del huésped se ubicó por encima de 4, según lo analizado en el trabajo se concluyó que los turistas fueron muy exigentes con la calidad que esperaban recibir en el hotel, además solo cuatro ítems son negativos enfocándose en la tangibilidad, al ruido existente dentro y fuera del hotel y a la calidad que presenta la página web.

**Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca; y, propuesta de diseño del modelo ServQual para: Hotel Zahir 360, año 2015.**

En esta investigación se emplea el modelo ServQual dirigido al hotel Zahir 360 en la ciudad de Cuenca siendo un establecimiento de cuatro estrellas con el objetivo de conocer los errores de la prestación de servicios y encontrar soluciones de acuerdo con las exigencias de los huéspedes (Nieto & Pacheco, 2016).

Según Nieto & Pacheco (2016), buscan evaluar factores claves para medir la calidad de los servicios prestados considerando las expectativas de los clientes antes de recibir un servicio y la realidad del servicio después de recibirlo. Por lo tanto, se emplea el modelo ServQual para conocer y optar por una solución de los problemas detectados a través del método, teniendo en cuenta el desempeño que tienen los empleados y así superar las expectativas por medio de varios factores tales como Comunicación boca a boca, Necesidades personales, Experiencias y Comunicación externa.

Asimismo, en la investigación de Nieto & Pacheco (2016), se describe las tarifas y los servicios de los hoteles que son categorizados como 4 estrellas en la ciudad de Cuenca, el hotel Zahir 360 posee 45 habitaciones clasificadas en 6 suites y 39 habitaciones teniendo en total 120 plazas, está localizado en el corazón de la ciudad de Cuenca con una infraestructura innovadora ofertando al cliente una combinación de estilo y lujo.

El Zahir 360 al ser el objeto de estudio Nieto & Pacheco (2016), en la herramienta ServQual eligieron como muestra a un número determinado de huéspedes alojados en el establecimiento ya que el objetivo era determinar el nivel de expectativa vs realidad que tienen los clientes del hotel. Por lo tanto, se elaboraron dos tipos de encuestas, la primera para conocer la expectativa del turista sobre los servicios del hotel y la segunda enfocada en la perspectiva o realidad del nivel de la calidad del servicio en el hotel Zahir 360, cada encuesta contaba de 16 ítems por responder

Según lo indican Nieto & Pacheco (2016), “el Cuestionario Expectativa fue entregado al momento de la llegada de los huéspedes, es decir mientras realizaban el check in, con el propósito de conocer lo que esperaban acerca de ciertos aspectos tanto a nivel tangible como intangible ofertados por el Hotel”. (p. 122)

Asimismo, según Nieto & Pacheco (2016), “el Cuestionario Realidad o Perspectiva fue entregado al finalizar la estancia de los clientes, mientras realizaban el check out, para determinar lo que en realidad recibieron los clientes durante su estadía,

resaltando algunas características de la infraestructura y servicios que presta el Hotel”. (p. 122)

Nieto & Pacheco (2016), determinaron el tamaño de la muestra, mediante un censo a la capacidad total de huéspedes alojados en el establecimiento hotelero en el período que se realizó el trabajo de campo. De esta manera, se aplicó las encuestas a los 72 huéspedes que pernoctaron en el alojamiento entre el 21 de junio y el 8 de julio. En total se realizaron 144 encuestas 72 de ellas corresponden a la expectativa del huésped y las otras 72 a la realidad o percepción del huésped una vez recibido el servicio. De esta manera se obtuvo los resultados. Los resultados obtenidos por el lado de las expectativas del cliente dieron como resultado 95.56% que pondera a Muy Importante, siendo la dimensión de Seguridad la más alta con una calificación de 3.92 lo que refleja que los huéspedes que se hospedaron en el Hotel Zahir 360 tenían altas expectativas del servicio que iban a recibir. Por el lado de las percepciones el resultado obtenido fue de 97,81%, que pondera a Muy Satisfecho lo que muestra que el servicio brindado por el alojamiento y el personal superó las expectativas de los huéspedes que se hospedaron en el Hotel Zahir 360.

### **Aplicación del modelo *ServQual* para la medición de la calidad del servicio del Hotel Gran Turismo en México.**

Este estudio fue realizado por Adí (2003), en la ciudad de México, con el objetivo de aplicar la metodología ServQual al Hotel Gran Turismo con el fin de poder conocer el nivel de la calidad de servicio que ofrece este alojamiento.

Adí (2003), en su investigación se enfocó en la brecha o Gap 5 del modelo ServQual, que mide la diferencia de la expectativa versus las percepciones del huésped según la calidad del servicio brindada por el hotel, según así Adí eligió la brecha 5 debido a que es la más representativa del nivel de calidad del servicio y el grado de satisfacción del huésped.

Las encuestas de la expectativa y de la perspectiva del alojamiento se envió a 80 habitaciones del Hotel Gran Turismo para que sean respondidas, sin embargo, solo en 48 habitaciones se respondió desde los dos puntos de vista. Según los resultados obtenidos por Glubis en base a la tabulación de las encuestas, la dimensión de Seguridad obtuvo el menor puntaje en comparación a las demás dimensiones, asimismo la dimensión de Tangibilidad fue la más alta según los huéspedes del Hotel Gran Turismo en México (Adí, 2003).

### **La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras.**

Esta investigación fue realizada por Gadotti & Abreu (2009), y su objetivo se basó en la medición de la calidad del servicio percibido por los huéspedes de los hoteles de sol y playa en el sur de Brasil. La metodología que se utilizó en esta investigación, fue el modelo *ServQual*, pero adaptada al servicio hotelero y a las particularidades que presentan los hoteles de sol y playa en el sur de Brasil. Los autores de la investigación realizaron entrevistas a los huéspedes y a los empleados de los hoteles con el fin de comparar las expectativas y las percepciones de los huéspedes con las de los empleados, en base a los servicios que los establecimientos de alojamientos en esta parte de Brasil ofrecen, para así obtener resultados que permitan a los gerentes de estos hoteles poder tomar decisiones acertadas y mejorar la calidad de los servicios.

La investigación está centrada principalmente en la provincia de Santa Catarina, que según Gadotti y França de Abreu en el ranking es la quinta provincia brasileña por ingreso de turistas con un total de 3.096.000, además según la investigación este destino cuenta con 80 establecimientos en sus diferentes categorías (Gadotti & Abreu, 2009).

La herramienta *ServQual* se aplicó en 3 alojamientos con diferente categoría del destino Balneario Camboriú, situado en la provincia de Santa Catarina. Los hoteles escogidos fueron de dos estrellas, tres estrellas y cuatro estrellas según el reglamento de Brasil; la investigación fue realizada entre los meses de marzo y abril, realizando un total de 60 entrevistas a los huéspedes. El cuestionario estaba conformado por 17 variables, las cuales se dividían en las 5 dimensiones planteadas en el modelo *ServQual* (Gadotti & Abreu, 2009).

Según los resultados obtenidos por los autores Gadotti & Abreu (2009), en base a los cuestionarios realizados en los hoteles del Balneario Camboriú se concluyó que por el lado de los hoteles de dos estrellas presentan varios ítems negativos, la mayoría de ellos con referencia al tamaño del establecimiento y al número reducido de empleados, por el lado de los hoteles de tres estrellas los ítems de ambientación del hotel, rapidez y en atención presentaron ítems positivos, finalmente los resultados obtenidos en los hoteles de cuatro estrellas los ítems decoración, y la comunicación entre personal y huéspedes fueron los que obtuvieron la más alta calificación en el cuestionario.

Asimismo en la investigación los autores plantean que los ítems con la menor calificación deben ser observados para su pronta solución, además de plantear estrategias a corto y largo plazo observado cada uno de los criterios evaluados en el modelo *ServQual* (Gadotti & Abreu, 2009).

## **Marco Conceptual**

### **Turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo, (OMT, 2018) definió al Turismo como, “un fenómeno social, económico y cultural, en donde las personas se desplazan a diferentes países o destinos diferentes a su lugar de residencia habitual, ya sea por motivos personales, de negocios o profesionales, las cuales a la vez debe de generar un gasto turístico en el destino”.

### **Calidad**

La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto (Duque, 2005).

### **Aspectos Tangibles**

Según la Dirección de Calidad, citado por Glubis (2017), en su trabajo de investigación define que los aspectos tangibles “son los aspectos físicos que el usuario percibe de una determinada empresa. Están relacionados con las condiciones y apariencia física de las instalaciones, equipos, personal, material de comunicación, limpieza y comodidad” (p. 29).

### **ServQual**

Según la Dirección de Calidad, citado por Glubis (2017), menciona que la escala SERVQUAL (Quality Service) es utilizada para determinar y evaluar el nivel de satisfacción basándose en la calidad del servicio que se brinda al usuario. Es una herramienta desarrollada que tiene como objetivo la comparación entre las expectativas generales de los usuarios y sus percepciones respecto al servicio que presta una organización.

### **HotelQual**

Según Martínez (2015), en su trabajo de investigación menciona que el modelo HotelQual “sirve para medir la calidad percibida en los servicios de alojamiento. Sus dimensiones fundamentales son: la evaluación del personal, la evaluación de las instalaciones y funcionamiento y, por último, la organización del servicio”.

### **Expectativa**

En su trabajo de investigación Matsumoto (2014), define a la expectativa de los clientes como las creencias de lo que se espera recibir al momento de la entrega del servicio por parte de la organización, este sirve como punto de referencia para evaluar el desempeño y el nivel de calidad que brinda la empresa. Básicamente, es lo que espera el

cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación o marketing boca a boca, y por la experiencia de otras personas en el servicio.

### **Percepción**

En su trabajo de investigación Matsumoto (2014), explica que la percepción “es cómo valoran las personas los servicios. Es decir, como reciben y evalúan los servicios de una empresa. Las percepciones están enlazadas con dimensiones de la calidad del servicio que son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles” (p. 185).

### **Calidad Turística**

De acuerdo a una revista publicado por Expósito (2009), señala que el Instituto de Calidad Turística Española define a la calidad turística como el aval del turismo que certifica el máximo nivel de calidad en la infraestructura, servicios y productos turísticos además de satisfacer necesidades y expectativas.

Por otra parte, en su trabajo de investigación Gascó (2017), define a la calidad turística “como la mejora constante y eficiente del servicio con las expectativas del cliente para que así exista una ventaja competitiva de la empresa apreciada por el cliente y permita apropiarse una parte del valor que se genera”.

### **Turista**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), en su glosario indica que el turista “es el individuo que viaja a un destino diferente al entorno habitual por menos de un año con diferentes propósitos tales como ocio, negocios o motivos personales”.

Mira (1995) citado por Mantecón (2008), indica que el turista “es la persona que realiza un tour durante un periodo determinado a diferentes lugares, sin embargo, también se lo denomina como visitante, vacacionista, e inclusive al individuo que mantiene facilidades de movilización entre su punto de origen a su destino final”.

### **Servicios turísticos**

De acuerdo con Ramírez (2015) en su trabajo de investigación establece que los Servicios turísticos “son el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socioeconómica de una determinada corriente turística” (p. 1).

Por consiguiente, se clasifica en a) alojamiento b) atracciones c) servicios complementarios d) restaurantes; donde la categoría alojamiento se divide en cuatro categorías con diferentes estrellas según su infraestructura y comodidades.

### **Operadora turística**

Sus principales funciones es el diseño, confección y comercialización de paquetes turísticos, además se ocupan de la distribución a través de agencias de viajes minoristas o por su propio canal de distribución (Ceupe, 2014).

### **Oferta turística**

Según La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR, 2014) en su trabajo de investigación definió a la oferta turística como “el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que está disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas” (p.25).

Dentro de la oferta incluye la característica sobre la prestación de servicios que se realiza en un sitio determinado y no pueden ser desplazados, el turista se transporta para adquirir algún servicio (SEGITTUR, 2014).

Sin embargo, la oferta turística se integra de ocho partes a) atractivo turístico b) patrimonio turístico c) producto turístico d) recursos turísticos e) planta turística f) equipamiento turístico g) infraestructura turística h) servicios complementarios (SEGITTUR, 2014).

### **Instalaciones e infraestructura**

Según Guerrero & Ramos (2014) definen a las instalaciones e infraestructura como “el conjunto de todas las instalaciones, obras y servicios de apoyo al aparato productivo turístico, necesarios para proporcionar los servicios y productos para los visitantes. Ejemplo: puentes, luz, teleféricos, muelles, vías de acceso, miradores, etcétera” (p.78).

### **Satisfacción al cliente**

De acuerdo con el autor Manene (2011) en su investigación define a la satisfacción al cliente como “el resultado de comparar su percepción de los beneficios de un producto o servicio en relación con las expectativas de beneficios a recibir del mismo, con lo que el nivel de satisfacción es una función de la diferencia entre el valor percibido y las expectativas”.

### **Modelo de las Brechas**

Como indica Matsumoto (2014) en su investigación, estas brechas fueron propuestas por los autores Parasuraman, Zeithalm, y Berry quienes fueron los creadores del modelo ServQual. Las brechas identifican las causas de los problemas.

### **Hostal**

De acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico (2015), definen a un Hostal como un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con baño privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; el alojamiento puede prestar el servicio de alimentos y bebidas a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Además debe de contar con un mínimo de cinco habitaciones.

### **Check List**

Listado de preguntas para conocer el grado de cumplimiento de ítems establecido a priori con un fin determinado que sirve para conocer el grado de cumplimiento de las diferentes variables propuesto por el autor. (Bichachi, s.f.)

### **Marco Legal**

Para este proyecto se hará referencia de artículos ubicados en la Constitución del Ecuador, ley de Turismo, el Reglamento de alojamiento turístico provincial de Galápagos, la ley orgánica de defensa del consumidor y el Plan Toda una Vida.

### **Constitución del Ecuador**

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008) “El Ecuador se considera como un Estado constitucional democrático, soberano, intercultural y plurinacional. Tiene una organización en forma de república, al mismo tiempo que se gobierna de manera descentralizada, también consta con diferentes deberes, derechos y obligaciones.”

Asimismo, según la Constitución de la República del Ecuador (2008) en el capítulo 3 sección novena sobre el derecho a los consumidores expone que:

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la

reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuera mayor.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

También encontramos derechos como el ocio, así como lo dicta el Art. 66:

[...]

2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

[...]

### **Plan Toda una Vida**

De acuerdo a lo que dicta la Constitución de la República del Ecuador (2008), su razón de ser es el fundamento de la sociedad que se quiere alcanzar, que este orientada hacia un régimen de desarrollo que sea inclusivo, equitativo y solidario. Se quiere llegar a una sociedad en donde las personas puedan satisfacer sus necesidades y alcanzar una vida plena. Con esto otorgo la obligatoriedad al cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo, en donde para los años respectivos del 2017 al 2021 se crea el Plan Toda una Vida.

En el Plan Nacional de Desarrollo (2017), se toma en cuenta las políticas actuales y futuras a tomar para el desarrollo constante del país hacia un cambio más productivo; incrementando el uso de tecnologías aplicadas al incremento de la productividad, una política comercial más efectiva, la inversión pública y privada para los diferentes sectores productivos. El objetivo es formar una economía basada en la prestación de servicios y en la generación de bienes con valor agregado, cimentada en una producción limpia y sustentable, bajo parámetros de justicia social e intergeneracional y que aporte al desarrollo de Ecuador en condiciones de equidad y solidaridad.

Así mismo, se hace referencia de artículos ubicados en la Ley de Turismo, el Reglamento de alojamiento turístico provincial de Galápagos y también de la Ley Orgánica de defensa del consumidor.

## **Ley de Turismo**

Según la (Ley de Turismo, 2014) en su artículo tres, menciona que los principios de la actividad turística son:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

De igual forma, según lo decretado en la Ley de Turismo (2014) en el artículo cuatro sobre la política estatal con relación al sector turístico, debe cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Reconocer la actividad turística y potenciarla mediante la promoción.
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- [...]
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos con sus organismos públicos y privados.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **Reglamento de alojamiento turístico provincial de Galápagos**

De acuerdo al artículo cinco del Reglamento de alojamiento turístico provincial de Galápagos (2015) los huéspedes tendrán los siguientes derechos y obligaciones:

- [...]
- Ser informados de las políticas, planes, y procedimientos determinados por el establecimiento.

- Recibir el servicio conforme lo contratado, pagado y promocionado por el establecimiento de alojamiento.

[...]

- Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, sin signos de deterioro y en correcto funcionamiento.
- Comunicar las quejas al establecimiento de alojamiento turístico
- Denunciar por los canales establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, las irregularidades de los establecimientos de alojamiento turístico.
- Pagar el valor de los servicios recibidos y acordados.

[...]

- Cumplir con las normas del establecimiento de alojamiento y aquellas determinadas por la normativa vigente.
- Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al establecimiento, cuando le fuere imputable.

También se encuentra en el Reglamento de alojamiento turístico provincial de Galápagos (2015) en el artículo seis sobre los derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico:

- Recibir el pago por los servicios entregados al huésped.

[...]

- Obtener el registro de turismo y licencia única anual de funcionamiento

[...]

- Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento
- Cumplir con los servicios ofrecidos al huésped
- Otorgar información veraz del establecimiento al huésped

[...]

- Cumplir con los requisitos de seguridad previstos en el presente Reglamento y demás normativa vigente relacionada, con el fin de proteger a los huéspedes y sus pertenencias.

[...]

- Cumplir las especificaciones de accesibilidad para personas con discapacidad dispuestas en la normativa pertinente y de conformidad con lo previsto en este Reglamento.
- Llevar un registro diario y proporcionar a la Autoridad Nacional de Turismo y a las autoridades que así lo requieran, información sobre el perfil del huésped donde se incluya al menos nombre, edad, nacionalidad, género, número de identificación, tiempo de estadía y otros que se determinen.

Además, según el Reglamento de alojamiento turístico provincial de Galápagos (2015) en el artículo 18 habla sobre las políticas de comercialización, todo establecimiento de alojamiento turístico deberá contar con políticas que permitan una correcta comercialización de los mismos:

- Contar con herramientas tecnológicas como portales web que determinen la dirección, teléfonos y correo electrónico de contacto directo del establecimiento, tarifas rack o mostrador, mapa de ubicación del lugar, descripción de servicios, facilidades que brinda el establecimiento para personas con discapacidad, fotografías actuales y reales de habitaciones y áreas de uso común.

[...]

- Usar obligatoriamente el logo de la Autoridad Nacional de Turismo en herramientas digitales, conforme lo establecido en el manual de aplicación de uso de logotipo. El uso del logo deberá estar vinculado a través de un enlace, en el portal electrónico del establecimiento, que se remita directamente a la página en la que conste información sobre el registro del establecimiento ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a quienes se les haya transferido las competencias.
- Todo establecimiento de alojamiento turístico en Galápagos deberá incluir en sus medios de promoción impresa y/o digital la marca país. En todas las herramientas de comercialización del establecimiento se deberá incluir información sobre Ecuador continental como destino turístico.

Por último, según el (Reglamento de alojamiento turístico provincial de Galápagos, 2015) en el artículo 19 sobre la prohibición de comercialización: Se prohíbe a los establecimientos de alojamiento turístico ofertar, a través de cualquier medio de información, servicios o infraestructura que no correspondan a su establecimiento, clasificación o categorización. La clasificación o categorías no podrán ser utilizadas para engañar o inducir a confusión al público respecto de la calidad del servicio brindado.

En caso de que se compruebe este hecho, se aplicarán las sanciones determinadas en la normativa nacional de turismo, sin perjuicio de las sanciones que se establecen en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

### **Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

Es deber del Estado garantizar el derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados de óptima calidad, así como también recibir información adecuada sobre su contenido y características. Esto se aplica a toda persona que consume cualquier bien o servicios, los cuales se validan en la Ley orgánica de defensa del consumidor (2000), emitida por el Congreso Nacional del Ecuador.

Según el Art. 92 de la Constitución Política de la República, dispone que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y la sanción de información fraudulenta, publicidad engañosa y el incumplimiento de las normas de calidad (Constitución del Ecuador, 2018).

De acuerdo con el Artículo 4 los derechos fundamentales para el consumidor son:

- Derecho a la protección de la vida, salud y el consumo de bienes y servicios.
- Derecho a los proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios de calidad

[...]

- Derecho a recibir información adecuada, clara y completa sobre los bienes y servicios adquiridos en el mercado.
- Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.
- Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva.

[...]

- Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.

### **Marco Contextual**

Como lo indica Castillo (s.f.), en su trabajo de investigación “el marco contextual es el escenario físico y situación general que describen el entorno de un trabajo investigativo, este puede contener aspectos sociales, culturales, históricos, económicos y culturales que se consideren relevantes para hacer una aproximación al objeto del estudio”.

Según Inocar (2011), en su estudio indica que la Isla Isabela en la Provincia de Galápagos lleva su nombre en homenaje a la Reina Isabel I de Castilla quien patrocinó el viaje de Cristóbal Colón, en inglés su nombre es conocido como Albemarle en honor al Duque de Albemarle. La Isla Isabela es la isla más grande del archipiélago de Galápagos con 4588 km<sup>2</sup> de superficie representa el 60% de la superficie total terrestre del Archipiélago.

Sin embargo, es la segunda Isla menos poblada con una población aproximada de 2256 habitantes, en donde 1054 son de género masculino que representa el 46% aproximadamente y 1202 son de género femenino que representa el 54% (INEC, 2010).

La siguiente tabla representa la auto identificación según la cultura y costumbres de la población de la Isla Isabela.

Tabla 2  
*Auto Identificación Cultural de los Habitantes de Isabela*

<b>Auto identificación según cultura y costumbres</b>	<b>Casos</b>
<b>Indígena</b>	11
<b>Afro ecuatoriano</b>	74
<b>Blanco</b>	202
<b>Mulato</b>	60
<b>Montubio</b>	42
<b>Mestizo</b>	1867
<b>Total</b>	<b>2256</b>

Adaptado de: *Plan de desarrollo de ordenamiento territorial de la Isla Isabela*. Recuperado de: [https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/08/pdot-isabela-2012\\_2.pdf](https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/08/pdot-isabela-2012_2.pdf)

La capital de la Isla Isabela es Puerto Villamil y es el lugar en donde se concentra la mayor parte de su población siendo el motor económico del cantón, debido a que, la planta turística de la isla se ubica en su mayor parte en su capital. Asimismo, se encuentra la parroquia rural Santo Tomás de Berlanga la cual en ella habitan unas 164 personas aproximadamente, teniendo como fuente principales de ingreso a actividades como la agricultura y la ganadería (Chávez, 2018).

Es importante conocer sobre el destino en donde se realizará la investigación del proyecto, ya que es indispensable conocer los motivos que llevan al turista a elegir la Isla

Isabela como su lugar de visita en las Islas Galápagos, del mismo modo analizar el entorno en donde se encuentra ubicado el Hostal La Laguna.

Según el catastro de la coordinación zonal insular del Ministerio de Turismo realizado en el 2016, en la Isla Isabela hay en funcionamiento 31 operadoras turísticas, 70 establecimientos de alojamiento en sus diferentes categorías y 39 establecimientos de alimentos y bebidas. Si bien es cierto la cantidad de oferta de servicios ha aumentado de forma rápida los últimos años, los estándares de calidad en los servicios ofertados no han sido los adecuados, por lo que hay muchos aspectos por mejorar para posicionar a la Isla como un destino de calidad. En la Isla Isabela la mayor parte de su población se dedica directa e indirectamente al servicio turístico, por lo que en los últimos años ha aumentado significativamente la construcción de establecimientos de alojamiento, restauración y operadoras turísticas.

De acuerdo al Municipio de Isabela, (GADMI, 2019) a la Isla Isabela en el año 2018 ingresaron 123 720 turistas, siendo la temporada alta los meses de junio, julio y agosto en donde el nivel de ocupación estuvo en su máxima capacidad. La siguiente tabla representa el número de turistas que visitan los atractivos de la Isla Isabela.

Tabla 3  
*Sitios más Visitados en la Isla Isabela*

<b>Lugares más visitados</b>	<b>Porcentaje total (100%)</b>	<b># de turistas que visitaron el atractivo (2018)</b>
<b>Volcán Sierra Negra &amp; Chico</b>	36%	37.812
<b>Centro de crianza de tortugas gigantes</b>	33%	34.664
<b>Los Humedales</b>	0.5%	1.483
<b>Muro de lagrimas</b>	30%	31.423
<b>Cueva de sucre</b>	0.5%	879

Adaptado de: *Informe de visitas a la Isla Galápagos*, por Parque Nacional Galápagos, 2018.  
Recuperado de: <http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/informe-anual-de-visitantes-a-las-a%cc%81reas-protégidas-de-gala%cc%81pagos-2018.pdf>

## **Capítulo 2: Diagnóstico actual del Hostal La Laguna**

### **Descripción de la empresa**

Es importante conocer a fondo la empresa en donde se va a efectuar el trabajo de investigación y por ende a aplicar la herramienta HotelQual, por lo cual se realizará una pequeña descripción de su construcción, historia y servicios que ofrece el Hostal La Laguna.

Según el Propietario (Gil, 2019), el Hostal La Laguna nace con la idea visionaria de los esposos Antonio Gil y Beatriz Jaramillo quienes soñaron con la construcción de un alojamiento de mejor calidad que el Hostal San Vicente de su misma propiedad. El Hostal La Laguna empieza su construcción a finales del 2008 en un terrero de 700m<sup>2</sup> ubicado en frente de la Laguna de los Flamigos; la construcción fue realizada de hormigón armado y una parte rústica de madera. La edificación es de 3 pisos y una terraza desde donde se puede admirar la laguna de los flamigos y la costa de la Isla Isabela. El establecimiento empezó su funcionamiento en el año 2010 para brindar el mejor servicio a sus clientes nacionales e internacionales.

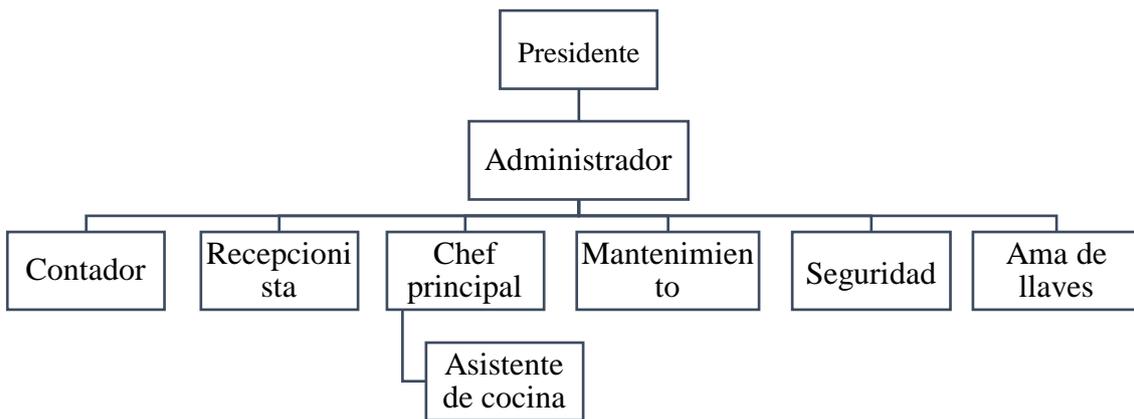
### **Administración**

El Hostal La Laguna forma parte de la organización grupo San Vicente que cuenta con dos hoteles, una operadora turística y una lancha de cabotaje en la Isla Isabela Provincia de Galápagos, el cual cuenta con un administrador Ing. Esteban Paz, quien es el encargado de la toma de decisiones en la organización con la aprobación del gerente propietario.

### **Organigrama del Hostal La Laguna**

El Hostal La Laguna dentro de su estructura organizacional cuenta con un presidente quien es el propietario del alojamiento, asimismo el hostel posee un administrador quien es el encargado de supervisar todos los departamentos del alojamiento, de igual manera el hostel cuenta con un contador, una recepcionista, por el lado del área de cocina se encuentra el chef y el ayudante de cocina.

Para solucionar los problemas en maquinarias y cualquier percance hay una persona encargada del mantenimiento del hostel, de igual manera una persona encargada de la seguridad solo en horario nocturno, finalmente el hostel dispone de dos camareras quienes se encargan del arreglo de las habitaciones y del lavado de blancos.



*Figura 2.* Organigrama del Hostal La Laguna

### **Funciones por cargo de trabajo**

#### **Presidente**

Estudia las posibles amenazas y oportunidades que tiene el establecimiento además de establecer los objetivos, políticas y toma decisiones ante todo tipo de acontecimiento.

#### **Administrador**

Dentro de la organización ejecuta planes con eficiencia para que se cumplan objetivos establecidos, delegando autoridad, responsabilidad y control a otros miembros de supervisión, además, supervisa la operación dentro del hostal para que los departamentos funcionen correctamente.

#### **Contador**

Por otro lado, el contador establece procedimientos financieros dirigidos a la empresa y al personal además se encarga de registros contables y realizar pagos de impuestos, proporcionar información contable financiera y fiscal que sea requerida, también lleva el control de caja chica para realizar algún pago menor.

#### **Recepcionista**

Su función principal es la atención al cliente, mantiene contacto directo con el huésped al momento del check in, check out y durante toda su estadía, asimismo lleva control de los registros de entradas y salidas de cada huésped, gestiona reservas, responde preguntas de clientes y cancelaciones, junto al contador lleva los ingresos de la caja chica además de proporcionar información turística y servicios extras, por último, atiende al cliente en el caso que olviden sus pertenencias.

### **Ama de llaves**

Se ocupa en la limpieza de las habitaciones y del hostel en general, controla los suministros que posee el hostel y tiene la custodia de las llaves maestras del hostel.

### **Chef ejecutivo**

Responsable de la cocina en general, elaboración de alimentos, manejo de presupuesto y otras acciones pertenecientes al área de cocina.

### **Asistente de cocina**

Ayuda con el montaje, servicio y desmontaje del servicio de alimentos y bebidas y asistencia al chef ejecutivo. Asimismo, se encarga de la limpieza del área de cocina y restaurante.

### **Mantenimiento**

Realiza mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones y equipos, además de estimar el costo de las reparaciones necesarias y detectar posibles fallas futuras, dificultades y/o problemas que se presenten durante la ejecución del trabajo y decide la mejor solución.

### **Seguridad**

Vela por la seguridad del establecimiento, personal y turistas que se hospedan en el hostel, asimismo es el encargado de levantar a los huéspedes para su salida y cumple con las funciones de botones.

### **Habitaciones**

El Hostel La Laguna cuenta con habitaciones espaciosas y cómodas de las cuales posee de dos tipos, clasificados a continuación:

Tabla 4  
*Tipos de Habitación del Hostel La Laguna*

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Matrimonial</b>	5
<b>Dobles</b>	2
<b>Total</b>	7



*Figura 3. Habitación Matrimonial del Hostal La Laguna*



*Figura 4. Habitación Doble del Hostal La Laguna*

### **Tarifas de las Habitaciones del Hostal La Laguna**

Las tarifas de las habitaciones del Hostal La Laguna varían según la temporada turística, ya sea temporada alta o temporada baja.

Tabla 5

*Tarifa de Temporada Baja del Hostal La Laguna*

<b>Temporada baja</b>	
Matrimonial \$80 más impuestos	Doble \$80 más impuestos
En la tarifa establecida se incluye desayuno americano	

Tabla 6  
*Tarifa de Temporada Alta del Hostal La Laguna*

<b>Temporada alta</b>	
Matrimonial \$100 más impuestos	Doble \$100 más impuestos
En la tarifa establecida se incluye desayuno americano	

## **Restaurante**

### **Horario de Restaurante**

- Desayuno 7:00 - 9:00 (Incluido)
- Almuerzo 12:00 - 14:00 (costo adicional) la oferta alimenticia está establecida a través de un menú del día.
- Cena: 19:00 - 21:00 (costo adicional) la oferta alimenticia está establecida a través de un menú, pero se puede coordinar la degustación de alimentos típicos según temporada como langosta, langostino de Galápagos, pulpo, wahoo, entre otros.

## **Facilidades del Alojamiento**

Comodidades de las habitaciones:

- Botella de agua filtrada, complementaria para huéspedes
- Frigobar con bebidas, con costo adicional
- Aire acondicionado
- Lámparas para lectura
- Cama extra, con costo adicional (sujeto a disponibilidad)

Comodidades en los Baños

- Espejo de tocador
- Agua caliente
- Amenities

Comodidades del hostal

- Wifi gratuito para huéspedes
- Lavandería, con costo adicional

- Piscina
- Jacuzzi con hidromasaje
- Restaurante
- Servicio de transfer, con costo adicional

El Hostal La Laguna posee políticas para evitar cualquier tipo de inconvenientes ya sea para el turista como para la empresa, las cuales se detallan a continuación.

Tabla 7  
*Políticas de Reserva*

---

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se requiere el 30% del valor total de la reserva. Este porcentaje debe ser pagado dentro de 8 días hábiles contados desde la fecha de envío y recepción de la proforma, caso contrario la reservación se pierde automáticamente.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El saldo del 70% restante del valor total, debe ser cancelado 30 días antes de la fecha del check in o inicio de los servicios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para las reservas vendidas de último minuto se requiere el pago total del 100% de la reserva.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si su reserva es realizada entre treinta a un día de la fecha del check in o inicio de los servicios debe ser cancelado el 100% de los servicios solicitados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los pasajeros no pueden ingresar a los alojamientos del Grupo San Vicente Galápagos en caso de no haber pagado el 100% y Grupo San Vicente Galápagos no se responsabilizan por falta de pago de los operadores, agencias de viajes u otros.</li> </ul>

---

Tabla 8  
*Políticas de Cancelación*

---

---

- Para realizar la confirmación de una reserva se deberá realizar el pago del 30% por el total del monto de la reserva de servicios. Este valor no es reembolsable bajo ningún caso.

---

- Para cancelaciones previo 61 días antes del arribo de los pasajeros, se reembolsará los valores abonados, menos el 30% no reembolsable.

---

- Para cancelaciones previo 60 días antes del arribo de los pasajeros, la penalidad es del 100%.

---

### **Diagrama de Flujos**

Según Manene (2011), en su investigación el diagrama de flujos “es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa” (p.1).

A continuación se elaboran diagramas de flujos de las actividades que se desarrollan en procesos determinados que se evidenciaron en la visita al Hostal La Laguna, con el objetivo de conocer cada uno de ellos para buscar las mejoras necesarias en cada proceso.

### **Diagrama de Flujo del proceso de Check-in**

Según lo observado en el estudio de campo en el Hostal La Laguna el proceso de Check-in está a cargo de las dos recepcionistas que trabajan en el alojamiento con turnos rotativos, en este hostal el mayor porcentaje de turistas llegan a realizar el check-in a partir de las 17:00, debido a que es la hora de llegada a Isabela desde las diferentes islas.

El proceso de Check-in es uno de los procesos más importantes en un establecimiento de alojamiento ya que es la primera impresión que el huésped tiene del alojamiento, por lo que es de vital importancia que el personal conozca los procedimientos a realizarse con el fin de ser eficientes y satisfacer las necesidades de los huéspedes.

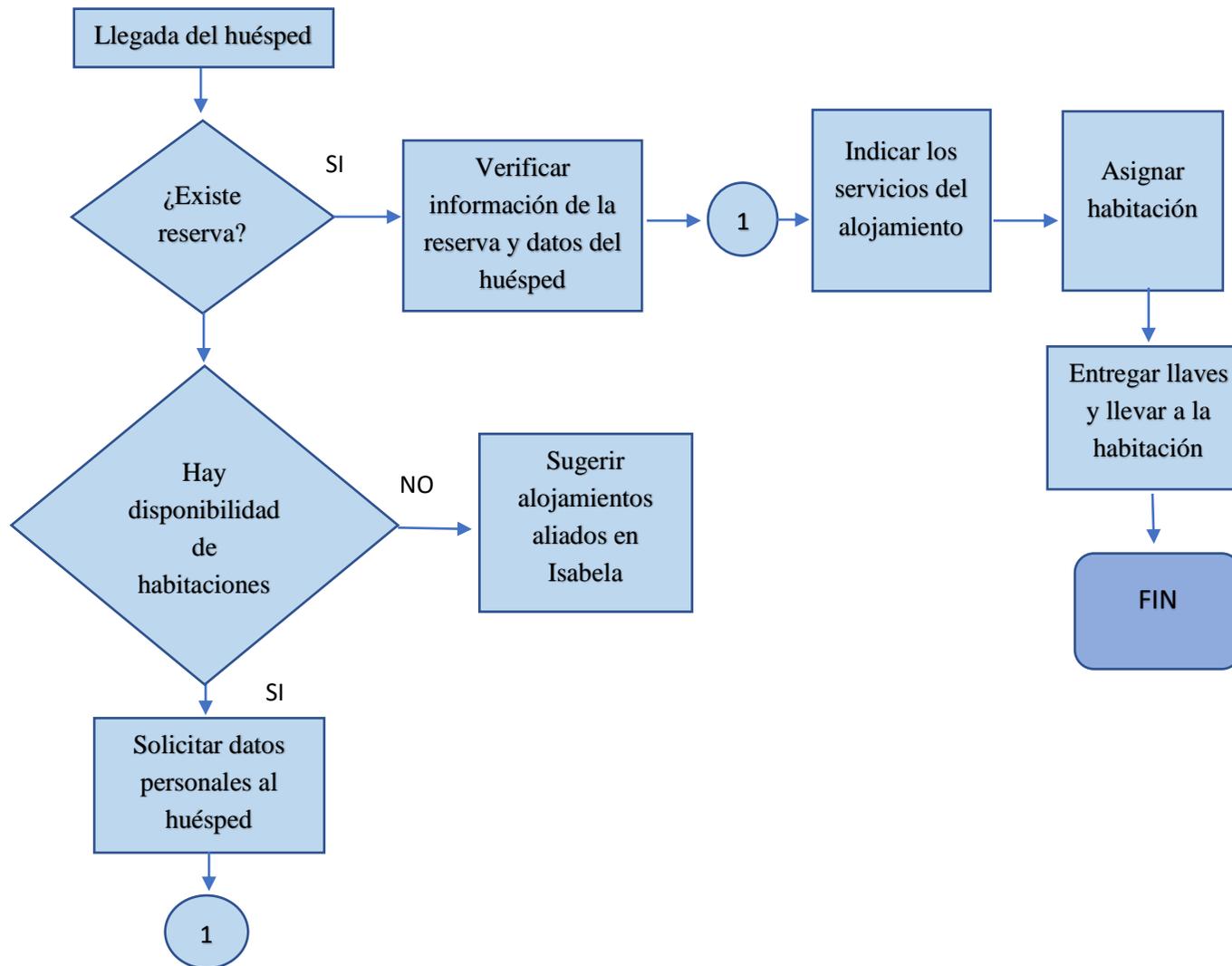


Figura 5. Diagrama de Flujo del Proceso de Check In del Hostal La Laguna

### Diagrama de Flujo del proceso de Check-Out

El proceso de check-out en el Hostal La Laguna como en todos los alojamientos de la Isla Isabela por lo general es a las 6:00 am, debido a que es la hora de salida de las embarcaciones a la Isla de Santa Cruz.

De igual manera que el Check-in, este proceso está a cargo de las recepcionistas en compañía del guardia del alojamiento para brindar la ayuda necesaria a los huéspedes que están de salida del hostel.

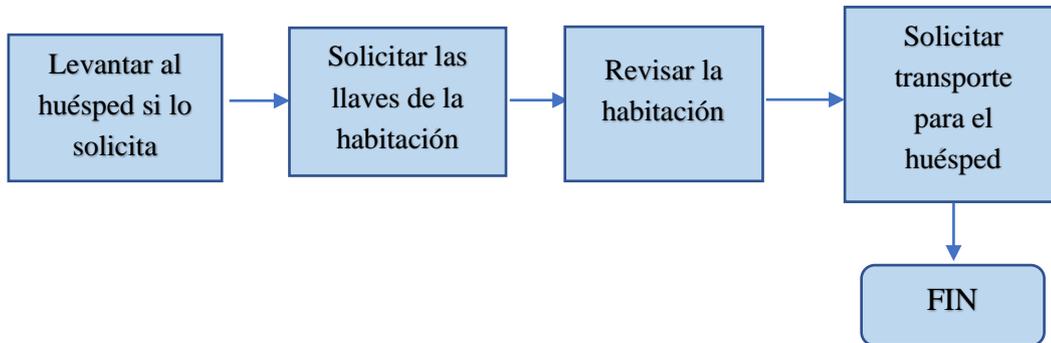


Figura 6. Diagrama de Flujo del Proceso de Check Out del Hostal La Laguna

### Diagrama de Flujo del proceso de limpieza de habitaciones ocupadas

El Hostal La Laguna cuenta con dos camareras, quien son las encargadas de la limpieza de las 7 habitaciones que posee el establecimiento.

El proceso de limpieza de las habitaciones que están ocupadas, se lo realiza en el momento que el huésped está realizando algún tour en la isla, por lo cual permite calcular tiempos necesarios para la limpieza de las habitaciones del alojamiento.

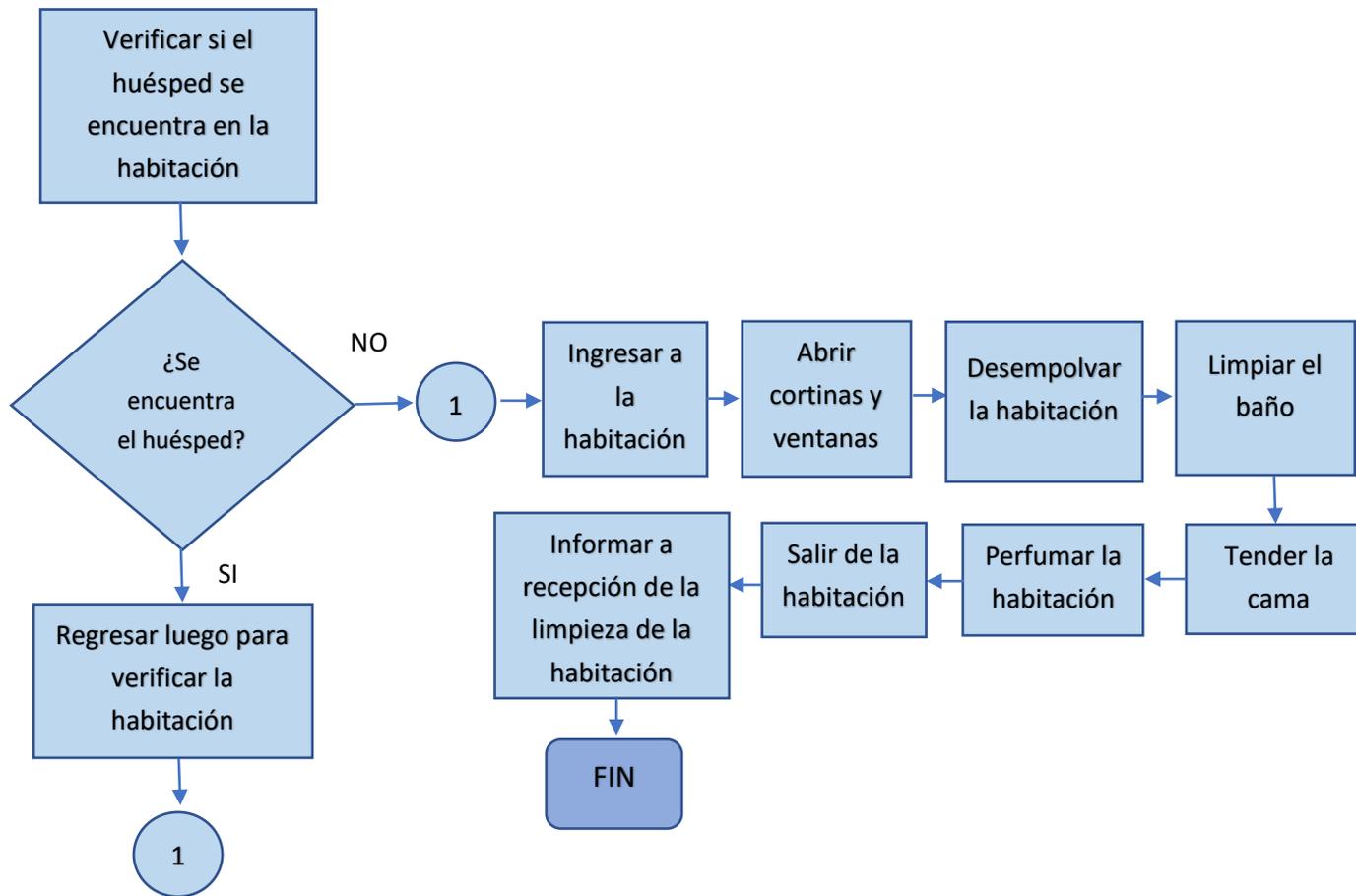


Figura 7. Diagrama de Flujo del Proceso de Limpieza de Habitaciones del Hostal La Laguna

Según el administrador del Hostal La Laguna (Paz, 2019), el alojamiento posee alianzas con diferentes operadoras turísticas a nivel nacional e internacional, con la intención de mejorar las ventas y la promoción del establecimiento. Por esa razón, existe un convenio entre las operadoras aliadas, por lo cual las tarifas del hostel son especiales para los turistas que provienen de estas.

En la siguiente tabla se detalla las operadoras turísticas que tienen convenio con el Hostal La Laguna.

Tabla 9  
*Operadoras Turísticas Aliadas al Hostal La Laguna*

<b>OPERADORAS TURÍSTICAS</b>		
Nature Galápagos	Rebeca Travel	Adventure Travel
Takiri	Travel Ecuador	Peak
Ecomontes	Columbus	Galápagos Travel Center
BM Tours	Ecuador Adventure	Latitud 0
Jima Tours	Ecuatravel	Crater Tour
Andando Tours	Discovery Gps	Latina Real
Georeisen	Galápagos Native	

Asimismo, se realizó un cuestionario de preguntas para la entrevista al administrador del Hostal La Laguna, con el fin de obtener información acerca de la situación actual del establecimiento con respecto a sus servicios y las estrategias utilizadas para satisfacer las necesidades de los clientes. (Ver Apéndice A).

Por consiguiente, se detalla los resultados de la entrevista realizada al administrador del alojamiento.

### **Resultados de la entrevista realizada al Administrador**

La entrevista se realizó en la Isla Isabela al administrador del Hostal La Laguna Ing. Esteban Paz, el día 6 de noviembre del presente año. Se empleó un método de recolección de información primaria, la cual se procedió a realizar un cuestionario de 11 preguntas para elaborar la entrevista.

De acuerdo con el administrador del Hostal La Laguna en el establecimiento se emplea una herramienta llamada comment card con el objetivo de calificar el servicio recibido por el hotel, donde el huésped puede calificar la habitación, la alimentación y el servicio en general del establecimiento de una manera general, además se realiza periódicamente supervisiones al personal y al establecimiento en general. La gran parte

de los turistas que llegan al hostel provienen de operadoras turísticas comprado su paquete turístico respectivo, por esa razón, la organización del hostel se mantiene en un seguimiento constante con el turista desde que llega a Baltra hasta su traslado a la Isla Isabela, además se considera que la comunicación dentro de la empresa es muy importante para conocer si existe alguna anomalía durante la estadía del huésped, por ende el administrador ha implementado una comunicación por radio walkie talkie y seguimiento por cámaras de seguridad para tener un control y una comunicación constante.

Por consiguiente, se considera que brindar un servicio de mala calidad al turista afecta en las futuras reservaciones del hostel, sin embargo, el alojamiento se encuentra dispuesto a la implementación de un plan de mejora en el establecimiento para tener resultados favorables en la calidad de servicio brindado al turista.

Además, el administrador señala que para tener óptimos resultados se debe medir la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el hostel, por lo cual en el establecimiento se ha empleado el uso del comment card para que el turista dé a conocer sus sugerencias para poder solucionarlas en un futuro y así mismo para las operadoras turísticas que utilizan el servicio de alojamiento investigado. Sin embargo, este método mide de una manera muy amplia los servicios ofrecidos, a diferencia de la herramienta HotelQual.

Por otro lado, según el administrador cuando existe un inconveniente con algún huésped el personal del hostel buscará dialogar con el cliente y encontrar una solución inmediata, sin embargo, en caso de que no se encuentre una solución y el hostel asuma la responsabilidad, se realiza un reembolso por los daños causados al turista.

El administrador respondiendo a la pregunta ¿Cuál considera usted que es el mínimo aceptable para medir la calidad del servicio?, supo manifestar que el gerente del Hostel La Laguna ha realizado una inversión considerable, por lo cual estima que la calificación del 1 al 5 es de 4 para el alojamiento. Por el lado del análisis de las tarifas del hostel, se indicó que se toma en cuenta a los precios de la competencia, de igual manera a la temporada turística en el destino.

Finalmente, por el lado de las capacitaciones al personal, el administrador manifestó que no se realizan capacitaciones constantes, solo cuando un empleado es nuevo se le enseña todo lo respectivo a su puesto de trabajo, cabe destacar que el Consejo de Gobierno de Galápagos en conjunto con la Dirección de Turismo de Isabela realizan

rara vez cursos para capacitar al sector turístico, por lo cual no existe una profesionalidad por parte de los empleados en su gran mayoría.

### **Análisis de la satisfacción de los clientes del Hostal La Laguna en base a plataformas de reseñas online. (TripAdvisor, Booking, Kayak)**

Actualmente las reseñas online en cuanto a establecimientos turísticos, son un punto muy importante para la reputación del lugar. Ya que es la primera ventana por la que el turista puede conocer el hostal y conocer como son las experiencias al momento de adquirir el servicio. Este es el caso de las agencias de viajes online o sitios de reseñas, a través de las cuales los usuarios se expresan sus opiniones sobre los servicios y experiencias vividas en el establecimiento ya sea de manera positiva o negativa.

Por este motivo, se decidió hacer un análisis a través de la revisión de varias de estas plataformas como TripAdvisor, Booking y Kayak, con el objetivo de conocer la perspectiva sobre el nivel de calidad del servicio que comentaron los huéspedes que han hecho uso del Hostal La Laguna. Con la finalidad de poder conocer cuáles son los aspectos de mayor relevancia con respecto a la calidad del servicio basados en los comentarios registrados a la fecha en estas páginas de reserva. Si bien existen mayoritariamente comentarios positivos sobre la experiencia vivida en el Hostal la Laguna, para cumplir con el objetivo de la presente investigación se ha procedido a concentrar el diagnóstico en base los comentarios negativos.

#### **TripAdvisor**

Según la plataforma TripAdvisor (2019), El Hostal La Laguna posee una calificación de 4,0/5 que representa una ponderación de “muy bueno” para el turista. Para valorar este resultado se toma la opinión de 86 huéspedes que ya visitaron el Hostal, teniendo un 41% como bueno, seguido de un 33% como excelente, un 15% como regular, y un 11% entre malo y pésimo. Dentro de las reseñas que los huéspedes opinan sobre su experiencia de los servicios recibidos, se menciona de manera clara aspectos positivos y negativos que obtuvieron al momento de alojarse.





Charlotte W escribió una opinión el sep. de 2017  
3 aportes



### Good location, poor customer service

[Traductor de Google](#)

"This hotel is in a good location just a few blocks from the beach and the central plaza. The facilities themselves are relatively new and our room was clean and spacious. The view from our room over the lagoon behind the hotel was fantastic. However, our experiences with the front desk staff left a bit to be desired. They seemed disinterested and were unhelpful in both English and Spanish. Luckily, we speak enough Spanish to be able to navigate the city and tours on our own. The hotel does have wifi that works in the lobby, but the signal does not reach the rooms. (This seems typical of the Galapagos in general and isn't unique to this hotel)."

[Leer más](#) ▼

Fecha de la estadia: septiembre de 2017

Figura 10. Reseña en TripAdvisor

## Booking

En la página de Booking (2019), una de las agencias de viajes online más populares hoy en día, se encontró casos similares, teniendo una calificación de 7,6/10. Actualmente consta de buenos comentarios en su mayoría, pero cabe destacar que los puntos más bajos que los turistas han calificado del hostel en sus reseñas son las instalaciones y servicios, relación calidad-precio y el mal funcionamiento de Wifi. En esta plataforma los turistas pueden ingresar en sus comentarios tanto lo positivo como lo negativo en una sola opinión, así ese optimiza en conocer los puntos buenos y malos del Hostel.

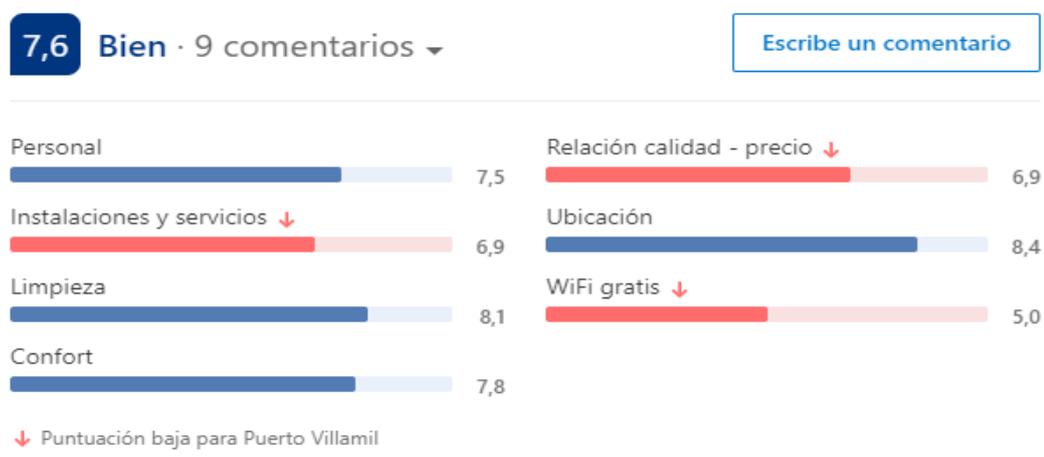


Figura 11. Calificación del Hostal La Laguna en Booking

En este caso, los aspectos de relación calidad-precio e instalaciones y servicio se encuentran ligados, siendo los problemas principales de los huéspedes el mal funcionamiento y organización por parte del personal. Existe una confusión al momento de registrar las reservas de las agencias de viajes online, ya que al momento de llegar al hostel los turistas no reciben lo esperado en la reserva. Ya sea una habitación totalmente diferente o más pequeña como también el no encontrarse con ningún televisor en la habitación.

**Wbernales**  
Chile

Comentó en: 19 de febrero de 2018

**Ok**

😊 · Buena ubicación

😞 · Al llegar tenían nuestra reserva considerada desde el 10 de febrero, a pesar de que la reserva en booking era desde el 8/10. Nos dieron una habitación muy pequeña, en el primer piso al lado de la recepción, por lo que era muy ruidosa. Pedimos cambio a una habitación como la que reservamos (más grande y cómoda) sin tanto ruido y nos cambiaron a una más grande, pero sin tv  
Ruidos desde el 3º piso desde muy temprano

**Respuesta del hotel:**  
Hola,  
Gracias por tomarte tiempo de comentar, esto nos ayud... [Seguir leyendo](#)

Figura 12. Reseña en Booking

En la siguiente reseña, el turista resalta que no recibió el servicio esperado ya que el hostel no encontró la respectiva reserva, por tal motivo el establecimiento se vio en la obligación de buscar la disponibilidad en otros alojamientos. Sin embargo, el turista agradeció el esfuerzo del personal por querer solucionar aquel inconveniente. En resumen, sigue existiendo una mala organización en verificar las reservas de las plataformas virtuales.

**M Michelle**  
Canadá

Comentó en: 26 de enero de 2018

**Bien**

😞 · So the hotel did not receive our proper booking from Booking.com so they gave away our room and had to accommodate us in an apartment style place which was not located in their hotel. It was ok... and we really appreciated their efforts but we would have liked to stay at the hotel more.

[Ver traducción](#)

**Respuesta del hotel:**  
Dear Michelle,  
We're so sorry for all the inconvenience. We... [Seguir leyendo](#)

Figura 13. Reseña en Booking

## Kayak

En la plataforma de reservas Kayak (2019), El Hostal La Laguna se encuentra calificado con 8.7/10, como en las otras dos plataformas se encontró comentarios positivos en su mayoría, pero sigue existiendo una ineficiencia en el servicio prestado por el hostel incluyendo las comidas ofrecidas. Así mismo como Booking este portal web cuenta con reseñas tanto positivas como negativas en una sola opinión del usuario.



Figura 14. Calificación del Hostal La Laguna en Kayak

En este caso se ha considerado las opiniones positivas y negativas más destacadas, por un lado, no se encontró entre los comentarios identificados ningún problema con el personal y el servicio recibido. Sin embargo, hay quienes comentaron su inconformidad respecto al precio ofertado en relación a la calidad del servicio recibido, el wifi sigue siendo un punto bajo en la calificación, como también el mal trato del personal a los huéspedes, también es de destacar que varios servicios como el desayuno y el jacuzzi no cumplen las expectativas de los huéspedes.

## Opiniones

### Opinión positiva destacada

Muy bueno 8,5 jul. 2018

La ubicación, la colaboración del personal, la información y la ayuda para contratar los tours que hicimos fue excelente. El desayuno muy rico.

[Booking.com](#)

### Opinión crítica destacada

Pasable 5,0 mar. 2019

Demasiado caro considerando que no dan un buen servicio. El desayuno no es buffet como dicen, pomem bañera y no tienen bañera, la wifi es pésima, el jacuzzi no esta disponible, el señor de la recepción tiene una mala actitud, cometieron errores en el cobro. La verdad tienen que corregir mucho

[Booking.com](#)

Figura 15. Reseña en Kayak

En la siguiente reseña se aprecia dos comentarios de un huésped, dando una opinión positiva y negativa del establecimiento. Por un lado, el turista recibió un cambio a una mejor habitación y recalca sobre la buena estructura del hostel, sin embargo, recibieron un mal servicio por parte del personal ya que no cumplieron con lo prometido hacia el turista. Pidieron un desayuno más temprano por un tour que tendrían, lastimosamente nadie del personal se hizo responsable. Por último, también existe una inconformidad por la relación precio y calidad ofertada por el hostel.

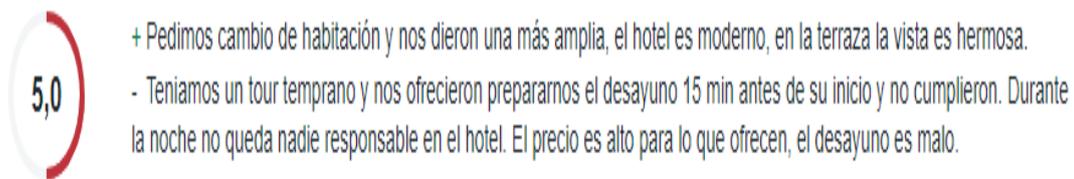


Figura 16. Reseña en Kayak

### **Check List de las áreas del Hostal La Laguna**

Además, se realizó un check list como herramienta de soporte para evaluar a través de la observación todas las áreas del Hostal La Laguna. Este instrumento fue realizado con el objetivo de constatar si en las diferentes áreas del establecimiento se cuenta o no con los ítems seleccionados, asimismo en caso de que sea necesario se colocará la observación sobre cada área del hotel. (Ver apéndice B).

### **Resultados del check list realizado en las áreas del Hostal La Laguna**

#### **Área de recepción**

La ficha de observación fue basada en las 9 áreas que constituyen el Hostal La Laguna, se empezó recorriendo el área de recepción en donde se pudo observar al personal debidamente uniformado; el uniforme de este alojamiento consta de una camiseta polo de color blanco con su respectivo logotipo y pantalón jean. Asimismo, según el administrador existe una sola puerta de ingreso al hostel que es la puerta principal del alojamiento, por donde ingresan personal de servicio y huéspedes. El área de recepción cuenta con los equipos necesarios como extintor, luces de emergencia, botiquín entre otros y señalética para prevenir y solventar cualquier anomalía que se presente, sin embargo, no cuentan en esta área con un mapa de evacuación en caso de emergencia. En esta área está colocada una cámara de seguridad enfocando a la recepción.

## **Áreas Comunes**

Del mismo modo, se realizó la observación a las áreas comunes del alojamiento, se pudo constatar que no existe un área designada para personas que deseen fumar, sin embargo, no es prohibido realizarlo en el balcón y terraza del edificio. No se observó en esta área mapa de evacuación que guíen al turista en caso de una emergencia, de igual manera no hay cámaras de seguridad en esta área; de lo contrario cada piso del alojamiento cuenta con extintores, luz de emergencia, señalética visible para los huéspedes.

## **Área de habitaciones**

Por el lado de las habitaciones se hizo una observación a las siete habitaciones con las que cuenta el hostel tanto matrimoniales, como dobles, y se constató que las paredes y techos de las habitaciones están en perfectas condiciones desde el punto de vista de pintado y limpieza, de igual manera las camas, almohadas y colchones fueron renovadas en este año. Todas las habitaciones cuentan con Smart tv de 40 pulgadas con tv cable satelital, además todos los aires acondicionados funcionan en perfectas condiciones.

En las habitaciones del hostel no se observó un mapa de evacuación para cualquier tipo emergencia en la que el huésped necesite evacuar inmediatamente, sin embargo, existen señales de no fumar en la habitación. Además, no se pudo ver información de los servicios, horarios del hostel y números de emergencia, en cambio cada habitación cuenta con un teléfono utilizado para comunicarse con la recepción para cualquier inquietud o solicitud. Un aspecto negativo en las habitaciones fue la no presencia de cajas fuertes para seguridad de los bienes de los huéspedes, según el administrador existe una caja fuerte en recepción en donde los turistas pueden dejar sus bienes de valor. En la observación de los baños de las habitaciones se notó a los lavamanos y excusado limpios y desinfectados, así mismo el agua caliente de la ducha funciona correctamente. Se observó que las camareras dejan toallas de mano y cuerpo en el baño, jabón, shampoo y acondicionador para el huésped.

## **Área de lavandería**

Actualmente el área de lavandería cuenta con equipos necesarios en perfecto estado ya que se realiza mantenimiento preventivo periódicamente para evitar defectos graves al futuro. Por consiguiente, el hostel carece de un mapa de evacuación en caso de emergencias del mismo modo, no cuenta con equipos de emergencia como extintores, luz de emergencia, cámaras de seguridad, entre otros dentro de esta área. Sin embargo, posee

buena iluminación y estructura suficiente para el perfecto funcionamiento. Además, es importante mencionar que el hostel no tiene el servicio de lavado de ropa de turistas.

### **Área de cocina**

El área de cocina dispone de equipos de emergencia como extintores, luz de emergencia, dispersores de agua o espuma, entre otros. Dentro de esta área se realiza mantenimiento preventivo por esa razón los equipos de cocina y estructura están en perfectas condiciones y no existe falencias o falta de mantenimiento en algún equipo de cocina. Además, cuenta con trapas de grasa, cámaras de seguridad, botiquín, espacio para la recepción de alimentos porcinamente, espacio de frío correctamente manejados (asepsia) y señalética que son visibles por los empleados. Sin embargo, no cuentan con un mapa de evacuación y tampoco con elementos antideslizantes en el suelo para evitar accidentes de los empleados.

### **Área de restaurante**

Dentro del área de restaurante cuentan con sillas, mesas, utensilios, mantelería, cristalería y cubertería en perfectas condiciones y se mantienen en constante cambio para evitar el deterioro de los implementos, además de poseer equipos de emergencia como extintores, luz de emergencia, alarmas, cámaras de seguridad y la respectiva señalética que son visibles para el huésped, sin embargo, el área no cuenta con mapa de evacuación.

### **Área de Piscina**

Dentro de las facilidades que posee el hostel disponen mobiliario de piscinas en buenas condiciones y cuentan con la respectiva señalética que son visibles para el huésped, sin embargo, no posee salvavidas para velar por la seguridad de los huéspedes, cámaras de seguridad, mapa de evacuaciones en caso de emergencia. Existe un correcto mantenimiento en el área de la piscina.

### **Área de Zona Verdes**

Es importante destacar acerca del constante mantenimiento que se realizan a las zonas verdes que forman parte del establecimiento.

### **Área de terraza (Parrilla, Jacuzzi)**

La terraza no cuenta con un mapa de evacuación y la parrilla no se encuentra en óptimas condiciones para el uso de los turistas mientras que al jacuzzi le dan un constante mantenimiento por el uso frecuente de los visitantes. Se observó que encima del techado del jacuzzi están ubicados los paneles solares y los tanques para el agua caliente.

## **Análisis FODA**

Según Belandría (2017), la matriz FODA o en sus siglas en inglés SWOT, tiene el objetivo de determinar y desarrollar las ventajas competitivas de la organización, basándose en el análisis y estrategias a implementar que mayormente le convenga en función de sus características propias, asimismo del mercado.

A continuación se muestra un análisis FODA sobre la situación actual del Hostal La Laguna, teniendo como fortalezas a los aspectos, capacidades internas y puntos a favor que posee el establecimiento además le permite tener un mejor desarrollo entre otros competidores, como oportunidades a los eventos o circunstancias que se encuentran en el entorno y tengan un impacto positivo al Hostal, por otro lado las debilidades se refiere a las limitaciones en la capacidad de los procesos internos o aspectos negativos que producen una desventaja con la competencia, y por ultimo tenemos a las Amenazas a los factores negativos que se encuentran en el entorno y significan un peligro para el funcionamiento del Hostal.

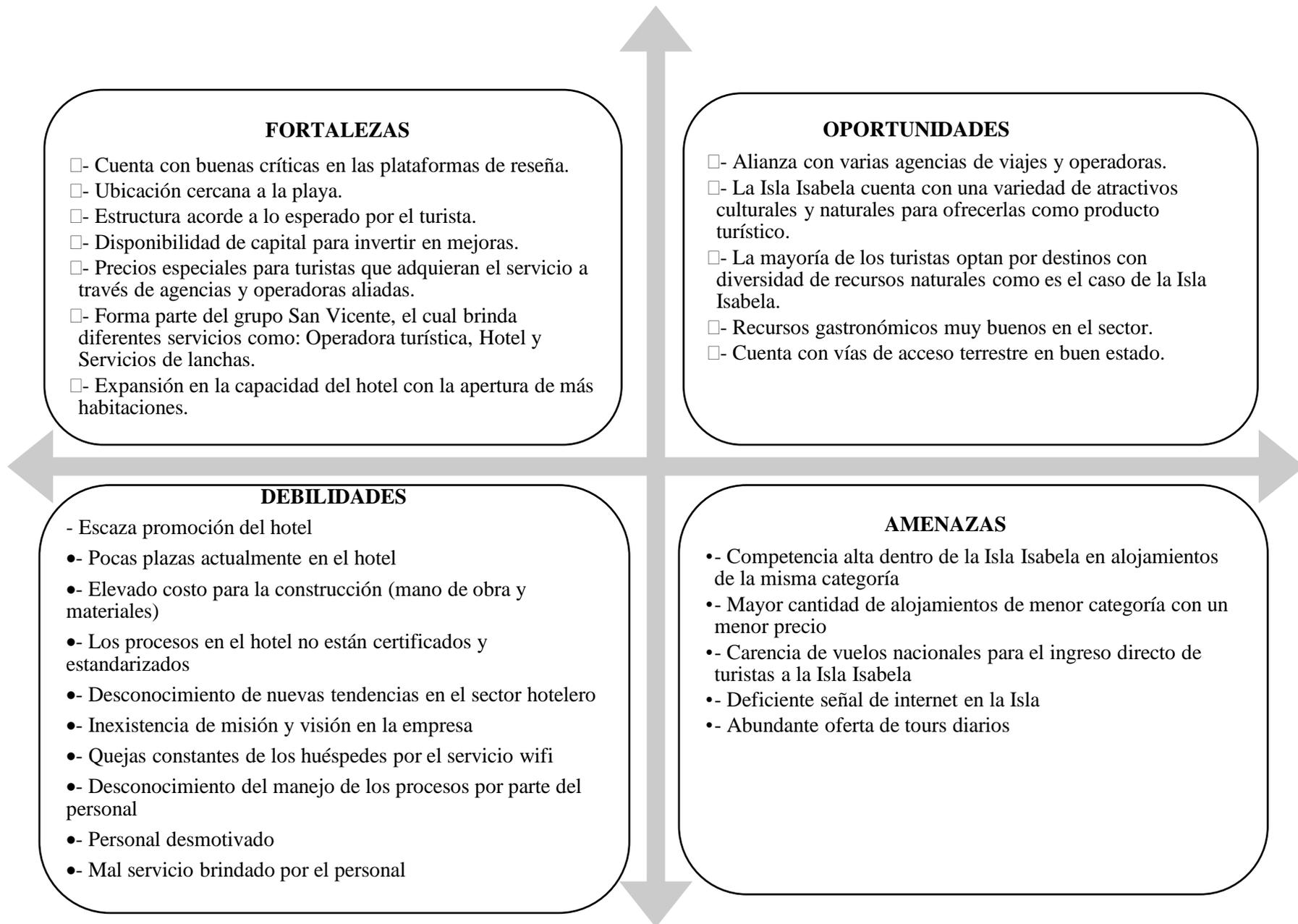


Figura 17. Análisis FODA del Hostal La Laguna

## **Capítulo 3: Metodología de la investigación**

### **Metodología de Investigación**

En la presente investigación se optó por utilizar el método empírico ya que este trabajo se ha basado de observaciones y experiencias. Tal como lo indican Martínez & Rodríguez (s.f.), en su investigación, los métodos empíricos de investigación son fundamentados en el cocimiento concedido por la experiencia del investigador, la cual permite obtener un análisis preliminar de la información a utilizar en el desarrollo del trabajo.

Además, se propone un tipo de investigación descriptiva ya que se recogerá información de forma independiente mediante encuestas y entrevistas para exponer propuestas para la mejora de los servicios turísticos con el análisis de la información obtenida.

Según Prendez, Gutiérrez, Castañeda, & Linda (2015) en su trabajo de investigación, los estudios descriptivos recogen y analizan información con fines exploratorios, concretamente este método pretende describir un fenómeno dado, mediante el análisis de su estructura y la exploración de las asociaciones relativamente estables que lo describen.

El estudio va de la mano con el método de HotelQual ya que permite recoger información mediante las dimensiones que esta herramienta utiliza. Con esto el establecimiento sabrá en que debe enfocarse para mejorar la satisfacción al cliente y la calidad del servicio.

### **Enfoque de la Investigación**

Para determinar el enfoque se debe identificar el tipo de alcance que se empleará, según los autores Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación (2014):

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Por otro lado, el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (p.37, 40)

Se optó por trabajar un tipo de enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, por lo que se procederá a examinar la situación actual del establecimiento mediante la

elaboración de entrevistas y también por la revisión directa de reseñas de los huéspedes en portales webs, ese será el enfoque cualitativo. Por otra parte, se realizarán encuestas en base a las dimensiones que califica el método HotelQual para la obtención de datos y el análisis de la calidad del servicio que brinda el establecimiento, este será el enfoque cuantitativo. Esta recolección de datos servirá para comprobar que se está efectuando el objetivo de estudio, además esto brinda una mejora en la calidad del servicio en el Hostal La Laguna.

### **Objetivo y Alcance de la investigación**

El objetivo principal de este trabajo es medir la calidad del servicio del Hostal La Laguna ubicado en la Isla Isabela Provincia de Galápagos mediante la percepción de los huéspedes encuestados. La metodología a utilizar es la escala HotelQual ya que es muy utilizada a nivel mundial en los establecimientos de alojamiento, de modo que se logre obtener el grado de satisfacción de los clientes para realizar el plan de mejora de la calidad del servicio dirigido al Hostal La Laguna.

El alcance de este trabajo es exclusivamente evaluar la brecha o gap 5 de la escala ServQual, que evalúa las brechas entre expectativa y perspectiva. De modo que la organización del alojamiento se pueda dar cuenta en que brechas tiene que trabajar con el fin de mejorar la calidad del servicio.

### **Técnicas de recolección de información**

Según Cubillán (2014) citado por (Lopez & Nieto, 2019), plantean que las técnicas de recolección de información son necesarias para que el investigador adquiera información adecuada durante su proceso investigativo.

Las técnicas de recolección de información son procedimientos que se maneja para obtener resultados y evaluar los acontecimientos suficientes para plantear objetivos para la elaboración de una solución en el trabajo realizado. (García, s.f.)

En la siguiente investigación se emplearon diferentes fuentes de información primera como cuestionarios para realizar entrevistas y encuestas, además, por medio de la observación directa e indirecta se estudiará las falencias que posee el establecimiento. Por otro lado, se utilizará fuente de información secundaria obtenida de libros, papers y sitios web.

### **Fuente de información primaria**

Es aquella información obtenida por el investigador sobre la situación actual del caso, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa tales como observación directa e

indirecta por medio de un Check List, cuestionarios para entrevistas y encuestas (Cubillan, 2014).

### **Fuente de información secundaria**

Son fuentes que poseen información primaria, sintetizada y reorganizada. El objetivo de utilizarlas es facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos (Silvestrini & Vargas, 2008).

### **Observación**

#### **Observación Directa**

Es el contacto directo con elementos o representaciones donde se presenta la situación actual que se pretende investigar y se realiza datos estadísticos con los resultados obtenidos (Szulay, 2017).

#### **Observación Indirecta**

Es aquella que consiste en obtener datos de la investigación a medida que los hechos surjan ante el observador quien desde luego podría tener alguna preparación a propósito de esta actividad (Szulay, 2017).

### **Encuestas**

De acuerdo a Trespalacios, Vasqu ez y Bello, citado por Bernal (2018), las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo, además de elabor rselas con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Con esta técnica de recolección de datos se obtendrá información propicia para conocer el grado de satisfacción de los huéspedes que adquieren el servicio de alojamiento en el Hostal La Laguna; la aplicación de la encuesta será realizada mediante preguntas previamente obtenidas del modelo de calidad HotelQual, Según la escala de Likert donde 1 es la calificación más baja y 5 es la mejor calificación.

### **Modelo HotelQual**

La encuesta cuenta con 20 ítems, las cuales corresponde a diferentes dimensiones, a continuación, se detalla: personal con siete preguntas a responder dirigidas al desempeño de los trabajadores del hostal, por el lado de las instalaciones están designadas cinco preguntas basadas en la conservación y acogida del lugar, por último, la dimensión

de la organización que cuenta con ocho interrogantes más que se enfoca a la eficiencia en general de los servicios que se ofrece.

Las dimensiones y las variables de la escala HotelQual que serán tomadas en cuenta para la encuesta en el Hostal La Laguna son las siguientes.

Tabla 10  
*Dimensiones y Variables del Modelo HotelQual*

<b>Dimensiones</b>	<b>Variable</b>
Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal está dispuesto a ayudar a los clientes</li> <li>• Los colaboradores se preocupan por resolver los problemas de los clientes</li> <li>• El personal es competente y profesional</li> <li>• Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando lo necesita.</li> <li>• El personal es confiable.</li> <li>• El personal tiene un aspecto limpio y aseado.</li> <li>• El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente</li> </ul>
Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las diferentes dependencias o instalaciones resultan agradables.</li> <li>• Las dependencias y equipamientos del edificio están bien conservados.</li> <li>• Las instalaciones son confortables y acogedoras.</li> <li>• Las instalaciones son seguras.</li> <li>• Las instalaciones son limpias.</li> </ul>
Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.</li> <li>• Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.</li> <li>• Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.</li> <li>• Los diferentes servicios funcionan con rapidez.</li> <li>• Los datos y la información sobre la esencia del cliente son correctos.</li> <li>• Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.</li> <li>• El cliente es lo más importante</li> <li>• Se presta el servicio según las condiciones pactadas.</li> </ul>

Adaptado de: *Una escala para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento.*  
Recuperado de: <https://docplayer.es/14418034-Sistema-de-calidad-para-casas-rurales.html>

A continuación, en base a los ítems del modelo HotelQual se elabora el formato de la encuesta desde el punto de vista de la perspectiva. (Ver apéndice D). Por medio de una escala de Likert según su satisfacción se representa en:

No Satisfecho	Poco Satisfecho	Moderadamente Satisfecho	Muy Satisfecho	Extremadamente Satisfecho
1	2	3	4	5

A continuación, se explica las dimensiones de la herramienta HotelQual en base a lo que representan y evalúan cada una de ellas para proceder a realizar la respectiva encuesta en el Hostal La Laguna.

### **Dimensión 1: Personal**

Se conocerá la empatía que tiene el personal con el cliente, así mismo la disponibilidad, la confianza, la discreción transmitida por el personal del alojamiento y las competencias del personal para conocer las necesidades del cliente por medio de siete interrogantes.

### **Dimensión 2: Instalaciones**

Se evaluará el estado del establecimiento, sus adquisiciones y carencias, de igual manera, la confortabilidad y seguridad del turista al momento hospedarse en el establecimiento. La dimensión cuenta con cinco interrogantes.

### **Dimensión 3: Organización**

Mediante cinco interrogantes el consumidor calificará la organización del personal, es decir, la eficiencia y servicio al cliente durante la estadía en el establecimiento.

Se entregará el cuestionario a los turistas al momento del check out con el objetivo de medir la calidad del servicio desde la perspectiva del huésped.

### **Las brechas del modelo ServQual**

El método HotelQual está basado en el modelo ServQual, el cual no solo está centrado a los hoteles sino es uno de las herramientas de investigación de calidad de servicios más populares usados para cualquier tipo de empresa. Dentro de este modelo de investigación se encuentran las brechas o gaps, la cual su función es indicar las diferencias entre los aspectos importantes a considerar de un servicio, las necesidades de los clientes, la experiencia de recibir el servicio y las percepciones que tienen los empleados de la empresa con respecto a lo requerido por los clientes (Adí, 2003).

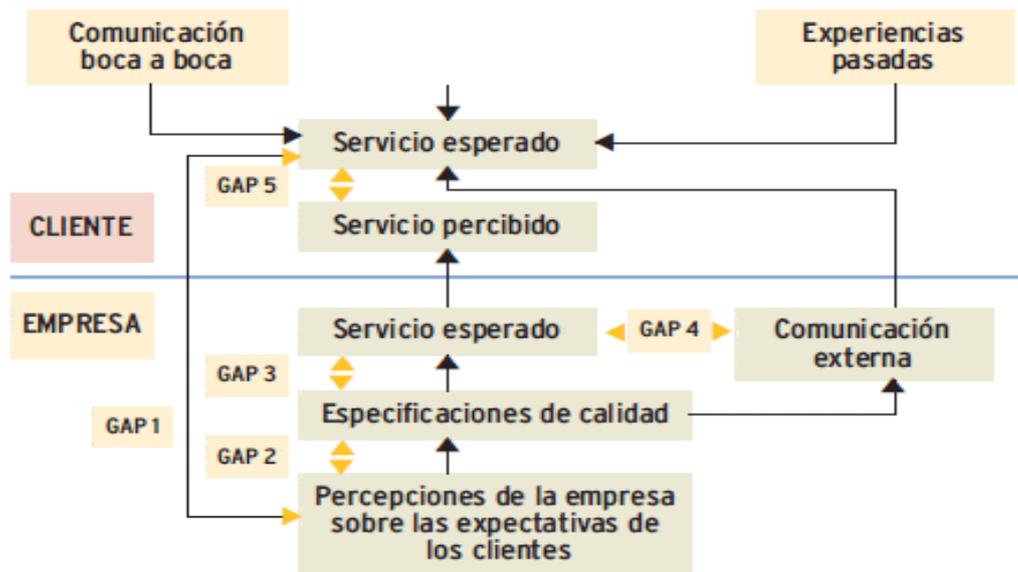


Figura 18. Modelo de Brechas del Método ServQual. Tomado de: El modelo ServQual de calidad de servicio por González, 2013.

A continuación se presentan y explican las 5 brechas del modelo ServQual:

- *Brecha 1:* Evalúa la diferencia entre las expectativas del consumidor y la percepción del administrador o la empresa sobre las expectativas del consumidor, normalmente esta brecha surge por la falta de orientación de la empresa y la aplicación errada de instrumentos de investigación de mercados (Martín, 2018). Esto da como resultado que las empresas desconozcan los aspectos indicativos imprescindibles en la calidad del servicio para el cliente.
- *Brecha 2:* Surge entre la percepción de la empresa sobre las expectativas de los clientes y las especificaciones de calidad, esto es el resultado de la falta de estándares y objetivos orientados al cliente por lo que muchas de las normas de la empresa no son claras para el personal y genera un conflicto con el servicio ofertado (Adí, 2003).
- *Brecha 3:* Evalúa la especificación de calidad y el servicio esperado, se origina principalmente por la aplicación de control y supervisión que utilizan son inadecuados o ambiguos, conflicto en el trabajo en equipo y falta de recursos adecuados, ya sea con el mismo personal como también con el uso de tecnologías o sistemas, lo cual refleja directamente un servicio pobre y de mala calidad (Martín, 2018).
- *Brecha 4:* Discrepancia entre el servicio esperado y la comunicación externa, esta brecha hace énfasis a las promesas a los clientes en las promociones a

través del marketing y que no son cumplidas en el servicio ofrecido. Esto ocurre principalmente por un mal manejo en la publicidad y promoción de la empresa ya sea en su mayoría por páginas webs (Adí, 2003).

- *Brecha 5*: Evalúa el servicio percibido vs el servicio esperado, es considerada la verdadera medida de la calidad de servicio en el modelo ServQual ya que a diferencia de las otras esta se genera y pertenece netamente al cliente. Por lo que la percepción de mala calidad es causa de cualquier discrepancia anterior (Martín, 2018).

Para este proyecto se usará la brecha 5, sin embargo, es importante aclarar que en esta investigación se obtendrá las brechas acordes a la expectativa ya establecida por la organización del Hostal La Laguna basándose en la experiencia obtenida con los huéspedes, es decir que el alojamiento ya posee el mínimo aceptable según la expectativa de los directivos del alojamiento, y por otro lado se medirá la satisfacción del huésped una vez percibido el servicio en el hostal.

En relación a los resultados de percepción de los clientes respecto al servicio recibido se hará uso de encuesta entregadas a los huéspedes del establecimiento, además se optó por enviar correos electrónicos a huéspedes que ya se habían hospedados en el alojamiento según la base de datos del mismo, esto con la finalidad de determinar la brecha entre los resultados reales en cuanto al servicio ofrecido y los parámetros establecidos por la gerencia del hostal.

### **Entrevista**

De acuerdo con Ramirez (2013) cita a Galicia (1976) “indica que la entrevista es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o recibir información y en virtud de las cuales se toman determinadas decisiones” (p. 2).

En el estudio de campo se entrevistará al administrador del Hostal La Laguna para constatar su apreciación del nivel de servicio que se ofrece, y cuáles son las tácticas o planes que se implementará para llegar a un mayor grado de satisfacción de los clientes, además se preguntará si el establecimiento utiliza alguna herramienta para medir la satisfacción de los clientes.

### **Población y Muestra**

#### **Tamaño de la muestra**

Para conocer el tamaño de la muestra se procedió a aplicar la siguiente fórmula, se tomó en cuenta como población el total de plazas que el hostal vendió en el año 2018,

por lo cual se pidió autorización al Propietario del alojamiento Sr. Antonio Gil para poder ingresar al sistema del hostel y constatar la cantidad de turistas registrados, de esta manera se consideró que Hostal La Laguna cuenta con 7 habitaciones y 15 plazas disponibles de esta manera se constató en la base de datos que en el año 2018 el hostel recibió a 3680 huéspedes en sus instalaciones, es decir un 67% de su nivel ocupacional. En consecuencia, el resultado del tamaño de la muestra fue de 360, por lo cual, este es el número de encuestas a realizar a los turistas del Hostal La Laguna para conocer su perspectiva de la calidad del servicio que ofrece el establecimiento.

Donde:

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{3680}{0.05^2(3680 - 1) + 1}$$

$$n = 360$$

Se expresa de la siguiente manera:

$n$  =Tamaño de la muestra (se refiere al número de la población con la cual se va a trabajar).

$N$  = Población (total de la población donde se va a realizar la investigación).

$E$  = Error de muestreo (Se va a trabajar con un margen de error del 0,05).

El Hostal La Laguna posee una adecuada ubicación en la Isla Isabela y tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio con el fin de buscar la satisfacción de los turistas, para así elevar la demanda de turistas y poseer un mayor movimiento económico y flujo de personas.

Para conocer la expectativa del cliente se procedió a dar un cuestionario para que los directivos del Hostal La Laguna lo llenen basándose en la experiencia en la prestación de servicios de alojamiento al cliente, asimismo en base a la inversión que han hecho los propietarios del alojamiento en infraestructura y recurso humano, con el objetivo de que

evalúen los parámetros según las dimensiones personal, instalaciones y organización, asimismo según el resultado de esta encuesta, se podrá identificar al momento del análisis de resultados si la brecha de la expectativa del cliente sobre la calidad del servicio brindado supera a la perspectiva del huésped según su grado de satisfacción o caso contrario no cumpla con las expectativas del cliente planteadas por los directivos. (Ver apéndice C)

## **Análisis de Resultados**

### **Análisis de la encuesta según la expectativa del Hostal La Laguna**

Para conocer la expectativa, los directivos del establecimiento plantearon los mínimos aceptables en cada ítem del formulario sobre la expectativa de los huéspedes que puedan tener al momento de calificar la calidad del servicio, por consiguiente, se realizó al administrador del alojamiento un cuestionario en base al modelo HotelQual dando como resultado el siguiente análisis. (Ver Apéndice C),

Dentro de la dimensión del personal el administrador señaló que el personal del hostel se encuentra apto para ayudar a sus clientes en todo momento que lo requieran, además que los colaboradores se preocupan por resolver los inconvenientes de los clientes. Del mismo modo considera que el personal es confiable y tienen aspecto limpio y aseado ya que son políticas de la empresa. Por otro lado, el administrador reconoce que el personal debe de esforzarse en conocer las necesidades de cada huésped del hostel para mejorar su satisfacción. Asimismo, la calificación con respecto a la profesionalidad del personal fue de 4 sobre 5, por lo cual es evidente que al personal le falta conocimiento para cumplir sus funciones según lo esperado por los directivos del alojamiento.

Por el lado de la dimensión de instalaciones el administrador se siente muy satisfecho ya que la organización ha invertido para la remodelación de la misma por lo que deberían ser agradables para el turista, además del estricto mantenimiento realizado por la empresa. El ítem de la seguridad de las instalaciones con respecto a si cumple con las normas de seguridad obtuvo la calificación de 4 sobre 5, por lo cual se deduce que en algunas áreas del alojamiento existe escasez de artículos de seguridad.

Finalmente en la dimensión de organización los ítems con la mayor calificación con un puntaje de 5 sobre 5 fueron las interrogantes 13,14 y 19 que se enfocaban en la importancia del cliente y de la información entregada a los mismos, sin embargo los demás ítems de esta dimensión con respecto a la fluidez y eficiencia de los servicios que son brindados por el hotel fueron calificados con una puntuación de 4 sobre cinco, por lo

tanto la organización del alojamiento no se encuentra satisfecha en su totalidad con esta dimensión.

Análisis de las encuestas referente a la percepción del huésped realizadas en el Hostal La Laguna basadas en el modelo HotelQual.

Para conocer la percepción de los huéspedes del Hostal La Laguna según el grado de satisfacción luego de recibir el servicio en el alojamiento, se realizó encuestas físicas a los turistas que se hospedaron durante el tiempo de elaboración del presente trabajo; complementariamente debido a que el nivel ocupacional del hostel no permitía alcanzar la muestra total de la presente investigación que dio como resultado 360 encuestas, se recopiló información por medio de encuestas electrónicas a huéspedes que se hospedaron anteriormente en el Hostal La Laguna, quienes fueron contactados por medio de la base de datos de las agencias de viajes que tienen convenio con el alojamiento.

El cuestionario fue elaborado en el idioma español e inglés y está basado en la herramienta HotelQual ya que este modelo sirve para medir la calidad del servicio en los servicios de alojamiento. En el cuestionario aparte de los ítems del modelo HotelQual, se adicionaron interrogantes para conocer el perfil del huésped que se aloja en el Hostal La Laguna. (Ver Apéndice D y E).

## Género

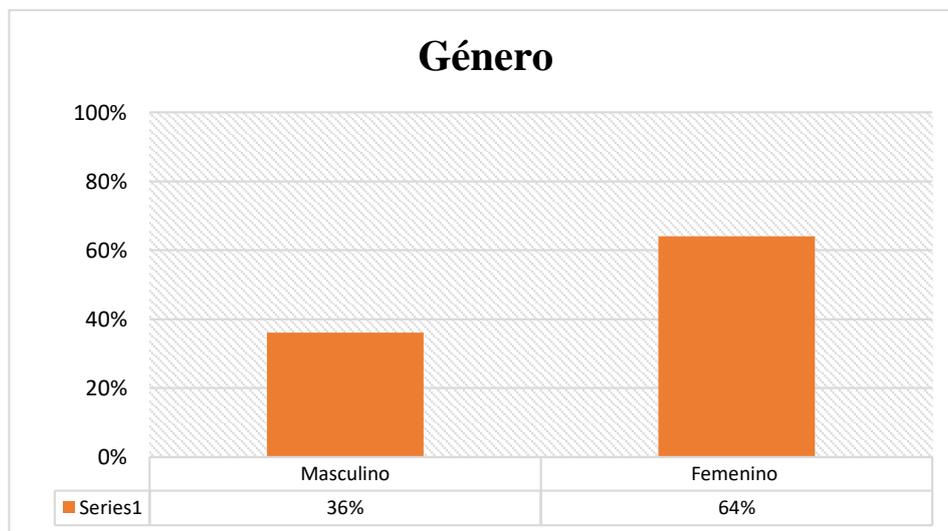


Figura 19. Resultados en base al género que se hospedan en el Hostal La Laguna.

### Análisis de resultados:

Para empezar el cuestionario y conocer el perfil del cliente se preguntó el género del huésped que se alojó en el Hostal La Laguna, teniendo como resultado que la mayor

cantidad son del género femenino con un porcentaje del 64% y del género masculino un total del 36%.

**Rango de edad**

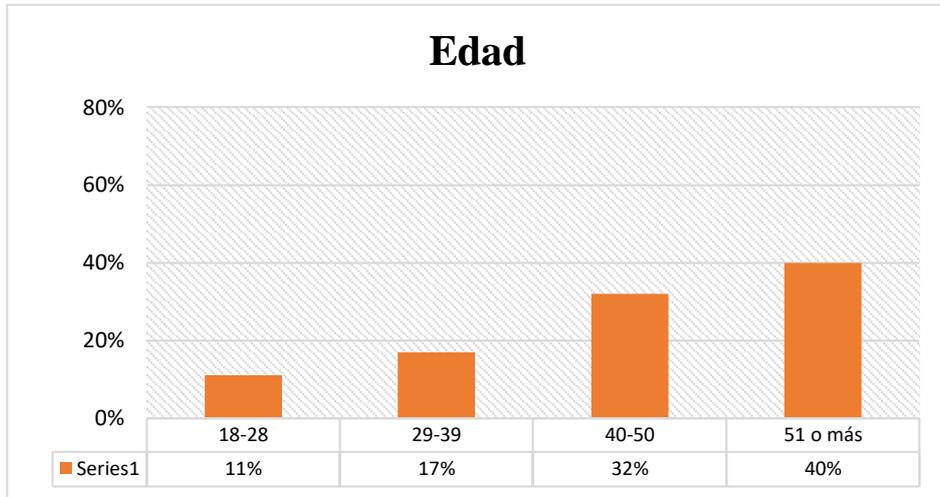


Figura 20. Resultados del rango de edad de huéspedes del Hostal La Laguna

**Análisis de resultados:**

Para conocer la edad de los huéspedes del Hostal La Laguna se utilizó un rango amplio dividido en 4 grupos. Según los resultados arrojados en la tabulación de datos, el porcentaje mayor oscila en turistas de más de 51 años con un 40%, seguido con un 32% se ubican las personas entre 40 y 50 años, y con porcentajes menores se encuentran las personas de 29 a 39 años con un 17% y finalmente se encuentran con un 11% huéspedes de 18 a 28 años.

**Procedencia**

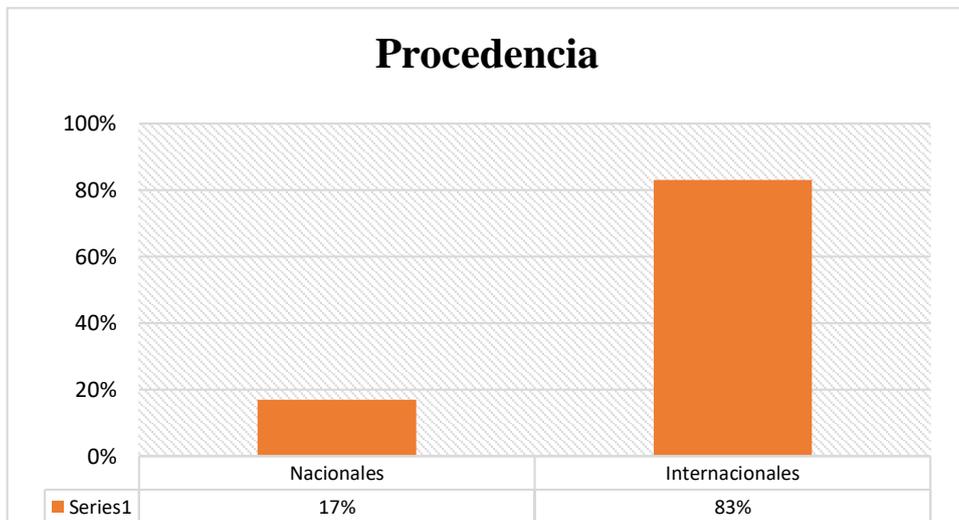


Figura 21. Resultados referente a la nacionalidad de los turistas que se hospedan en el Hostal La Laguna

### **Análisis de resultados:**

Asimismo, para conocer el perfil del cliente otra interrogante que se formuló fue el lugar de procedencia del huésped, dando como resultado que el 17% de los huéspedes son de nacionalidad Ecuatoriana, y el 83% son de nacionalidad extranjera predominando la nacionalidad Estadounidense, Española y Alemana.

En las siguientes páginas se analiza los resultados de cada ítem de las tres dimensiones tales como personal, infraestructura y organización según los resultados obtenidos de los cuestionarios realizados a los huéspedes del Hostal La Laguna, los cuales fueron evaluados mediante una escala de Likert según el grado de satisfacción que considera que: 1. No satisfecho; 2. Poco Satisfecho; 3. Moderadamente Satisfecho; 4. Muy Satisfecho; 5. Extremadamente Satisfecho.

### **Pregunta 1: ¿El personal está dispuesto a ayudar a los clientes?**

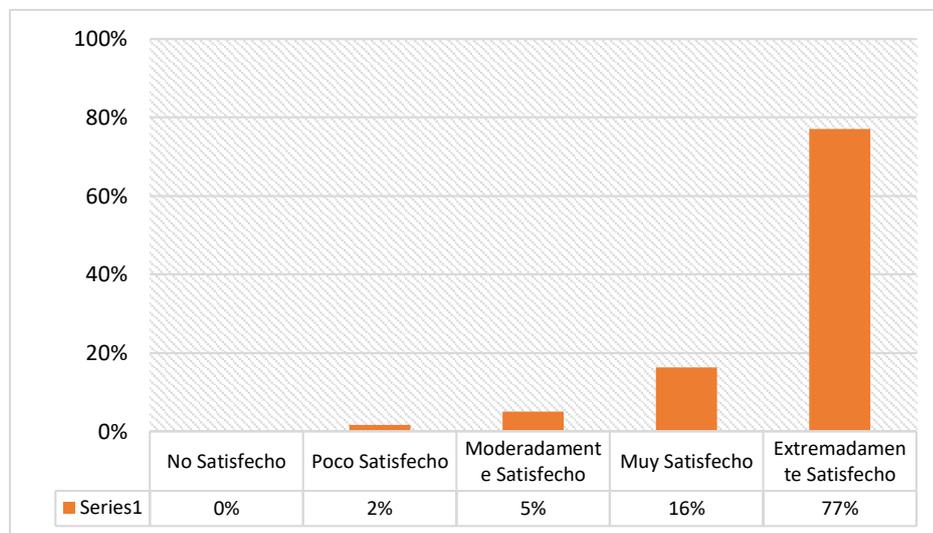


Figura 22. Resultado de la satisfacción en cuanto a la disposición en ayudar al huésped

### **Análisis de resultados:**

Según los datos obtenidos, se muestra que un 77% de los encuestados están extremadamente satisfechos, por otro lado, el 16% se encuentra muy satisfecho, asimismo el 5% de los encuestados respondió sentirse moderadamente satisfecho con esta interrogante, finalmente el 2% restante evaluó estar poco satisfecho con la disposición del personal para ayudar en lo que el turista lo requiera. Por lo que es evidente que el personal debería tener un mayor compromiso para ayudar a los huéspedes el Hostal La Laguna.

**Pregunta 2: ¿Los colaboradores se preocupan por resolver los inconvenientes de los huéspedes?**

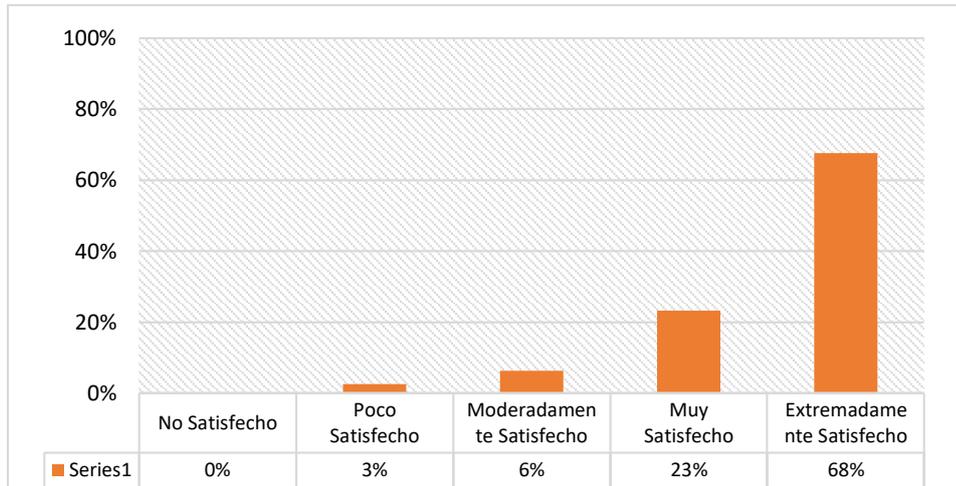


Figura 23. Resultado de la satisfacción en la solución de problemas del huésped

**Análisis de resultados:**

Según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas el 68% se encuentra extremadamente satisfecho con esta interrogante, de igual manera el 23% de los huéspedes respondieron estar muy satisfechos con este ítem, además el 6% evaluó estar moderadamente satisfecho con la preocupación del personal al momento de resolver algún inconveniente, y finalmente un 3% de los huéspedes respondieron encontrarse poco satisfechos con la manera de resolver los inconvenientes por parte del personal. Por lo que es necesario que el alojamiento tenga la predisposición del personal del alojamiento para cualquier inconveniente a resolver.

**Pregunta 3: ¿El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente?**

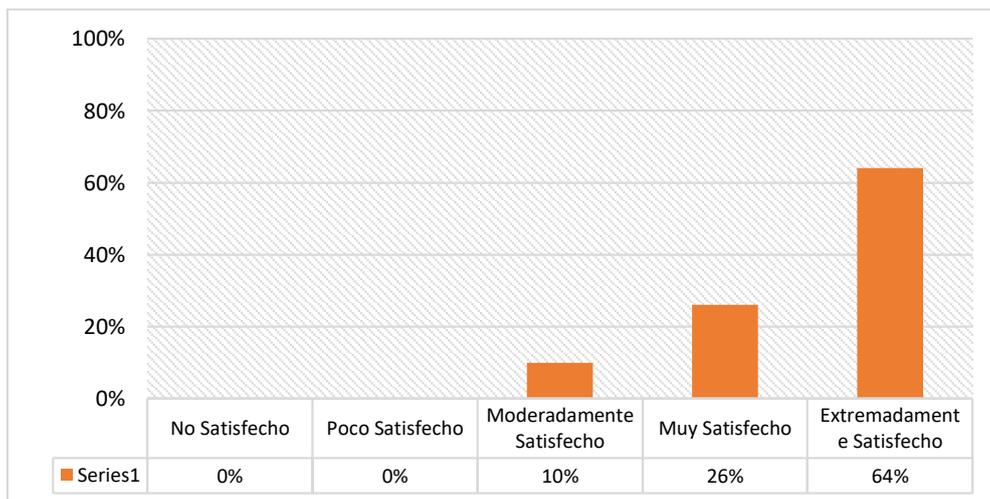
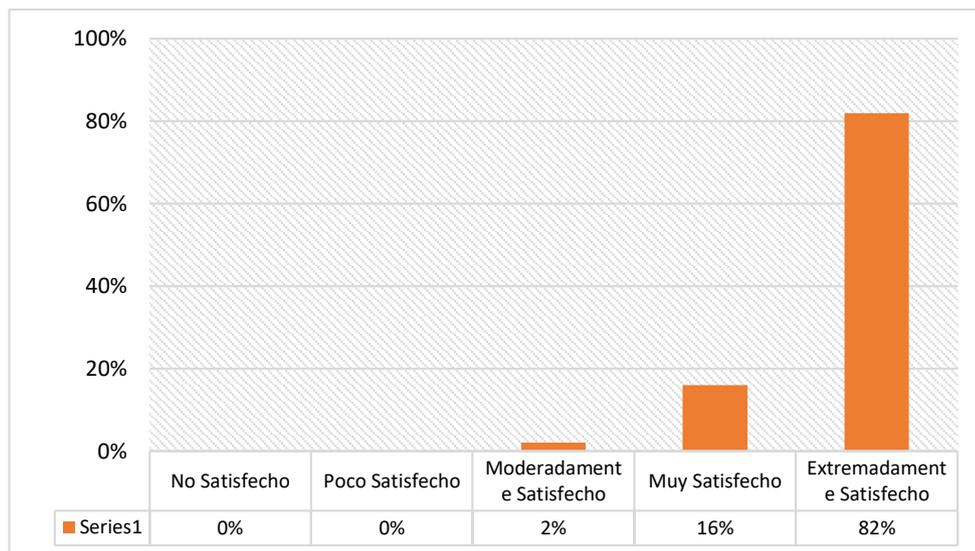


Figura 24. Resultados de la satisfacción a la disposición que tiene el personal por conocer las necesidades del huésped

### **Análisis de resultados:**

Los resultados de este ítem demuestran que el personal conoce las necesidades de los clientes, sin embargo, se considera que el personal se debe esforzar en conocer aún más a fondo las necesidades de los huéspedes, ya que solo el 64% de los encuestados se encuentran extremadamente satisfechos, asimismo el 26% está muy satisfecho con esta interrogante y finalmente un 10% de los encuestados se encuentran moderadamente satisfecho.

### **Pregunta 4 ¿El personal es competente y profesional?**

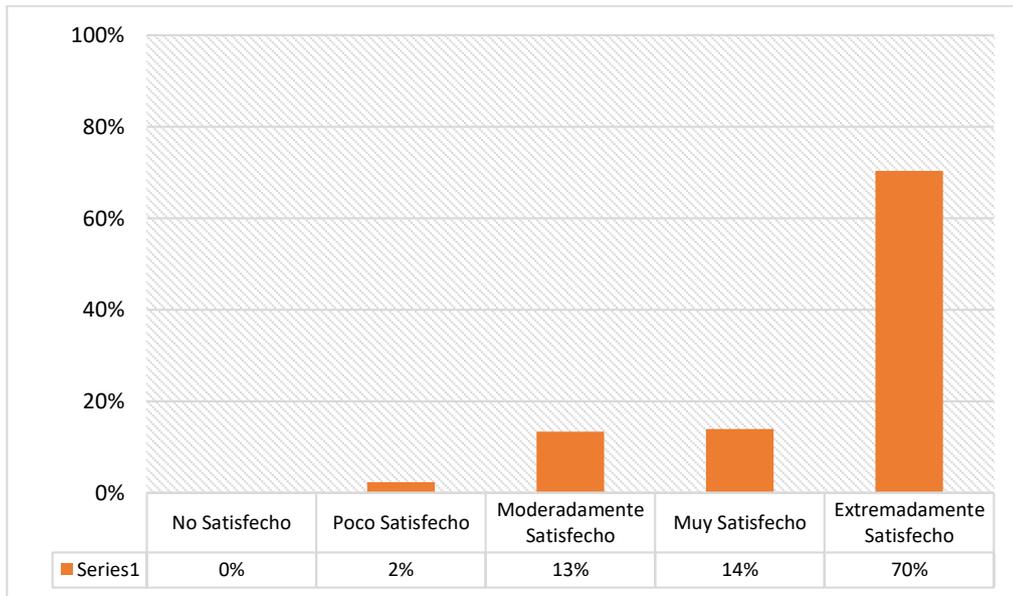


*Figura 25. Resultados de la satisfacción del huésped en cuanto si el personal es competente y profesional*

### **Análisis de resultados:**

Según los resultados de las encuestas un 82% de los huéspedes se encuentran extremadamente satisfechos con esta pregunta, asimismo un 16% de los huéspedes respondió que se encuentra muy satisfecho, sin embargo, es evidente que un 2% está moderadamente satisfecho con que el personal es competente y profesional y que cumpla con sus funciones y responsabilidades de manera eficiente, por lo cual es un ítem a tener en cuenta por la organización del alojamiento.

**Pregunta 5 ¿Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita?**

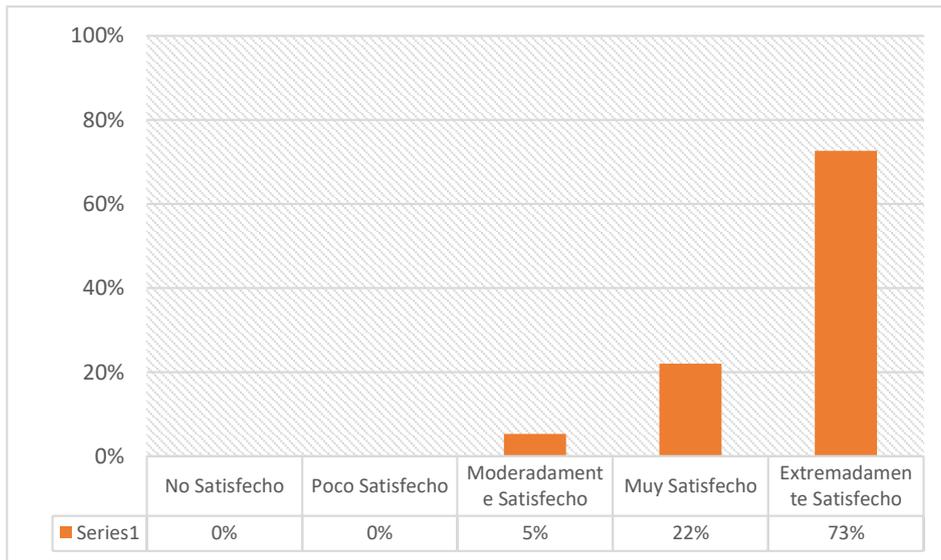


*Figura 26.* Resultados sobre la disponibilidad de información por parte del personal cuando el huésped lo solicita

**Análisis de resultados:**

Según los resultados de las encuestas realizada a los huéspedes del Hostal La Laguna, el 70% se encuentra extremadamente satisfecho con la disponibilidad del personal para brindar cualquier tipo de información a los huéspedes, sin embargo el porcentaje restante se dividió con un 16% muy satisfecho, 13% moderadamente satisfecho y finalmente el 2% se sintió poco satisfecho. Por lo cual es evidente que en esta interrogante no existe la satisfacción esperada por el alojamiento en relación con el desenvolvimiento de su personal, por lo cual es recomendable corregir los errores que están impidiendo lograr la máxima satisfacción en este ítem.

**Pregunta 6 ¿El personal es confiable?**

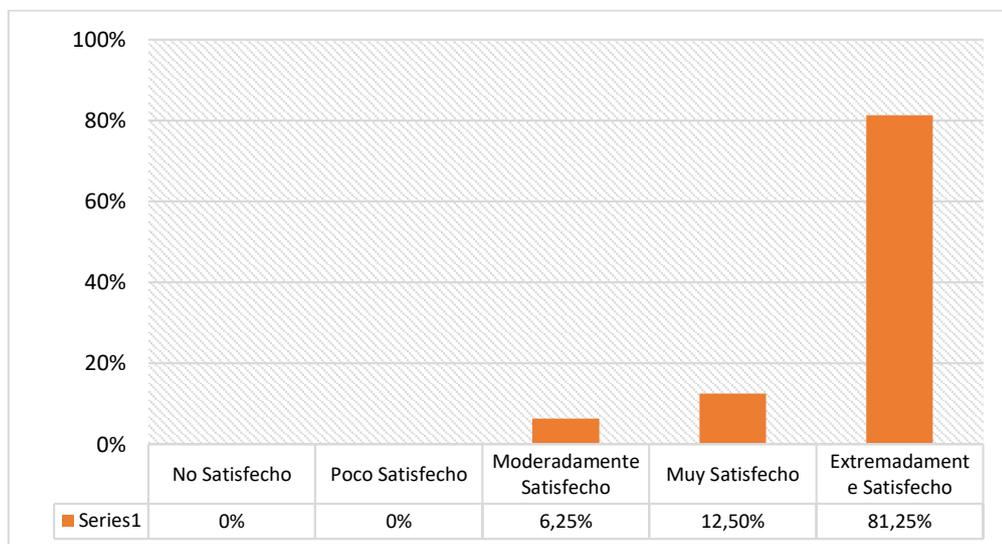


*Figura 27. Resultados de la confianza que transmite el personal del Hostal La Laguna a los huéspedes*

**Análisis de resultados:**

Una vez realizada la tabulación de los resultados, se pudo constatar que un 73% de los huéspedes encuestados se encuentran extremadamente satisfechos con la confianza que le transmite el personal del Hostal La Laguna, asimismo un 22% de huéspedes respondieron muy satisfecho a esta interrogante, y finalmente moderadamente satisfecho respondieron un 5% de los encuestados, por lo que se analiza que el personal brinda confianza y seguridad a su vez al momento que el huésped los solicita.

**Pregunta 7 ¿El personal tiene un aspecto limpio y aseado?**



*Figura 28. Resultados de la encuesta referente al aspecto del personal*

**Análisis de resultados:**

Según la información recopilada en las encuestas un 81,25% de los huéspedes a quienes se les entregó la herramienta para medir la satisfacción se encuentran extremadamente satisfechos con esta interrogante, de igual manera el 12,50% de los encuestados respondieron encontrarse muy satisfechos con el aspecto del personal del alojamiento, por otro lado, un porcentaje considerable que representa el 6,25% se encuentra moderadamente satisfecho con este ítem. Por lo que se puede analizar que más de la mitad de los huéspedes están de acuerdo que el personal se interesa por mostrar un aspecto limpio y aseado en el día a día.

**Pregunta 8 ¿Las diferentes áreas e instalaciones resultan agradables?**

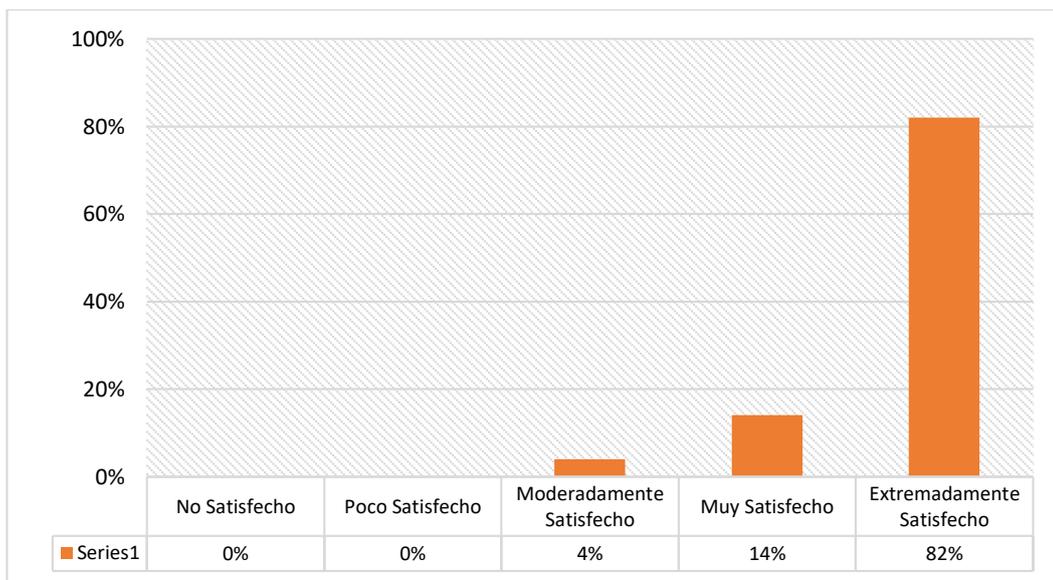


Figura 29. Resultados obtenidos referente a que tan agradable son las áreas e instalaciones del Hostal La Laguna

**Análisis de resultados:**

De acuerdo con las respuestas de los huéspedes del Hostal Laguna se puede apreciar que un 82% de los encuestados se encuentran extremadamente satisfechos con el ambiente y lo agradable de las diferentes áreas e instalaciones del alojamiento, de igual manera el 14% de los turistas respondieron estar muy satisfechos con las instalaciones, y un 4% moderadamente satisfecho. Por lo tanto si es necesario se debería realizar adecuaciones en las áreas del hostal.

**Pregunta 9 ¿Las áreas y equipamientos están bien conservadas?**

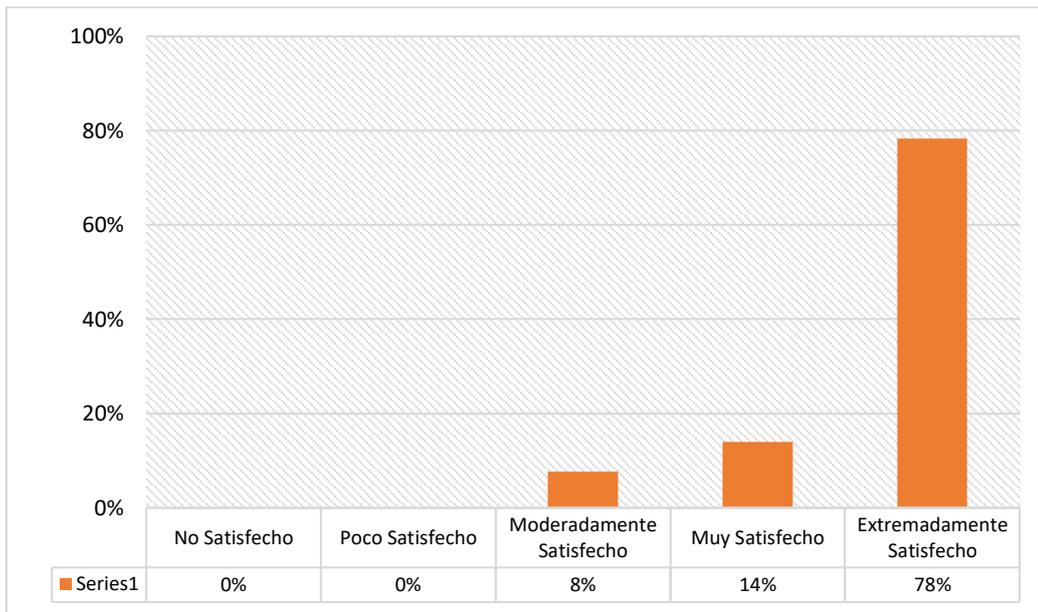


Figura 30. Resultado referente a la conservación de áreas y equipamientos del Hostal La Laguna

**Análisis de resultados:**

El 78% de los turistas encuestados indicaron estar extremadamente satisfechos con las áreas del hotel, por lo que se mantienen debidamente conservadas, por otro lado el 14% respondió que está muy satisfecho con esta interrogante, y un porcentaje menor pero importante que representa el 8% de los encuestados se encuentra moderadamente satisfecho con esta pregunta.

**Pregunta 10 ¿Las instalaciones son confortables y acogedoras?**

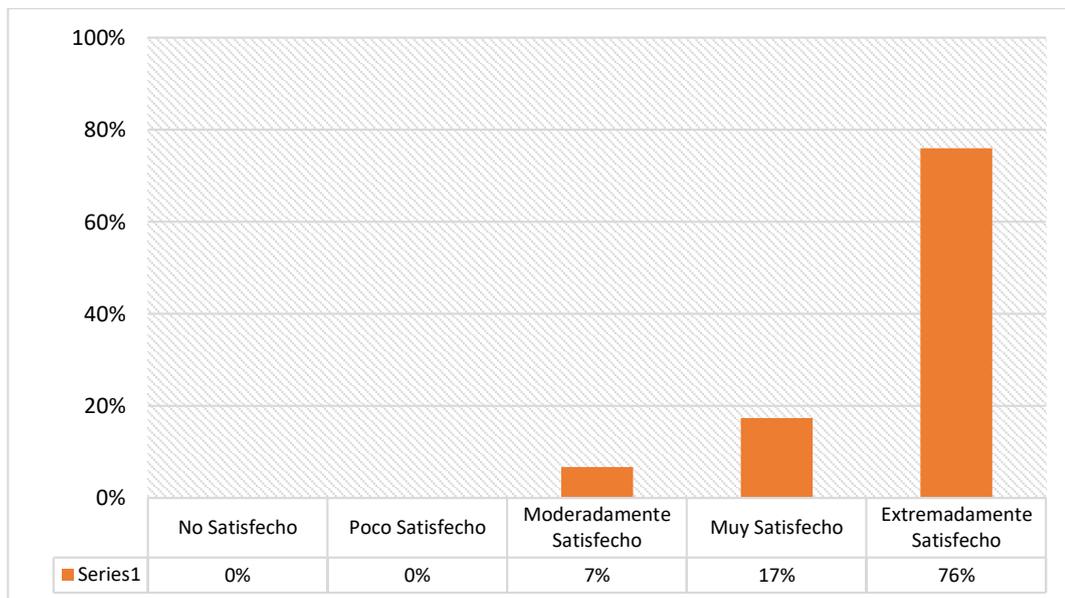


Figura 31. Resultado referente a lo confortables y acogedoras que son las instalaciones en el Hostal La Laguna

**Análisis de resultados:**

De acuerdo a los turistas que se hospedaron en el Hostal La Laguna y respondieron las encuestas de la herramienta HotelQual, un 76% del total están extremadamente satisfechos con las instalaciones ya que percibieron que fueron confortables y acogedoras durante su estadía en el alojamiento, asimismo en 17% se encuentra muy satisfecho, y por último un 7% de los huéspedes se encuentran moderadamente satisfecho.

**Pregunta 11 ¿Las instalaciones son seguras?**

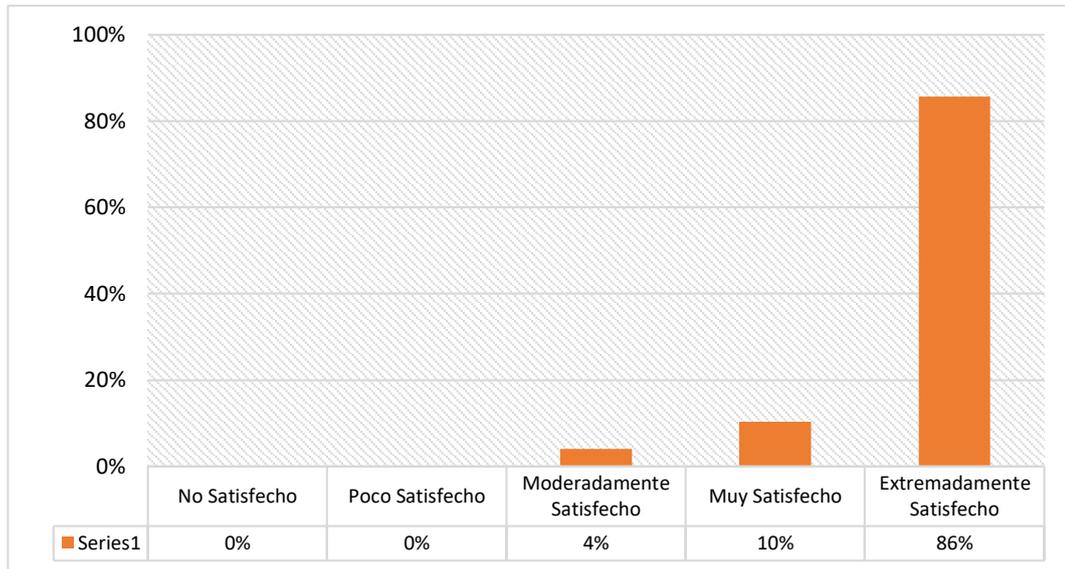


Figura 32. Resultados de las encuestas sobre la seguridad de las instalaciones

**Análisis de resultados:**

El 86% de los huéspedes encuestados se encuentran extremadamente satisfechos con la seguridad en las instalaciones del Hostal La Laguna, el 10% siguiente respondió encontrarse muy satisfecho y finalmente el 4% de los huéspedes moderadamente satisfecho. De modo que, un porcentaje considerable de los huéspedes encuestados percibe que las instalaciones del Hostal La Laguna son seguras.

**Pregunta 12. ¿Las instalaciones están limpias?**

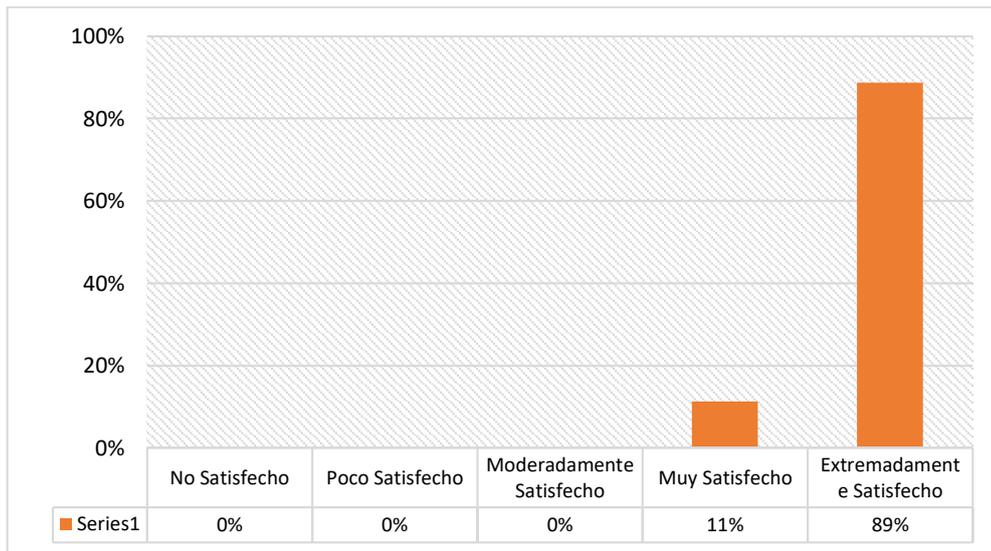


Figura 33. Resultado de las encuestas referente a si las instalaciones están limpias

**Análisis de resultados:**

El 89% de los huéspedes encuestados indicaron encontrarse extremadamente satisfechos con la limpieza en las instalaciones del Hostal La Laguna, del mismo modo el 11% restante de los huéspedes respondieron sentirse muy satisfechos con esta interrogante. Por lo que es evidente que la organización del alojamiento se esfuerza por mantener impecables y limpias las habitaciones e instalaciones en general en todo el hostel.

**Pregunta 13 ¿Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente?**

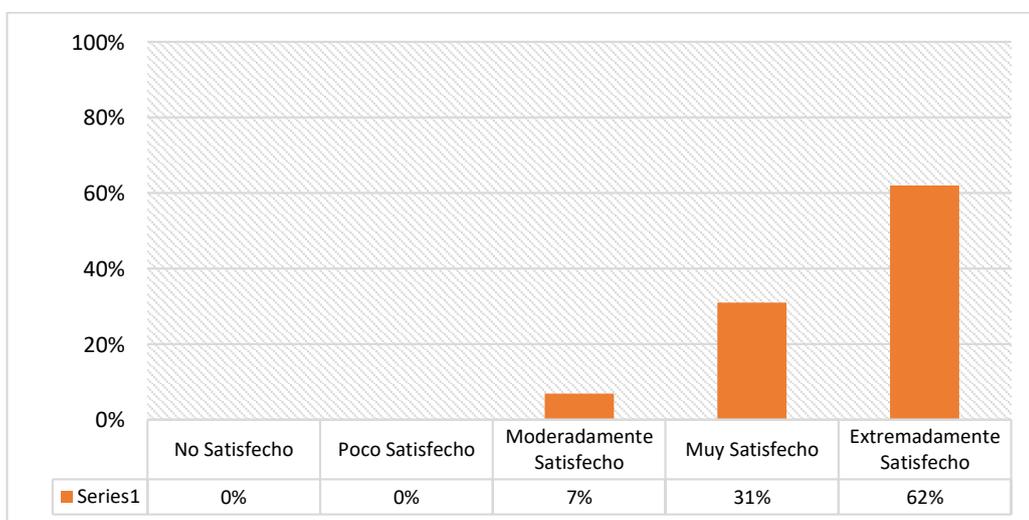
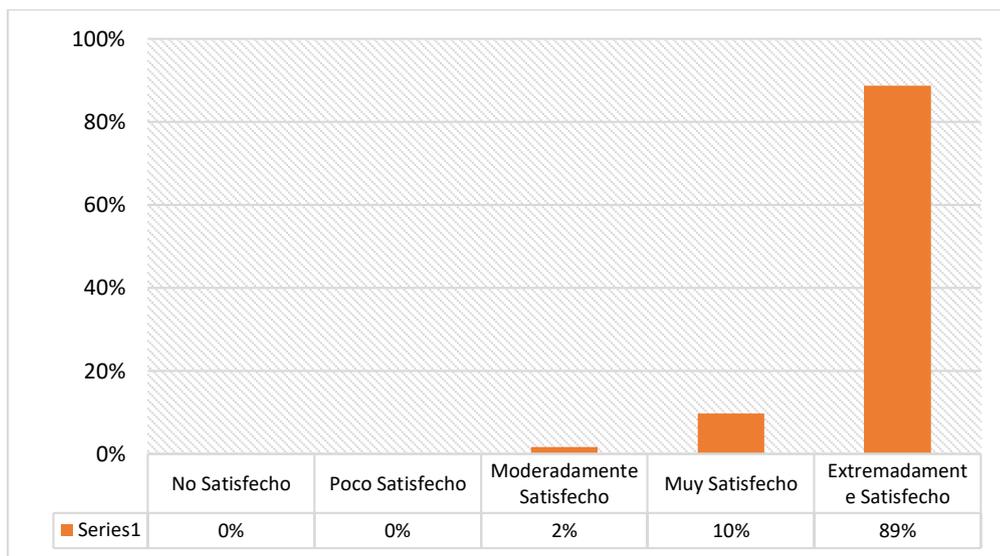


Figura 34. Resultados de la encuesta acorde a la facilidad de conseguir información sobre los diferentes servicios que solicita al cliente

### **Análisis de resultados:**

De acuerdo con la información recolectada en las encuestas tanto físicas como electrónicas a los huéspedes del alojamiento, afirmaron sentirse extremadamente satisfechos con este ítem en un 62%, asimismo el 31% contestaron encontrarse muy satisfechos y finalmente el 7% de los turistas eligieron la opción de encontrarse moderadamente satisfechos. Se puede analizar que la organización se preocupa por facilitar información adecuada sobre los diferentes servicios que solicitan los huéspedes. Por lo cual el personal debe de estar preparado para brindar información sobre el hostel y el destino.

### **Pregunta 14 ¿Se actúa con discreción y se respeta la intimidad de los clientes?**



*Figura 35.* Resultados de las encuestas referente a si se actúa con discreción y se respeta la intimidad de los huéspedes del Hostal La Laguna

### **Análisis de resultados:**

La privacidad de una persona es de suma importancia, de modo que se realizó esta interrogante para medir la satisfacción de los huéspedes con respecto a la discreción y privacidad en el alojamiento. Según los encuestados el 89% se sintió extremadamente satisfecho con este ítem, asimismo un 10% de los turistas informo sentirse muy satisfecho y finalmente el 2% respondió sentirse moderadamente satisfechos.

**Pregunta 15 ¿Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir?**

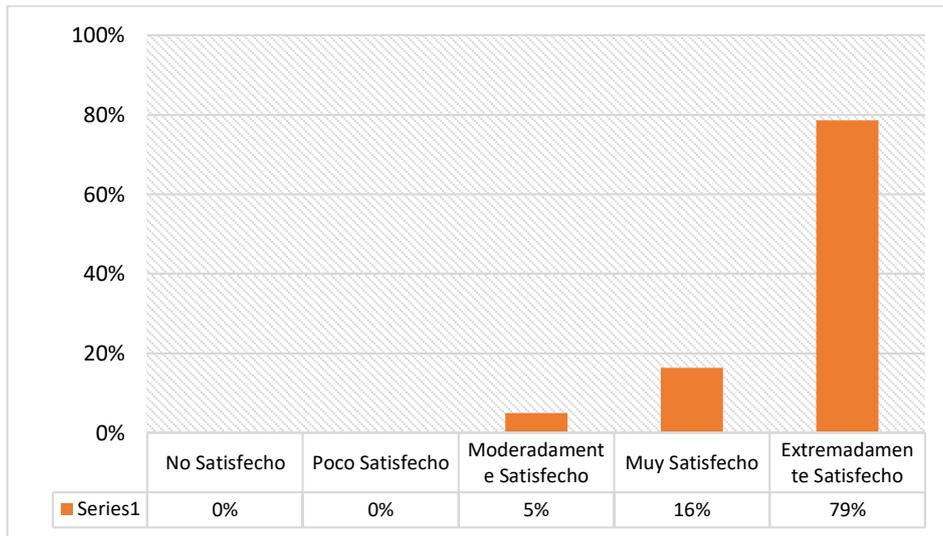


Figura 36. Resultados de las encuestas referente a la disponibilidad de la organización para resolver inconvenientes del huésped

**Análisis de resultados:**

De acuerdo con los resultados de las encuestas el 5% de los huéspedes se encuentra moderadamente satisfecho con esta interrogante, en cambio el 16% de los turistas respondió estar muy satisfecho y finalmente la mayor cantidad representado en un 79% se sintió extremadamente satisfecho con la disponibilidad de parte de los directivos del alojamiento para solventar cualquier tipo de duda o inconveniente que le surja al huésped.

**Pregunta 16. ¿Los diferentes servicios funcionan con rapidez?**

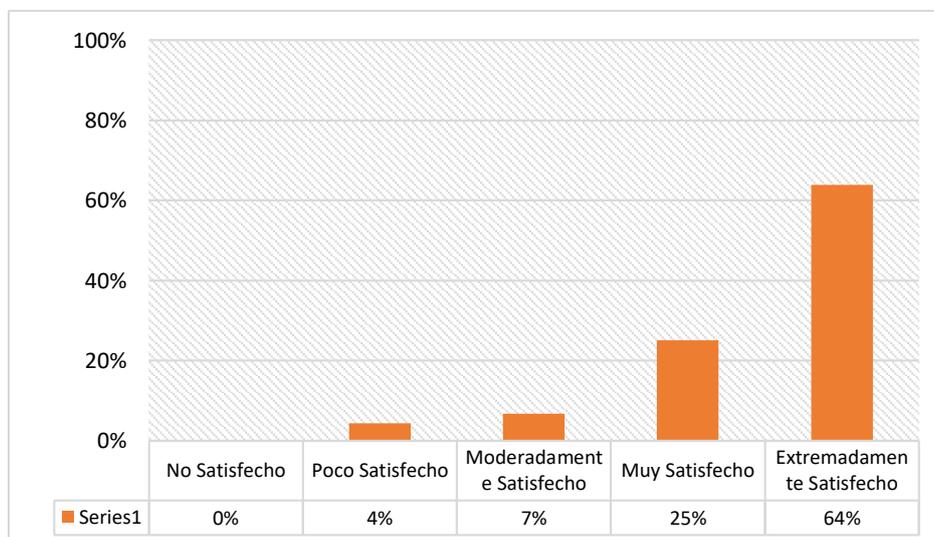


Figura 37. Resultado de la encuesta referente a la rapidez de los diferentes servicios del Hostal La Laguna

**Análisis de resultados:**

Referente al funcionamiento de los diferentes servicios que ofrece el Hostal La Laguna, los huéspedes pudieron calificar esta interrogante teniendo como resultado que el 4% de los huéspedes respondieron sentirse poco satisfechos con la rapidez de los servicios, asimismo el 7% de los encuestados están moderadamente satisfechos con este ítem, de igual manera el 25% evaluó la rapidez de los servicios y se sintieron muy satisfechos con el mismo, finalmente el 64% calificó con el puntaje más alto a esta interrogante es decir extremadamente satisfechos. Por lo que se puede analizar que un porcentaje considerable de los huéspedes no se encuentran satisfechos, en la presente investigación los servicios más criticados fueron los servicios de internet y alimentos y bebidas, por lo que se considera que es un motivo de la insatisfacción de la misma.

**Pregunta 17 ¿Los datos e información que manejan los empleados en referencia a los clientes son correctos?**

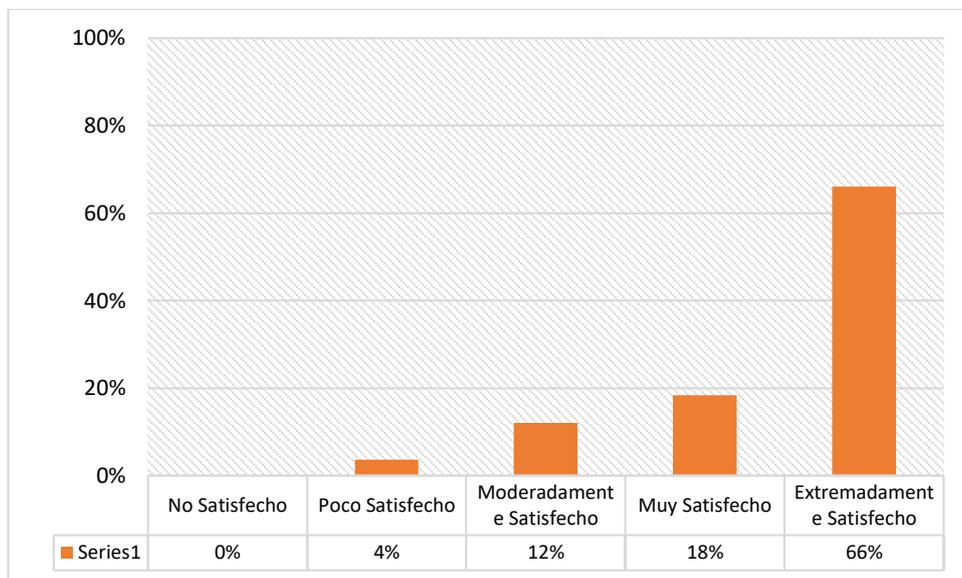


Figura 38. Resultados de las encuestas referente a la información que manejan los empleados sobre el huésped que ingresa al Hostal La Laguna

**Análisis de resultados:**

Según la evaluación de los huéspedes que se hospedaron en el Hostal La Laguna, el 66% de los encuestados respondieron encontrarse extremadamente satisfechos con esta interrogante, asimismo el 18% se sintió muy satisfecho con este ítem, además contestaron sentirme moderadamente satisfechos el 12% de los turistas encuestados y finalmente poco satisfecho un 4% de ellos. Por lo que es evidente que la información acerca de la reserva

o del huésped en general no siempre es correcta, por lo que se recomienda solucionar este problema.

**Pregunta 18 ¿Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el huésped?**

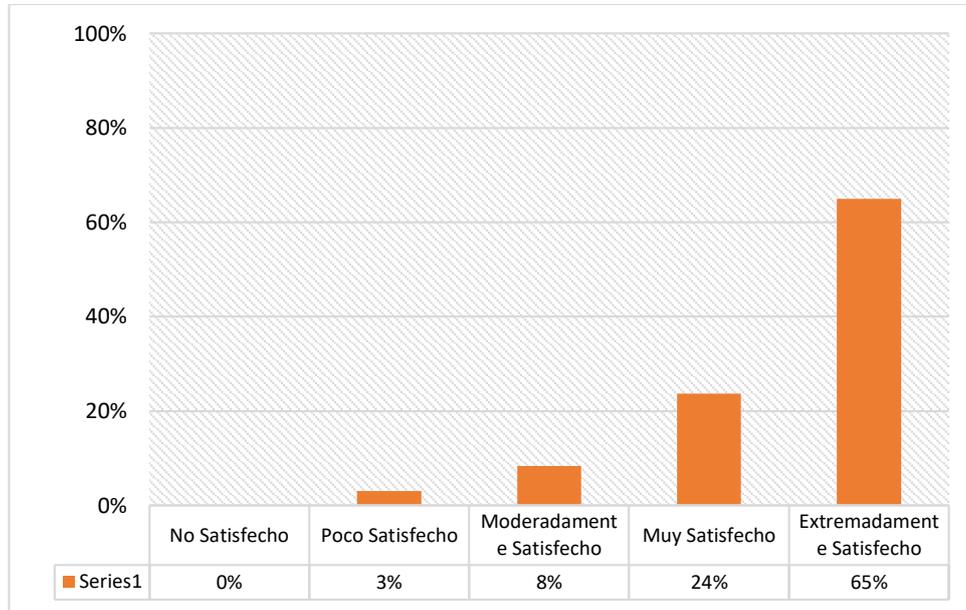


Figura 39. Resultados de las encuestas referente a la eficacia al solucionar problemas que tengas los huéspedes

**Análisis de resultados:**

Según la tabulación de datos basada en las encuestas realizadas a los huéspedes del Hostal La Laguna el 65% de encuestados respondió sentirse extremadamente satisfechos con respecto a la eficacia que tiene la organización para solucionar los problemas que presentan los huéspedes durante su estadía en el alojamiento, por otro lado el 24% contestó estar muy satisfecho con la forma en que atienden sus problemas, asimismo la opción de encontrarse moderadamente satisfecho obtuvo un 8%, finalmente el 3% restante de los turistas se sintieron poco satisfechos con este ítem de la encuesta. Por lo que se concluye, que a pesar de ser un porcentaje mínimo el que no se encuentra satisfecho, para el establecimiento es importante lo manifestado por los huéspedes, de modo que es un punto relevante a mejorar para lograr la satisfacción deseada por la organización.

### Pregunta 19 ¿El cliente es lo más importante?

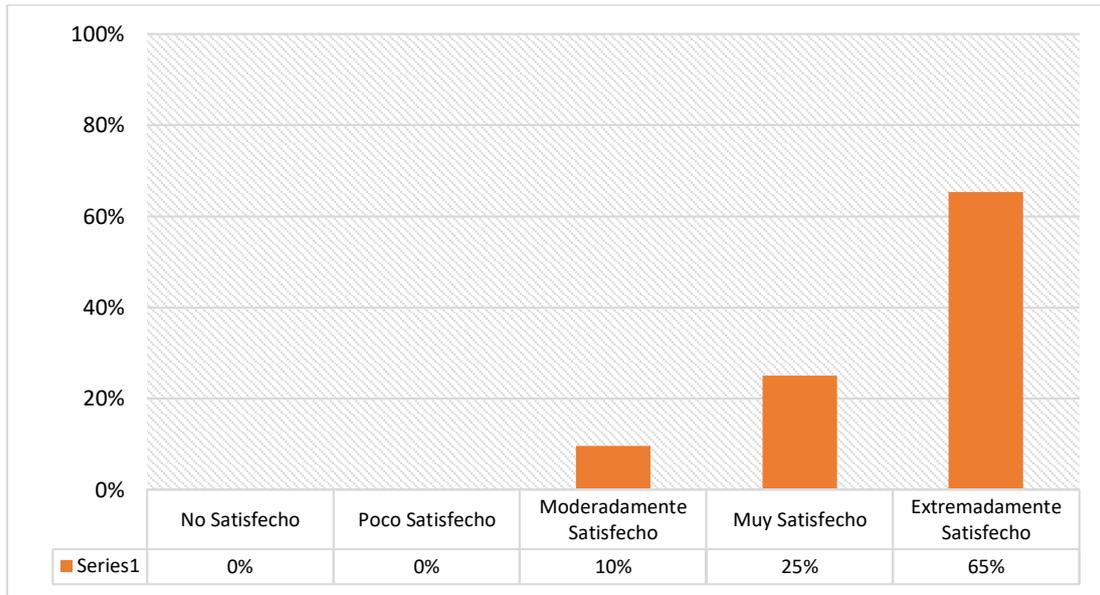
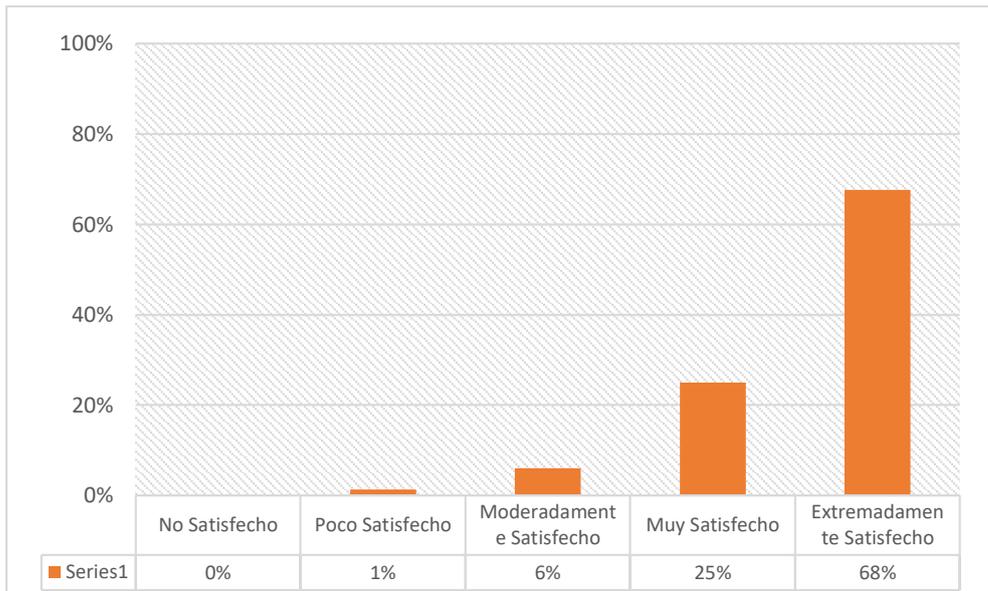


Figura 40. Resultados de la interrogante referente a la importancia que tienen los huéspedes para la organización del Hostal La Laguna

#### **Análisis de resultados:**

Luego de obtener los resultados con la intención de conocer la perspectiva del huésped acerca de que tan importante se sintió en el alojamiento durante su estadía, el 65% de los encuestados se sintió extremadamente satisfecho con esta interrogante, asimismo el 25% restante contestó estar muy satisfecho con la preocupación de la organización hacia los huéspedes, finalmente el 10% de los turistas alojados en el hostal se decidió por la opción moderadamente satisfecho. Por lo que es evidente que la organización tiene la intención de hacer sentir al huésped lo más importante en el alojamiento, sin embargo se puede mejorar algunos aspectos que impiden la satisfacción máxima de los huéspedes.

**Pregunta 20 ¿Se presta el servicio según las condiciones contratadas con el huésped?**

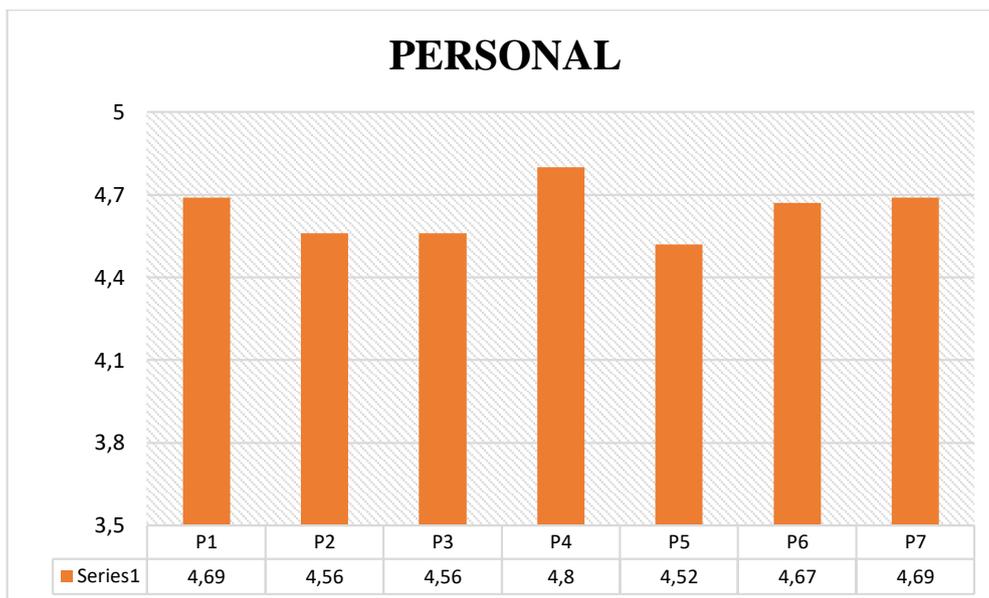


*Figura 41.* Resultados de las encuestas acorde al cumplimiento de las condiciones planteadas por parte del alojamiento a los huéspedes

**Análisis de resultados:**

El 68% de los huéspedes encuestados respondieron encontrarse extremadamente satisfechos con las condiciones contratadas con el alojamiento por lo que es evidente que estos huéspedes recibieron lo prometido por el hostel, por otra parte el 25% respondió muy satisfecho, asimismo el 6% eligió la opción moderadamente satisfecho y el 1% poco satisfecho. Por lo que se puede evidenciar según estos resultados que el alojamiento posee inconvenientes para cumplir con todos los huéspedes las condiciones planteadas en las reservas de los mismos. Por lo que se considera importante corregir este problema para lograr superar las expectativas del huésped.

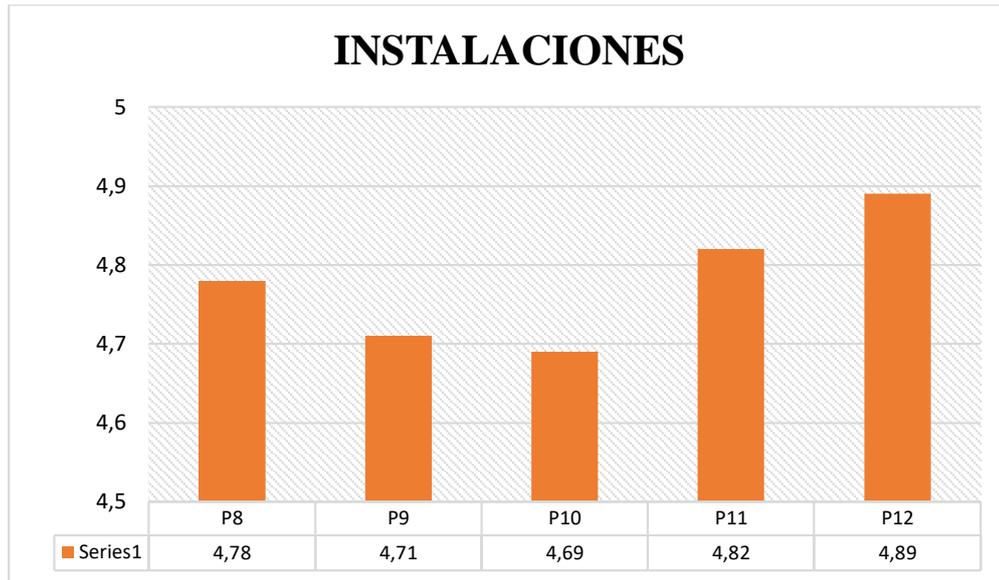
Después de haber tabulado y analizado cada interrogante del cuestionario según la perspectiva del huésped que se alojó en el Hostal La Laguna, se representará mediante gráficos las tres dimensiones personal, instalaciones y organización, con el fin de conocer los promedios de cada ítem.



*Figura 42.* Promedio de las interrogantes de la dimensión personal

Luego de obtener los resultados de la tabulación, se procede a evaluar el gráfico de la dimensión personal. Según los huéspedes los ítems con menor promedio son la interrogante cinco con un promedio de 4,53 sobre 5 que se refiere a la disponibilidad del personal para brindar información requerida por el cliente y la número dos y tres con un promedio de 4,56, que está basada en la preocupación del personal por conocer las necesidades del cliente. Por lo cual es recomendable establecer estrategias para garantizar la disponibilidad del personal, brindar información y atención necesaria al turista cuando lo requieran.

Mientras que la interrogante mejor evaluada es la número cuatro con un promedio de 4,8 sobre 5 que se basa en que el personal es apto en sus funciones, sin embargo existen falencias que se pueden corregir con el objetivo de lograr que el personal sea eficiente.



*Figura 43.* Promedios de las interrogantes de la dimensión instalaciones

Asimismo, se analiza los promedios de la dimensión instalaciones según la perspectiva del huésped, siendo las preguntas con menor promedio, la número diez la cual posee una calificación de 4,69 sobre 5 y la nueve que posee un promedio de 4,71 sobre 5, las cuales se refieren a la confortabilidad y conservación de los equipos e instalaciones del Hostal La Laguna.

Por lo cual, es evidente que la organización necesita establecer un plan de mantenimiento preventivo y correctivo, este último enmarcado en tiempos de respuesta eficiente, para que existe una mejora en la perspectiva por parte del huésped de las instalaciones del hostal.

Por otro lado, los ítems mejores calificados en la dimensión instalaciones por los 360 encuestados son la pregunta número 12 que está basada en la limpieza de las instalaciones, y la pregunta número 11 que se refiere a la seguridad de las instalaciones del alojamiento, por lo que es evidente que el personal se esfuerza por mantener limpio cada área del Hostal La Laguna y los directivos en invertir en la seguridad de las instalaciones para el bienestar de los huéspedes.



Figura 44. Promedios de las interrogantes de la dimensión organización

Por el lado de la dimensión organización, según los resultados de la tabulación las interrogantes con menor promedio fueron la número 17 con un promedio de 4,47 sobre 5, misma que responde a la información que posee el alojamiento referente a los huéspedes, y la pregunta 16 que se basa en la rapidez de los diferentes servicios cuyos tiempos no fueron los esperados por los huéspedes.

Por lo que es importante implementar mejores procedimientos en los servicios que brinda el hostel, de igual manera buscar eficiencia en la recolección de información del cliente para evitar inconvenientes a la hora de su llegada al establecimiento.

De igual manera, las interrogantes con mayor calificación fueron la número 14 con un promedio de 4,87 sobre 5, referente a respetar la intimidad del huésped a la hora de su estadía y con respecto al número 20 obtuvo un promedio de 4,72 sobre 5 la cual se basaba en cumplir con los servicios y condiciones acordadas con el cliente.

#### **Análisis de resultados de los ítems para establecer la brecha 5 del modelo sobre la calidad de servicio.**

Luego de tabular cada interrogante de las encuestas según la percepción del huésped que se alojó en el Hostal La Laguna, se procederá a medir los valores de la expectativa planteada por la organización del alojamiento versus la satisfacción percibida por el huésped una vez recibido el servicio, de esta manera se podrá medir y sacar las brechas correspondientes aplicando un básico análisis estadístico, con el fin de conocer las brechas más grandes para que el establecimiento tome las medidas correctivas necesarias para solucionar cada una de ellas.

Para poder calcular el Gap 5 entre la expectativa y perspectiva de la calidad del servicio del Hostal La Laguna, se procedió a calcular el promedio y su respectiva desviación estándar de cada una de las interrogantes del cuestionario de la perspectiva, debido a que el promedio de la expectativa ya está dado por la organización del Hostal La Laguna.

La siguiente tabla representa los promedios de las interrogantes del cuestionario HotelQual, en la tabla se muestra la expectativa (E), perspectiva (P), la desviación estándar de los promedios de la perspectiva, la cual según Riquelme (2018), en su investigación indicó que muestra diferencias relativas en datos y resultados, la cual mientras más grande es la diferencia entre los datos, más grande va a resultar la desviación estándar o típica y por último el resultado de la brecha o Gap 5 (P-E).

Tabla 11

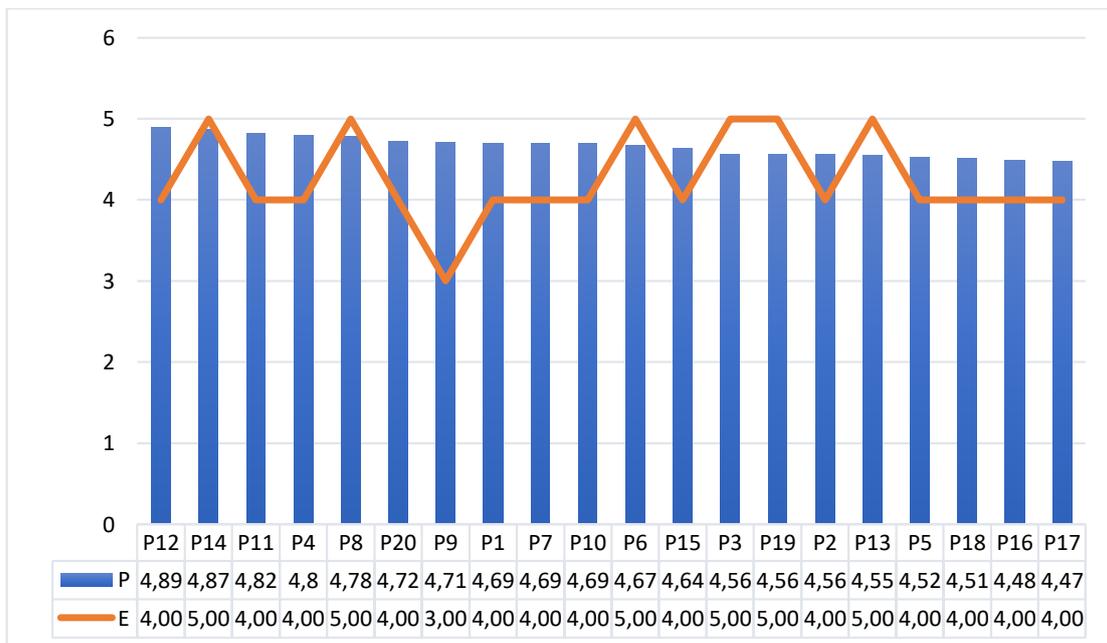
*Resultado del cuestionario: promedio de expectativa y perspectiva, desviación estándar y brecha o Gap 5*

Pregunta	Dimensión	E	P	DesvP	Gap 5
1	P	4,00	4,69	0,65	0,69
2	P	4,00	4,56	0,73	0,56
3	P	5,00	4,56	0,65	-0,44
4	P	4,00	4,8	0,44	0,80
5	P	4,00	4,52	0,81	0,52
6	P	5,00	4,67	0,57	-0,33
7	P	4,00	4,69	0,64	0,69
8	I	5,00	4,78	0,5	-0,22
9	I	3,00	4,71	0,6	1,71
10	I	4,00	4,69	0,58	0,69
11	I	4,00	4,82	0,48	0,82
12	I	4,00	4,89	0,31	0,89
13	O	5,00	4,55	0,62	-0,45
14	O	5,00	4,87	0,38	-0,13
15	O	4,00	4,64	0,54	0,64
16	O	4,00	4,48	0,81	0,48
17	O	4,00	4,47	0,84	0,47
18	O	4,00	4,51	0,77	0,51
19	O	5,00	4,56	0,66	-0,44
20	O	4,00	4,72	0,44	0,72

En la *tabla 12* se puede observar los resultados de los promedios de cada una de las interrogantes con su dimensión correspondiente tanto desde el punto de vista de la expectativa como de las perspectivas, por el lado de la expectativa se ubicaron los promedios que los directivos del alojamiento calificaron según la expectativa del cliente. Por otro lado se calculó los promedios de la percepción del huésped en base a la tabulación realizada de cada pregunta del cuestionario.

Es evidente que en la mayoría de preguntas la perspectiva del huésped superó a la expectativa del cliente planteada por los directivos del alojamiento, sin embargo se encontraron 6 interrogantes con Gap negativo las cuales pertenecen a la dimensión de personal las preguntas 3 y 6 que corresponden al esfuerzo y confiabilidad del personal hacia los huéspedes, asimismo la pregunta 8 de la dimensión instalaciones no superó las expectativas, por lo cual es una brecha negativa, además de las interrogantes 13, 14 y 19 correspondientes a la dimensión organización que se basan en la información e importancia que se le da al huésped que se aloja en el Hostal La Laguna. Por lo cual es evidente que los resultados de las encuestas tienen relación con las reseñas obtenidas de las plataformas digitales.

También se optó por determinar la desviación estándar del promedio de cada interrogante del cuestionario, la cual indica la variación de los resultados de cada interrogante del modelo HotelQual.



*Figura 45.* Promedio de la percepción versus la expectativa en el Hostal La Laguna

En la *Figura 45* se ordenaron de mayor a menor los promedios de la perspectiva según la satisfacción del huésped en el Hostal La Laguna, además se optó por comparar la perspectiva versus la expectativa mediante la utilización de un gráfico, en donde se muestra que 6 interrogantes no superan la línea de la expectativa, por lo cual los directivos del alojamiento deben tomar acciones principalmente en esos ítems.

Del mismo modo, se encontraron interrogantes en el cuestionario de la percepción del cliente que superaron con mayor promedio las expectativas del alojamiento, las percepciones más altas fueron las interrogantes 11, 12 y 4 que se refieren el profesionalismo del personal y aspectos de limpieza y seguridad en las instalaciones. Sin embargo estas interrogantes no logran la satisfacción máximas del turista, no obstante es recomendable no omitirlas y buscar mejoraras continuas que beneficien al establecimiento.

Por otro lado, se determinó que la pregunta 9 referente a la conservación de las instalaciones y equipamiento posee la brecha más alta con un gap de 1,71 en el análisis realizado. Asimismo, la interrogante 12 correspondiente a la limpieza de las instalaciones obtuvo un gap de 0,89 siendo la segunda pregunta con la brecha positiva más alta. Por lo cual se analiza que los resultados de las encuestas tienen coherencia con la información recopilada a través de las reseñas realizadas por los turistas en las páginas de reserva.

## **Capítulo 4: Propuesta de mejora**

Una vez analizada la situación actual del Hostal La Laguna por medio de los resultados encontrados a través de las herramientas metodológicas aplicadas en esta investigación, se procederá a la elaboración de las estrategias en base a las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas a los huéspedes, además de un FODA estratégico realizado en base a las reseñas de las diferentes plataformas digitales y demás instrumentos utilizados en la investigación. La propuesta de mejora se complementará por el método PHVA o también conocido como Ciclo de Deming, con el fin de fortalecer las acciones positivas y resolver los puntos críticos encontrados en el establecimiento, además de plantear las estrategias del Ciclo PHVA, la cual se compone de cuatro pasos estructurados y ordenados para lograr un progreso continuo. De esta manera, se obtendrá el “Plan de mejora para incrementar el nivel de satisfacción de los huéspedes del Hostal La Laguna”.

Por otra parte, ya que el Hostal La Laguna no cuenta con misión y visión se ha visto en la necesidad de proponerlas al alojamiento, debido a que es la razón de existir de una organización.

### **Misión**

Contribuir con el desarrollo turístico de la Isla Isabela, ofreciendo a los turistas un servicio de calidad que logre superar sus expectativas en el hospedaje, restaurante y demás servicios incluidos.

### **Visión**

Ser el alojamiento más prestigioso en la Isla Isabela que represente la hospitalidad, brindando una experiencia única al cliente con altos estándares de calidad que motiven a nuestros huéspedes a volver.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Diseñar un plan de mejora para el Hostal La Laguna en base a las herramientas aplicadas para conocer la situación actual con el fin de fortalecer la calidad del servicio brindado.

Para la propuesta de mejora se trabajará con objetivos estratégicos que se plantean en la primera fase del ciclo PHVA, los cuales se esperan alcanzar mediante las actividades explicadas en la segunda fase; esto como remplazo de los objetivos específicos pero teniendo el mismo fin.

## Plan de mejora en la calidad de servicios del Hostal La Laguna

A continuación se presentan los principales problemas que posee el establecimiento de alojamiento basándose en los resultados de las encuestas y el FODA junto a la propuesta de mejora.

Tabla 12

*Problemas Encontrados para el Desarrollo de la Propuesta de Mejora*

<b>Dimensiones</b>	<b>Problemas</b>
<b>Personal</b>	1. Desinterés por conocer las necesidades del cliente
	2. Deficiencia en recurso humano profesional
	3. Ineficaz manejo del idioma ingles
<b>Instalaciones</b>	1. Falta de equipos de seguridad en algunas áreas
	2. Descuido en las instalaciones
	3. Ineficiente servicio de wifi
<b>Organización</b>	1. Problemas en el sistema de reservaciones de la página web
	2. Escasa promoción en redes sociales
	3. Lentitud en los servicios brindados
	4. Inexistente disponibilidad de información al huésped
	5. Ineficiente trabajo en conjunto con agencias de viajes y operadoras aliadas
	6. Escasa variedad en el menú del alojamiento

### Primera Fase: Planear

Luego de mostrar los principales problemas que posee el establecimiento y que afectan al funcionamiento del hostel, se procede a comenzar el Ciclo PHVA con la primera fase en el que se proponen estrategias u objetivos que solucionen los problemas ya mencionados. Sin olvidar que, en hostales de dos estrellas como este alojamiento se presencian varios aspectos negativos con respecto a la calidad ofertada.

Por lo tanto, es imprescindible el desarrollo del plan de mejora que comienza midiendo las estrategias u objetivos en base a los problemas hallados y las estrategias encontradas en el foda cruzado. A continuación, se muestran los objetivos de cada dimensión según el modelo HotelQual y sus indicadores de resultados.

Tabla 13  
*Objetivos Estratégicos de la Dimensión Personal*

<b>DIMENSIONES</b>	<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b>	<b>INDICADORES DE RESULTADOS</b>
<b>PERSONAL</b>	Resolver las necesidades que presenten los clientes	Resolución de al menos el 90% de las necesidades que presenten los clientes durante su estadía
	Implementar capacitaciones para mejorar la eficiencia y habilidades del personal en la atención al cliente.	Una capacitación por año en atención al cliente y calidad en el servicio
	Contratar personal con certificado B2 del idioma inglés en adelante	Aumento de un 40% el personal que domina el idioma inglés en al menos 2 años

Tabla 14  
*Objetivos Estratégicos de la Dimensión Instalaciones*

<b>DIMENSIONES</b>	<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b>	<b>INDICADORES DE RESULTADOS</b>
<b>INSTALACIONES</b>	Capacitar al personal sobre seguridad y primeros auxilios	Una capacitación referente a seguridad y primeros auxilio por año
	Realizar un plan de mantenimiento preventivo y un plan de acción de mantenimiento correctivo	80% de cumplimiento del plan de mantenimiento preventivo al año y definir un lapso de 24 horas para el cumplimiento del mantenimiento correctivo
	Optimizar el servicio de Wifi en el alojamiento	Internet satelital complementario para mejorar el sistema de Wifi del Hostal en un año

Tabla 15  
*Objetivos Estratégicos de la Dimensión Organización*

<b>DIMENSIONES</b>	<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b>	<b>INDICADORES DE RESULTADOS</b>
<b>ORGANIZACIÓN</b>	Modificar el sistema de reservaciones de la página web	El sistemas de reservas del Hostal en funcionamiento a través de la página web al 100% de dentro de dos mes
	Mejorar la promoción turística a través del uso de redes sociales	80% de incremento de usuarios en las redes sociales y uso de promociones en un año
	Capacitar al personal sobre la oferta de servicios del Hostal	Al menos 90% del personal capacitado sobre la oferta de servicios del Hostal en un semestre
	Establecer y mejorar las alianzas con las agencias de viajes y operadoras	Incremento del 60% de huéspedes por medio de las nuevas alianzas estratégicas con las agencias de viajes y operadoras al año.
	Optimizar la oferta gastronómica en el Hostal	Contratación de un chef para la elaboración de un menú más variado y mejorar la oferta gastronómica dentro del primer semestre del año
	Implementar políticas del establecimiento para el personal y planes de contingencia	80% de mejora en la capacidad de respuesta y funcionamiento del personal diariamente.

## Segunda Fase: Hacer

En la siguiente fase del Ciclo PHVA, los objetivos estratégicos antes planteados se llegan a cumplir mediante la implementación de actividades efectuadas por el administrador y personal del Hostal. A continuación, se presentan las diferentes actividades junto con sus respectivos responsables y personal implicado para lograr el correcto funcionamiento de las mismas.

Tabla 16  
*Actividades del Plan de Mejora*

Objetivos	Actividades	Responsable	Implicados	Presupuesto
1	<b>Creación de Guion y encuesta</b>			
	Diseño de un guion para la optimización en la atención al cliente	Administrador	Administrador	
	Análisis de resultados	Administrador	Administrador	
	Diseño de una encuesta	Administrador	Administrador	
	Levantamiento de datos	Personal operativo	Personal operativo	
	Análisis de resultados	Administrador	Administrador	
2	<b>Capacitaciones al personal</b>			
	Capacitación en servicio al cliente y gestión de calidad	-Administrador -Profesional contratado	Personal operativo	\$680
	Capacitación en seguridad hotelera y primeros auxilios	-Administrador -Cuerpo de bomberos	Personal operativo	\$200
	Análisis de resultados	Administrador	Administrador	
3	<b>Contratación de personal con buen nivel de ingles</b>			
	Contratación de personal con certificado B2 de inglés en adelante	Administrador	Contador	Sueldo total por cuatro empleados: \$3200
4	<b>Mantenimiento preventivo y correctivo</b>			
	Evaluación de las condiciones en las que se encuentra el hostal mediante un check list	Personal de mantenimiento	Administrador	
	Informe de falencias encontradas dentro del	Personal de mantenimiento	Administrador	

	establecimiento en la evaluación			
	Implementar tareas de mantenimiento correctivo	-Personal de mantenimiento	Administrador	
	Planificar el uso de mantenimiento preventivo	-Personal de mantenimiento	Administrador	
5	<b>Optimizar el servicio de WIFI</b>			
	Contratación de un plan de internet satelital para el hotel	Administrador	-Compañía contratada (Hughes.net)	\$960 por equipo + \$90 mensuales
6	<b>Sistema de reservación en la página web del Hostal</b>			
	Modificar y mejorar el proceso de compra del sistema de reservas rediseñando la página web para ser más atractiva al cliente	Administrador	-Profesional contratado	\$200
	Control y chequeo constante en las reservaciones de la página web	Administrador	Recepcionista	
7	<b>Mejora de promoción turística</b>			
	Mejorar el uso constante de redes sociales del establecimiento	Administrador	-Administrador -Personal	
	Implementar publicidad pagada del hotel mediante influencers u otras marcas	Administrador	-Administrador -Marcas o Influencers	\$200
	Establecer descuentos mediante diferentes dinámicas en las redes sociales	Administrador	Junta Directiva	
8	<b>Alianzas estratégicas</b>			
	Mejorar y crear nuevas estrategias de trabajo con agencias de viajes y operadoras aliadas	Administrador	-Agencias de viajes y operadoras	

	Con las nuevas estrategias de trabajo, generar publicidad cruzada mediante las agencias de viajes y operadoras aliadas.	Administrador	-Administrador -Agencias de viajes y operadoras	
	Mejorar el control de reservas en agencias de viajes virtuales	Administrador	Recepcionista	
9	<b>Oferta gastronómica del Hotel</b>			
	Contratación de un chef para diseñar la oferta gastronómica del hotel	Administrador	Chef contratado	\$500
	Implementación de un menú más variado para diferentes temporadas	Chef contratado	Personal de cocina	
10	<b>Implementación de políticas en el hotel y plan de contingencia</b>			
	Crear políticas adecuadas para el uso del personal	Administrador	Personal	
	Generar un plan de contingencia para posibles emergencias en el hotel	Administrador	Personal GAD	
	Informar al personal y capacitarlo sobre las políticas implementadas y plan de contingencia para tener un conocimiento detallado de estas	Administrador	Personal	
		<b>Total de Presupuesto</b>		<b>\$6030</b>

## **Diagrama de Gantt**

Para determinar la planificación de las actividades a realizar antes mencionadas en la segunda fase del ciclo PHVA, es necesario el uso del Diagrama de Gantt para exponer el tiempo previsto de dichas tareas junto con las personas implicadas. A continuación se muestra el cuadro del Diagrama de Gantt con sus principales acciones en orden cronológico y sus actores.

Tabla 17

Diagrama de Gantt Quincenal de las Actividades

	Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre		Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		
Actividades	1-14/4/2020	15-30/4/2020	1-14/5/2020	15-31/5/2020	1-14/6/2020	15-30/6/2020	1-14/7/2020	15-31/7/2020	1-14/8/2020	15-31/8/2020	1-14/9/2020	15-30/9/2020	1-14/10/2020	15-31/10/2020	1-14/11/2020	15-30/11/2020	1-14/12/2020	15-31/12/2020	1-14/1/2021	15-31/1/2021	1-14/2/2021	15-28/2/2021	1-14/3/2021	15-31/3/2021	1-14/4/2021	15-30/4/2021	1-14/5/2021	15-31/5/2021	
Capacitación: Manejo de extintores y brigada contra incendios																													
Evaluación de la condición del establecimiento																													

<p>Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadoras</p>	<p></p>																															
<p>Implementar publicidad pagada en redes sociales junto a marcas o influencers</p>	<p></p>																															
<p>Implementacion del plan de mantenimiento preventivo y plan de acción de mantenimiento correctivo</p>	<p></p>																															





### **Tercera fase: Verificar**

Las actividades antes expuestas deben ser precisamente analizadas con el fin de saber si se están llevando a cabo de manera correcta y según lo esperado en los indicadores de medición planteados en la primera fase del ciclo PHVA, por ende es recomendable asignar a un responsable que se encargué de controlar y evaluar mediante informes realizados quincenalmente sobre el desempeño laboral en las diferentes tareas asignadas al personal dentro del establecimiento. La realización de estos informes debe ser comprensibles para todos, además, se necesita una persona a cargo para que sea debidamente analizado que sea analizado en este caso el administrador. Por último, se requiere por un lado aplicar encuestas de satisfacción a los clientes donde califiquen el servicio recibido durante su tiempo en que estuvieron alojados para luego en base a los resultados tener en constancia los errores que más se realizan durante la práctica y por otro lado la creación de un guion para la optimización del servicio al cliente para evitar estos errores.

### **Cuarta fase: Actuar**

Para finalizar en esta última fase del ciclo PHVA es necesario la comprobación y revisión de los resultados adquiridos en relación con los indicadores ya propuestos en la primera fase. En base a estos indicadores se determina si los objetivos han sido cumplidos según lo esperado o no. Hay que mencionar que si los objetivos no fueron alcanzados con éxito en su totalidad se debe replantearlos con una prolongación para que se puedan llevar a cabo o por otra parte, plantear y crear nuevos objetivos para mejorar la calidad del establecimiento con el mismo fin que los anteriores.

Con respecto al servicio ofertado del personal, como alojamiento hotelero es importante la realización de evaluaciones periódicas como encuestas o retroalimentaciones sobre el trato a los huéspedes, las políticas a las que está arraigado el establecimiento, reseñas en las agencias de viajes online. De tal manera se obtendrá información sobre si se presentan clientes satisfechos o insatisfechos, en el caso que se muestre insatisfacción es necesario una sanción leve o severo ya sea por un llamado de atención hasta un posible despido laboral. Por otra parte, si se muestra satisfacción en los clientes el trabajador recibirá incentivos que lo beneficien y motiven a mejorar continuamente.

Por otro lado, dentro de las actividades se tiene al plan de mantenimiento preventivo el cual constara en evaluar la condición en que se encuentran las instalaciones y equipos del establecimiento para luego corregir cualquier falencia y así tener un control

y prevenir futuros daños, asimismo la creación de un plan de acción para el mantenimiento correctivo para cualquier falla imprevista. También están las capacitaciones que recibirá el personal operativo del Hostal con la finalidad de adquirir y mejorar sus conocimientos para brindar el servicio esperado por los huéspedes. Para la realización de las capacitaciones se contratará por \$320 a un profesional que conozca sobre el servicio al cliente y gestión de calidad para mejorar las habilidades del personal, el cual se le cubrirá el gasto del boleto aéreo a la isla con un costo de \$360 y el hospedaje. Además, se trabajará con los bomberos para realizar también capacitación sobre seguridad hotelera, brigada contra incendios y manejo de extintores con un costo alrededor de \$200. Por último se efectuarán contrataciones de personal con conocimiento de inglés B2 para mejorar la atención a los clientes que provienen del extranjero además que el Hostal tenga una imagen profesional.

Dentro de las actividades a realizar también se cuenta con la contratación de un servicio de internet satelital para que sirva de apoyo a la red de Wifi que posee el Hostal, la adquisición de este servicio tiene un costo de \$960 por el dispositivo, instalación y activación además de pagar mensualmente \$90. Otro de los inconvenientes es modificar y rediseñar la página web para atraer la atención a futuros huéspedes, tener un mejor control de las reservas generadas por este medio y evitar cualquier molestia por parte del cliente. Por otro lado, se tiene previsto también innovar la promoción turística del establecimiento, se plantea el uso de las redes sociales estableciendo horarios para generar información, crear promociones, descuentos y actividades con algunas marcas o influencers con el fin de acaparar la atención e interés de los usuarios en las redes sociales y obtener más ingresos para el Hostal.

Con relación a las agencias de viajes y operadoras, se plantea crear alianzas estratégicas para mejorar las ventas del establecimiento además como segundo objetivo realizar una promoción y publicidad cruzada con estas compañías para que sirva de soporte con la promoción por las redes sociales. Por último, para optimizar la oferta gastronómica del Hostal, se aconseja contratar un chef para la elaboración de un menú variado por temporada, con esto se espera crear una diferencia con el resto de alojamiento cercanos y lograr llamar la atención del cliente.

## Conclusiones

Para la evaluación de la calidad de los servicios, primero se realizó un diagnóstico de la situación actual del establecimiento a través de la entrevista con el administrador, realización de un checklist y búsquedas de reseñas en plataformas virtuales con el fin de obtener información e identificar aspectos considerados necesarios mejorar según la opinión de los huéspedes que ya visitaron el Hostal y los resultados analizados de la entrevista y checklist.

A través del uso de la herramienta metodológica HotelQual se concluyó que el Hostal La Laguna debe enfocarse en todas las dimensiones tanto como personal, instalaciones y organización, así como se muestra en los resultados obtenidos en las encuestas. Analizando cada dimensión, se llegó a la conclusión que la dimensión con mayor calificación negativa fue de personal y organización no obstante la dimensión instalación también obtuvo un resultado negativo, si bien es cierto la mayoría de los encuestados brindaron una calificación positiva en las dimensiones, sin embargo, teniendo en cuenta la calificación realizada por el Hostal para la variable expectativa se analizó que en ciertas preguntas de estas dimensiones tuvieron una brecha negativa. Siendo las principales molestias la mala atención por parte de los empleados y su desinterés por conocer las necesidades de los clientes además de la falta de información brindada al huésped. Por esto es necesario la implementación de capacitaciones al personal operativo y al mismo tiempo se precisa tener un contacto directo entre la administración y el cliente por lo tanto se necesita una persona a cargo en todo momento para dar soluciones rápidas y eficientes. Por parte de la dimensión instalación, la realización de un plan de mantenimiento preventivo y correctivo es necesario para tener un control de todas las instalaciones y equipos con que el Hostal cuenta y así implementar el debido mantenimiento si es requerido.

Ante los problemas existentes del alojamiento se planteó una propuesta de mejora para incrementar la calidad en los servicios brindados por el Hostal La Laguna a través de un sistema de calidad como es el ciclo de Deming, el cual consiste de realizar y seguir una serie de pasos con el fin de plantear objetivos que resuelvan las falencias detectadas del establecimiento y efectuarse mediante actividades que deben ser realizadas para alcanzar el servicio de calidad esperado por el huésped, y así por consiguiente genere mayores ingresos y posicionarse como uno de los mejores alojamiento de la Isla Isabela.

## **Recomendaciones**

Con el objetivo de optimizar la calidad en los servicios ofertados en el Hostal La Laguna, se recomienda a la administración que se apegue al plan de mejora continua estructurado y que siga las fases del ciclo de Deming de manera correcta. Para ello también es necesario la aplicación de la herramienta metodológica HotelQual que es imprescindible para la detección de problemas existentes en el establecimiento a través de sus dimensiones, por lo que es recomendable que se acople al uso del mismo modelo ya que fue creado con el fin de ser trabajada en temas hoteleros.

Por otra parte, es necesaria la participación de la empresa del alojamiento en ferias internacionales que ayuden a creación de nuevas alianzas estratégicas con las agencias de viajes y operadoras participantes, también esto ayuda al reconocimiento del Hostal por parte de turistas de países vecinos y lejanos, además gracias a la participación en dichas ferias el establecimiento puede informarse de nuevas aplicaciones de tecnologías y sobre la optimización en generar servicios de calidad a los clientes.

La aplicación de encuestas a los huéspedes también es necesaria para que el establecimiento pueda medir y analizar la satisfacción al cliente constantemente, así mismo la revisión de los customer feedback en plataformas virtuales de reseñas ayudan a evaluar los aspectos positivos y negativos que el cliente se percató luego de alojarse en el Hostal, además para optimizar la atención al cliente es necesario realizar capacitación al personal para alcanzar la calidad de los servicios esperados por los huéspedes. También es importante la capacitación sobre seguridad hotelera y que el personal también sepa de un plan de contingencia en caso de cualquier emergencia que se puede presentar dentro de la operación del establecimiento.

Por último, si es posible se recomienda el planteamiento de la obtención de un certificado de calidad o sellos de buenas prácticas, esto con la finalidad de tener un valor agregado en el reconocimiento de los turistas al momento de elegir donde alojarse en la Isla Isabela además de que ayude en la mejora de la práctica de atención al cliente y ofertar un servicio de calidad con basado en la estandarización de procesos lo que permite la normalización en la prestación del servicio de alojamiento.

## Referencias

- Acosta, J. (Septiembre de 2017). *Importancia de la excelencia en el servicio al cliente para el sector turístico*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/09/excelencia-servicio-cliente.html>
- Adí, S. (2003). *Medición de la Calidad de los Servicios*. Obtenido de [https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2003/MADE\\_Weil.pdf](https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2003/MADE_Weil.pdf)
- Aiteco. (2018). *HOTELQUAL: Medir la Calidad de Servicio en Hoteles*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/hotelqual-calidad-de-servicio-en-hoteles/>
- Alvarez, N. (2016). *Principales características motivacionales desde la pirámide de maslow que influyen en la compra de smartphome en los jóvenes*. Obtenido de <http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/1447/Natalia%20Alvarez%20Gonzalez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Anzule, E. (Agosto de 2017). *Estrategias de place marketing para la “comuna data de posorja ubicada a 6, 1 km de la parroquia posorja cantón guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36583/1/ESTEFANIA%20ELIZABETH%20ANZULE%20C%3%93RDOVA%20-%20TRABAJO%20DE%20TITULACI%3%93N.pdf>
- Bastidas, A. (15 de Diciembre de 2014). *Propuesta del diseño de un reglamento de buenas prácticas ambientales basadas en las normas smart voyager para huéspedes del grand hotel chatham ubicado en san cristóbal-galápagos*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7772/1/PROYECTO%20DE%20INVESTIGACI%3%93N.pdf>
- Belandría, J. (2017). *Matriz FODA*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2016/11/matriz-foda-definicion-e-importancia.html>
- Bernal, I. (2018). *Técnica de Encuesta*. Obtenido de <http://tecnicaencuesta1.blogspot.com/2018/05/definicion-de-encuesta-se-denomina.html>
- Bichachi, S. (s.f.). *El uso de las Listas de Chequeo ( Chesk-List) como herramienta para controlar la calidad de la ley*. Obtenido de [http://www.claudiabernazza.com.ar/ssgp/html/pdf/check\\_list.pdf](http://www.claudiabernazza.com.ar/ssgp/html/pdf/check_list.pdf)
- Booking. (2019). *Hostal La Laguna*. Obtenido de [https://www.booking.com/hotel/ec/la-laguna-galapagos.es.html?aid=376374;label=esrow-OtlvhU2CXhSVxek50Z\\_17wS410489931081%3Ap1%3Ata%3Ap1%3Ap22.623.000%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atikwd-65526620%3Alp9077244%3Ali%3Adec%3Adm%3Appccp%3DUmFuZG9tSVYkc2RIIyh9YcUSe6BbHz](https://www.booking.com/hotel/ec/la-laguna-galapagos.es.html?aid=376374;label=esrow-OtlvhU2CXhSVxek50Z_17wS410489931081%3Ap1%3Ata%3Ap1%3Ap22.623.000%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atikwd-65526620%3Alp9077244%3Ali%3Adec%3Adm%3Appccp%3DUmFuZG9tSVYkc2RIIyh9YcUSe6BbHz)

- Castillo, I. (s.f.). *Marco contextual: característica, cómo se hace y ejemplo*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/marco-contextual/>
- Castro, C., & Hernández, S. (2015). *Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602015000100011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011)
- Ceupe. (2014). *Las agencias de viajes: Tipos, funciones, estructura y productividad*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/las-agencias-de-viajes.html>
- Chávez, E. (19 de Septiembre de 2018). *Plan de desarrollo turístico para el puerto villamil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11158/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-AETH-64.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión Integral de la Calidad*. Obtenido de [https://www.academia.edu/34412668/Gesti%C3%B3n\\_Integral\\_de\\_la\\_Calidad\\_-\\_Llu%C3%ADs\\_Cuatrecasas](https://www.academia.edu/34412668/Gesti%C3%B3n_Integral_de_la_Calidad_-_Llu%C3%ADs_Cuatrecasas)
- Cubillan, R. (17 de Febrero de 2014). *Técnicas de recolección de información*. Obtenido de <http://tecnicasrecoleccioninfor.blogspot.com/2014/02/tecnicas-de-recoleccion-de-informacion.html?m=1>
- Cueva, V. (Febrero de 2015). *Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones*. Obtenido de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING\\_552.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf?sequence=1)
- Chavez, N., Fernandez, A., & Gómez, G. (Septiembre de 2017). *Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador*. Obtenido de <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/721/294>
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Efficy. (08 de Noviembre de 2018). *Satisfacción del cliente: definición, historia, retos y estrategia*. Obtenido de <https://www.afficy.com/es/satisfaccion-del-cliente-definicion-historia-retos-y-estrategia/>
- El Telegráfo. (24 de Junio de 2019). *Unesco incrementa a 14,6 millones de hectáreas la Reserva de Biósfera Galápagos*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/unesco-reserva-galapagos>
- El Universo. (12 de Febrero de 2017). *Galápagos celebra 185 años de incorporación al territorio ecuatoriano*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/02/12/nota/6045952/galapagos-celebra-185-anos-incorporacion-territorio-ecuatoriano>

- Expósito, E. (Agosto de 2009). *Concepto de calidad en las empresas turísticas*.  
Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efd135/calidad-para-el-producto-turistico-deportivo.htm>
- Falces, C., Sierra, B., Becerra, A., & Briñol, P. (2010). *Una escala para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento*. Obtenido de <https://docplayer.es/14418034-Sistema-de-calidad-para-casas-rurales.html>
- Gadotti, S., & Abreu, A. (10 de Marzo de 2009). *La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras*. Obtenido de [file:///C:/Users/User/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Dialnet-LaMedicionDeLaCalidadDeServicio-2879656%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Dialnet-LaMedicionDeLaCalidadDeServicio-2879656%20(1).pdf)
- García, D. (s.f.). *Metodología para la evaluación del sistema de control interno*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm>
- Gascó, J. (04 de Julio de 2017). *El turismo de calidad*. Obtenido de <https://www.diarioinformacion.com/opinion/2017/07/05/turismo-calidad/1913791.html>
- Gil, A. (08 de Diciembre de 2019). Historia Hostal La Laguna. (K. Gil, & E. González, Entrevistadores)
- Grupo San Vicente. (2010). *Islas Galápagos*. Obtenido de <https://gruposanvicentegalapagos.com/tag/isabela/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Isabela., & Fundación Santiago de Guayaquil. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2012-2016*. Obtenido de [https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/PDOT-ISABELA-2012\\_2.pdf](https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/PDOT-ISABELA-2012_2.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Isabela. (2019). *Visitantes a la Isla Isabela*. Puerto Villamil.
- Glubis, A. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio que se ofrece en el hotel ecuahogar, en la ciudad de guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22611/1/TESIS%20-%20FEY%20completo%20final.pdf>
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=5erhBAAQBAJ&pg=PA78&lpg=PA78&dq=Guerrero+y+Ramos+Instalaciones+e+infraestructura&source=bl&ots=Uy8et-fdEp&sig=ACfU3U1bvPgUKfKbDQqPGZSNExYYeVMaVA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj-4q7ozbjnAhXLo1kKHx4dBKqQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage>

- Guevara, F. (06 de Noviembre de 2018). *Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente en palmira hotel chiclayo*. Obtenido de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1593/1/TL\\_GuevaraRuizFlor.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1593/1/TL_GuevaraRuizFlor.pdf)
- Hernández, R. (2014). *Marco Teórico*. Obtenido de <https://marcoteorico.win/marco-teorico-segun-autores/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- INEC. (2010). *Estadística poblacional*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- INOCAR. (2011). *Islas Galápagos*. Obtenido de [https://www.inocar.mil.ec/docs/derrotero/derrotero\\_cap\\_VI.pdf](https://www.inocar.mil.ec/docs/derrotero/derrotero_cap_VI.pdf)
- Kayak. (2019). *Hostal La Laguna*. Obtenido de [https://www.es.kayak.com/hotels/Hotel-La-Laguna-Galapagos,Puerto-Villamil,Ecuador-c65725-h632737/2020-02-05/2020-02-06/2adults?sort=rank\\_a](https://www.es.kayak.com/hotels/Hotel-La-Laguna-Galapagos,Puerto-Villamil,Ecuador-c65725-h632737/2020-02-05/2020-02-06/2adults?sort=rank_a)
- Landman, P. (26 de Septiembre de 2013). *La localización del hotel, clave para fijar un buen precio*. Obtenido de [https://www.hosteltur.com/112740\\_localizacion-hotel-clave-fijar-buen-precio.html](https://www.hosteltur.com/112740_localizacion-hotel-clave-fijar-buen-precio.html)
- Lavado, C., & Millán, L. (1998). *La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente*. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Desktop/Dialnet-LaTeoriaDeLosDosFactoresEnLaSatisfaccionDelCliente-187754.pdf>
- Ley orgánica de defensa del consumidor. (10 de Julio de 2000). Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpctransparencia2014/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/ReglamentoLeyOrganicaConsumidor.pdf>
- Lopez, G., & Nieto, S. (10 de Septiembre de 2019). *Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13417/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-558.pdf>
- Mantecón, H. (2008). *¿De que hablamos cuando hablamos de turismo residencial?* Obtenido de
- Martín, J. (25 de Septiembre de 2018). *¿Cómo medir tu servicio con servqual?* Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>
- Martínez, O. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio turístico en las empresas de alojamiento del balneario las peñitas – Poneloya. León – Nicaragua*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1091/calidad.html>
- Martinez, R., & Rodriguez, E. (s.f.). *Manual de la metodología de la investigación científica*. Obtenido de

- [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/cielam/manual\\_de\\_metodologia\\_de\\_investigaciones.\\_1.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/cielam/manual_de_metodologia_de_investigaciones._1.pdf)
- Matsumoto, R. (Octubre de 2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Mauricio, I. (Noviembre de 2017). *Plan de supervisión de agencias financieras mediante aplicación del ciclo de Deming, mejora continua*. Obtenido de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11569/mauricioperez\\_irene.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11569/mauricioperez_irene.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mendez, J. (05 de Mayo de 2013). *Calidad, concepto y filosofías: Deming, Juran, Ishikawa y Crosby*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Ministerio del Ambiente. (2017). *Galápagos reconocido como mejor lugar para la vida silvestre*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/galapagos-reconocido-como-mejor-lugar-para-la-vida-silvestre/>
- Ministerio de Turismo. (10 de Marzo de 2015). *Aniversario de descubrimiento: Las Islas Galápagos, un lugar para disfrutarlo con un guía experimentado*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/las-islas-galapagos-cumplen-hoy-480-anos-de-ser-descubiertas/>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Rendición de cuentas 2018*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/Informe-Rendici%C3%B3n-de-Cuentas-2018-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Establecimientos registrados*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Nieto, P., & Pacheco, L. (2016). *Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca; y, propuesta de diseño del modelo servqual para: hotel zahir 360*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26079/1/Tesis.pdf>
- Ramírez, C. (2015). *Servicios turísticos I*. Obtenido de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Ramirez, M. (29 de Octubre de 2013). *La entrevista en las organizaciones*. Obtenido de [https://prezi.com/ddgub6\\_naxgt/la-entrevista-en-las-organizaciones/](https://prezi.com/ddgub6_naxgt/la-entrevista-en-las-organizaciones/)
- Reglamento de alojamiento provincial de Galápagos. (18 de Diciembre de 2015). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/11/REGLAMENTO-ALOJAMIENTO-TURISTICO-GALAPAGOS.pdf>
- Riquelme, M. (24 de Julio de 2018). *¿Qué es la Desviación Estándar o Típica?* Obtenido de <https://www.webyempresas.com/desviacion-estandar-o-tipica/>

- Rosas, D. (2017). *Implementación del ciclo deming para incrementar la productividad en el área de picking de la empresa corporación lindley*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/378145143/Rosas-JDJ>
- Salas, R. (Agosto de 2018). *Uso del ciclo de Deming para asegurar la calidad en el proceso educativo sobre las Matemáticas*. Obtenido de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/781/641>
- SEGITTUR. (2014). *Turismo*. Obtenido de <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Silvestrini, M., & Vargas, J. (2008). *FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS, SECUNDARIAS Y TERCARIAS*. Obtenido de <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>
- Szulay, N. (07 de Febrero de 2017). *OBSERVACION: DIRECTA E INDIRECTA*. Obtenido de <https://nvega2015.wordpress.com/2017/02/07/observacion-directa-e-indirecta/>
- Observatorio Turístico de Galápagos., Ministerio del Ambiente., Parque Nacional Galápagos. (2018). *Visitantes a las áreas protegidas de Galápagos*. Obtenido de <http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/INFORME-ANUAL-DE-VISITANTES-A-LAS-A%CC%81REAS-PROTEGIDAS-DE-GALA%CC%81PAGOS-2018.pdf>
- Observatorio de Turismo de Galápagos. (2015). *Informe anual de visitantes a las áreas protegidas de Galápagos*. Obtenido de <http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/08/Informe-de-Visitantes-2015.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT, & Gobierno de Francia. (2014). *Conferencia de la OMT sobre turismo sostenible en las Islas*. Obtenido de <https://media.unwto.org/es/press-release/2013-09-13/conferencia-de-la-omt-sobre-turismo-sostenible-en-las-islas-abre-en-la-reun>
- Paz, E. (18 de Diciembre de 2019). Información del Hostal La Laguna. (Gil, Kevin, & E. González, Entrevistadores)
- Plan Nacional de Desarrollo. (2017). *Plan Toda una Vida*. Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Prendez, M., Gutiérrez, i., Castañeda, & Linda. (Febrero de 2015). *Perfiles de uso de redes sociales: estudio descriptivo con alumnado de la Universidad de Murcia*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Linda\\_Castaneda/publication/279180516\\_Perfiles\\_de\\_uso\\_de\\_redes\\_sociales\\_estudio\\_descriptivo\\_con\\_alumnado\\_de\\_la\\_Universidad\\_de\\_Murcia/links/558c686908ae1f30aa80a6fe/Perfiles-de-uso-de-redes-sociales-estudio-descriptivo-](https://www.researchgate.net/profile/Linda_Castaneda/publication/279180516_Perfiles_de_uso_de_redes_sociales_estudio_descriptivo_con_alumnado_de_la_Universidad_de_Murcia/links/558c686908ae1f30aa80a6fe/Perfiles-de-uso-de-redes-sociales-estudio-descriptivo-)

TripAdvisor. (2019). *Hostal La Laguna*. Obtenido de  
[https://www.tripadvisor.com.ar/Hotel\\_Review-g1732554-d2299090-Reviews-Hotel\\_La\\_Laguna\\_Galapagos-Puerto\\_Villamil\\_Isabela\\_Galapagos\\_Islands.html](https://www.tripadvisor.com.ar/Hotel_Review-g1732554-d2299090-Reviews-Hotel_La_Laguna_Galapagos-Puerto_Villamil_Isabela_Galapagos_Islands.html)

Vogler, A. (24 de Marzo de 2013). *¿Qué es un Hostal?* Obtenido de  
<https://es.scribd.com/document/377345102/hostal-docx>

## Apéndices

### Apéndice A. Entrevista al Administrador



#### Trabajo de Investigación

#### Entrevista para el administrador del Hotel La Laguna

**Nombre del entrevistado:** Ing. Esteban Paz

**Fecha:** 6 de Noviembre del 2019

---

#### Entrevista al administrador

---

No	Preguntas
1	<p><b>¿Utiliza alguna herramienta para medir la calidad del servicio de los huéspedes?</b></p> <p>Existe una herramienta en el establecimiento llamada comment card, es una elaboración propia de la organización en la cual el turista puede calificar la calidad de las habitaciones, servicio de comida y el servicio en general del hotel de una forma muy general, además en el mismo comment card el turista puede calificar las visitas a los atractivos y al guía esto correspondiente al servicio de la operadora turística.</p>
2	<p><b>¿Qué estrategias utiliza el establecimiento para evitar inconvenientes en consecuencia de un servicio de mala calidad dentro de su organización?</b></p> <p>Como administrador realizo periódicamente supervisiones a todas las áreas del hotel, y personal. Debido a que la mayor parte de los turistas que llegan a nuestro hotel llegan por medio de nuestra operadora, me encargo del seguimiento desde que ingresan a Galápagos hasta que llegan a nuestro hotel. De igual manera, la comunicación del personal es importante para estar al tanto de todo, por lo cual cada empleado posee una radio boqui toqui para poder comunicarse, además estoy atento a las cámaras por cualquier anomalía en el establecimiento.</p>
3	<p><b>¿Qué opina usted acerca del mal servicio al cliente? ¿Cree que afecta en las futuras ventas del hotel?</b></p> <p>Por supuesto que afecta, porque si el cliente se va del hotel con una mala experiencia de seguro lo va a comentar en redes sociales o TripAdvisor, por ende, esto otros turistas lo verán, se dejarán llevar por estos comentarios y no reservarán en nuestro hotel.</p>
4	<p><b>¿Estaría dispuesto a implementar un plan de mejora en su establecimiento para buscar la satisfacción del cliente?</b></p> <p>Seguro que sí, todo ayuda que sea para mejora del establecimiento y nuestra organización será recibido por nosotros.</p>
5	<p><b>¿Cree usted que medir la calidad del servicio ayudará a mejorar la satisfacción del cliente de su hotel?</b></p> <p>Claro, porque de esta manera el cliente nos puede ayudar a darnos cuenta de varios aspectos que se nos pasan por alto. De esta manera me reuniré con el personal para realizar las correcciones respectivas según sea necesario.</p>

---

**6 ¿El establecimiento posee una alguna herramienta para quejas y/o sugerencias?**

En el comment card hay la opción de que el turista nos deje sus sugerencias para tomarlas en cuenta en un futuro, además le damos el link de nuestra operadora turística para que nos dejen sus reclamos o sugerencias.

---

**7 ¿Cuál es el procedimiento a seguir al momento de recibir un reclamo y/o sugerencias por parte del huésped?**

El personal encargado dialogará con el turista para buscar una solución inmediata, en caso de que el hotel ha tenido la culpa del problema sea hace un reembolso al turista obviamente en caso que se amerite, y esté bien analizada la situación.

---

**8 ¿En una escala donde 1 es el puntaje más bajo y 5 es el más alto, Cual considera usted que es el mínimo aceptable para medir la calidad del servicio?**

Considero que 4, realmente se ha hecho una inversión muy grande en las instalaciones del establecimiento para que el turista pase una estadía placentera.

---

**9 ¿Según qué directrices establecen sus precios al consumidor?**

Primero se analiza a la competencia, asimismo, la temporada ya sea alta o baja de esta manera se establecen los precios.

---

**10 ¿Cada que tiempo realizan controles de calidad?**

Yo, como administrador periódicamente estoy revisando las diferentes áreas de los hoteles, también el control del personal.

---

**11 ¿El personal recibe capacitaciones periódicamente?**

Realmente no, solo cuando hay algún empleado nuevo que ingresa al hotel se le enseña todo lo respectivo a su puesto de trabajo es decir internamente. Lastimosamente en la isla no hay cursos para capacitar al sector hotelero, es rara la vez que el consejo de gobierno realiza curso de atención al cliente y contabilidad.

---

**Apéndice B. Ficha de Observación Directa**

<b>Áreas del Hotel La Laguna</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Área de Recepción</b>			
Cuenta con personal debidamente uniformado	x		Camisa Polo y Jean
Cuenta con una entrada principal para clientes y otra para el ingreso del personal de servicio y abastecimiento.		x	Todos ingresan por la puerta principal del establecimiento
Cuenta con equipos de emergencia como extintores, alarmas, luz de emergencia, entre otros.	x		
Cuenta con mapa de evacuación en caso de emergencia		x	Solo existe señalética de evacuación
Cuenta con la respectiva señalética, y son visibles para los huéspedes	x		
Cuenta con cámaras de seguridad	x		Una cámara de seguridad
Cuenta con un sistema de auxilio, para la comunicación con organismos de seguridad y respuesta inmediata	x		
<b>Áreas Comunes</b>			
Cuenta con sitio designado para fumadores		x	
Cuenta con mapa de evacuación en caso de emergencia		x	
Cuenta con equipos de emergencia como extintores, luz de emergencia, alarmas, entre otros.	x		
Cuenta con mobiliario y estructura en perfectas condiciones	x		
Cuenta con la respectiva señalética, y son visibles para los huéspedes	x		
Cuenta con cámaras de seguridad		x	

<b>Área Habitaciones</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
Cuenta con mobiliario y estructura de la habitación en perfectas condiciones	x		
Cuenta con equipos como televisión, aire acondicionado, entre otros en perfectas condiciones.	x		
Cuenta con un mapa de evacuación en caso de emergencia.		x	
Cuenta con la respectiva señalética, y son visibles para los huéspedes.	x		
Cuenta con teléfono.	x		
Cuenta con informativo del establecimiento de los servicios, horarios y números de emergencia.		x	
Cuenta con una caja fuerte.		x	
Lavamanos y excusado están en perfectas condiciones.	x		
La ducha está en buenas condiciones.	x		
El agua caliente de la ducha funciona adecuadamente.	x		
<b>Área de Lavandería</b>			
Cuenta con los equipos necesarios que estén en perfectas condiciones.	x		
Cuenta con un mapa de evacuación en caso de emergencia.		x	
Cuenta con iluminación y estructura suficiente para el perfecto funcionamiento.	x		
Cuenta con equipos de emergencia como extintores, luz de emergencia, entre otros.		x	
Cuenta con cámaras de seguridad.		x	
Servicio de lavado a los turistas.		x	

<b>Área de Zonas Verdes</b>			
Existe el debido mantenimiento en las áreas verdes del hotel	x		
<b>Área de Terraza (Parrilla, Yacusi)</b>			
Cuenta con un mapa de evacuación en caso de emergencia		x	
La parrilla está en óptimas condiciones para el uso		x	
Se le da mantenimiento periódico al Yacusi	x		

<b>Área de Cocina</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
Cuenta con un mapa de evacuación en caso de emergencia.		x	
Cuenta con equipos de emergencia como extintores, luz de emergencia, dispersores de agua o espuma, entre otros.	x		
Los equipos de cocina y estructura están en perfectas condiciones.	x		
Existe alguna falencia o falta de mantenimiento en algún equipo de cocina.		x	
Cuenta con trampas de grasa.	x		
Cuenta con la respectiva señalética, y son visibles para los empleados	x		
Cuenta con elementos antideslizante en el suelo.		x	
Cuenta con cámaras de seguridad.	x		
Botiquín.	x		
Cuentan con espacio para la recepción de alimentos y porcinamente.	x		
Cuentan con espacio de frío correctamente manejados (asepsia).	x		

<b>Área de Restaurante</b>			
Las mesas, sillas y utensilios están en perfectas condiciones	x		
Cuenta con un mapa de evacuación en caso de emergencia		x	
Cuenta con equipos de emergencia como extintores, luz de emergencia, alarmas, entre otros.	x		
Cuenta con la respectiva señalética, y son visibles para los huéspedes	x		
Cuenta con cámaras de seguridad	x		
Cuentan con cubertería y cristalería en perfectas condiciones	x		
Cuentan con mantelería en perfectas condiciones	x		

<b>Área de Piscina</b>			
Existe un correcto mantenimiento a la piscina	x		
Cuenta con un mapa de evacuación en caso de emergencia		x	
Cuenta con la respectiva señalética, y son visibles para los huéspedes		x	
Cuenta con cámaras de seguridad		x	
Disponen de mobiliario de piscina en buenas condiciones	x		
Existe un salvavidas velando por la seguridad de los huéspedes		x	

**Apéndice C. Encuesta de la Expectativa según el Hostal La Laguna**

	No	Preguntas	1	2	3	4	5
<b>Personal</b>	1	El personal está dispuesto ayudar a los clientes				X	
	2	Los colaboradores se preocupan por resolver los problemas de los clientes				X	
	3	El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente					X
	4	El personal es competente y profesional				X	
	5	Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita				X	
	6	El personal es confiable					X
	7	El personal tiene un aspecto limpio y aseado				X	
<b>Instalaciones</b>	8	Las áreas e instalaciones resultan agradables				X	
	9	Las dependencias y equipamiento del edificio están bien conservados					X
	10	Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)				X	
	11	Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)				X	
	12	Las instalaciones están limpias				X	
<b>Organización</b>	13	Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.					X
	14	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente					X
	15	Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir				X	
	16	Los diferentes servicios funcionan con rapidez				X	
	17	Los datos y la información sobre la esencia del cliente son correctas.				X	
	18	Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.				X	
	19	El cliente es lo más importante					X
	20	Se presta el servicio según las condiciones pactadas				X	

**Apéndice D. Modelo de Encuesta Diseñada en Español de la Perspectiva del Huésped**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

La presente encuesta es realizada con el objetivo de medir la calidad del servicio del Hotel La Laguna basándose en la perspectiva del huésped por medio de la herramienta HotelQual.

- **Género**  
Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_
- **Edad**  
Entre 18-24 \_\_\_\_\_ Entre 25-35 \_\_\_\_\_ Entre 36-50 \_\_\_\_\_ Entre 51 o más \_\_\_\_\_
- **Procedencia** \_\_\_\_\_

*Seleccione según su percepción en una escala del 1 al 5 donde 1 es el puntaje más bajo y 5 es el puntaje más alto*

		1	2	3	4	5
<b>Personal</b>	El personal está dispuesto ayudar a los clientes					
	Los colaboradores se preocupan por resolver los problemas de los clientes					
	El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente					
	El personal es competente y profesional					
	Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita					
	El personal es confiable					
	El personal tiene un aspecto limpio y aseado					
<b>Instalaciones</b>	Las áreas e instalaciones resultan agradables					
	Las dependencias y equipamiento del edificio están bien conservados					
	Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)					
	Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)					
	Las instalaciones están limpias					

---

**Organización** Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.

---

Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente

---

Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir

---

Los diferentes servicios funcionan con rapidez

---

Los datos y la información sobre la esencia del cliente son correctas.

---

Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.

---

El cliente es lo más importante en el hotel

---

Se presta el servicio según las condiciones pactadas

---

**Apéndice E. Modelo de Encuesta Diseñada en Inglés de la Perspectiva del Huésped**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

This survey is carried out with the aim of measuring the quality of service of the Hotel La Laguna base on the guest’s perspective by means of three dimensions.

- **Gender**  
Female \_\_\_\_\_ Male \_\_\_\_\_
- **Age**  
Between 18-28\_\_\_\_ Between 29-39\_\_\_\_ Between 40-50\_\_\_\_ Between 51 or more\_\_
- **Country, province or city of residence** \_\_\_\_\_

*Select based on your perception on a scale of 1 to 5 where 1 is the lowest score and 5 is the highest score*

<b>Personal</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Staff are willing to help customers					
The staff worry about solving customer problems					
The staff knows and strives to know the needs of each client					
The staff is competent and professional					
Staff are always available to provide the customer with information when they need it					
The staff is reliable					
The staff looks clean and neat					

<b>Organization</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Information about the different services requested by the customer is easily obtained					
It acts with discretion and respects the privacy of the client					
There is always someone from the management available to the customer for any problems that may arise					
The different services work quickly					
The data and information about the essence of the customer are correct.					
Any problem that the customer may have is solved effectively					
The customer is the most important for the hotel					
The services are provided according to the agreed conditions					
<b>Facilities</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Different units and facilities are pleasant					
The building's facilities and equipment are well-preserved					
The facilities are comfortable and cozy (one feels at ease in them)					
Facilities are safe (comply with safety standards)					
Facilities are clean					

**Apéndice F. Foda Estratégico**

<b>Variables internas</b>			
<b>Fortalezas</b>		<b>Debilidades</b>	
<b>F1</b>	Cuenta con buenas críticas en las plataformas de reseña	<b>D1</b>	Escasa promoción del hotel
<b>F2</b>	Ubicación cercana a la playa	<b>D2</b>	Pocas plazas actualmente en el hotel
<b>F3</b>	Estructura acorde a lo esperado por el turista	<b>D3</b>	Elevado costo para la construcción (mano de obra y materiales)
<b>F4</b>	Disponibilidad de capital para invertir en mejoras	<b>D4</b>	Los procesos en el hotel no están certificados y estandarizados
<b>F5</b>	Precios especiales para turistas que adquieran el servicio a través de algunas agencias y operadoras aliadas	<b>D5</b>	Desconocimiento de nuevas tendencias en el sector hotelero
<b>F6</b>	Forma parte del grupo San Vicente, el cual brinda diferentes servicios como: Operadora turística, Hotel y Servicios de lanchas.	<b>D6</b>	Inexistencia de misión y visión en la empresa
<b>F7</b>	Expansión en la capacidad del hotel con la apertura de más habitaciones	<b>D7</b>	Quejas constantes de los huéspedes por el servicio wifi
		<b>D8</b>	Desconocimiento del manejo de los procesos por parte del personal
		<b>D9</b>	Personal desmotivado
		<b>D10</b>	Mal servicio brindado por el personal

	<b>D11</b>	Bajo nivel de ocupación en el Hostal
	<b>D12</b>	Escasa variedad de oferta gastronómica

<b>Variables externas</b>			
<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>	
<b>O1</b>	Alianza con varias agencias de viajes y operadoras	<b>A1</b>	Competencia alta dentro de la Isla Isabela en alojamientos de la misma categoría
<b>O2</b>	La Isla Isabela cuenta con una variedad de atractivos culturales y naturales para ofrecerlas como producto turístico	<b>A2</b>	Mayor cantidad de alojamientos de menor categoría con un menor precio
<b>O3</b>	La mayoría de los turistas optan por destinos con diversidad de recursos naturales como es el caso de la Isla Isabela	<b>A3</b>	Carencia de vuelos nacionales para el ingreso directo de turistas a la Isla Isabela
<b>O4</b>	Recursos gastronómicos muy buenos en el sector	<b>A4</b>	Deficiente señal de internet en la Isla
<b>O5</b>	Cuenta con vías de acceso terrestre en buen estado	<b>A5</b>	Abundante oferta de tours diarios
		<b>A6</b>	Costosa transportación de materiales para el hotel desde el continente a la Isla Isabela

**Estrategias:**

**F4-F5-O1:** Mejorar las alianzas estratégicas con todas las agencias de viajes y operadoras turísticas, para ofrecer precios especiales a los turistas por igual, en cada agencia en la que ellos adquieran el servicio prestado.

**D1-O1:** Realizar un convenio para mejorar la promoción del Hostal La Laguna con las agencias de viajes y operadoras turísticas aliadas, así mismo con un mejor uso de redes sociales.

**D8-D10-A1:** Realizar capacitaciones al personal, tanto en la calidad del servicio al cliente, también en la seguridad y primeros auxilios junto con los bomberos y por último cursos de inglés para el personal que este más en contacto con el turista.

**D9-A1:** Incentivar a los empleados mediante reconocimientos o bonos para motivarlos y que brinden un mejor servicio al turista para incrementar la competencia con los demás establecimientos de alojamiento.

**F7-D2-A1:** Aprovechar el incremento de la capacidad del hostal, para mejorar la imagen y funcionamiento del establecimiento e incrementar los ingresos por alojamiento.

**D4-O3-A1:** Implementación de métodos certificados para mejorar la calidad al cliente e imagen de la empresa.

**D12-O4:** Capacitación al personal para mejorar la oferta gastronómica dentro del Hostal.

**Apéndice G. Fotografías del Trabajo de Campo**



*Figura 46. Hostal La Laguna*



*Figura 47. Fotografía en el Alojamiento*



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **Gil Jaramillo, Kevin Antonio** con C.C: # 2000128856 y **González Zamora, Erick Anthony** con C.C: # 0924281322 autores del trabajo de titulación: **Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos**, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 04 de Marzo del 2020**

---

**Gil Jaramillo, Kevin Antonio**

**C.C: 2000128856**

---

**González Zamora, Erick Anthony**

**C.C: 0924281322**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



senescyt  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Plan de mejora de la calidad del servicio del Hostal La Laguna en la Isla Isabela Provincia de Galápagos.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Gil Jaramillo, Kevin Antonio y González Zamora, Erick Anthony		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lcda. Paola Cecilia Gálvez Izquieta, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	04 de marzo del 2020	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	121
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Desarrollo de la cultura de servicio		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	HotelQual, Expectativa, Perspectiva, Calidad en el servicio, Satisfacción, Hostal/ HotelQual, Expectative, Perspective, Quality of Service, Satisfaction, Hostel.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT :</b>	<p>El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo implementar una propuesta de mejora en la calidad de los servicios que ofrece el Hostal La Laguna ubicado en la Isla Isabela, Provincia de Galápagos; para la elaboración de este estudio se empleó el método empírico de igual manera, se empleó la metodología HotelQual con la intención de evaluar el servicio del alojamiento. Con esta herramienta se calificó el personal, instalaciones y organización del Hostal. Asimismo, se optó por trabajar con el Gap 5 de la escala ServQual que mide la diferencia entre expectativa y perspectiva del servicio, los niveles de expectativa fueron establecidos según la organización, en base a la experiencia e inversión realizada en la estructura y personal; por el lado de la perspectiva se utilizó un cuestionario conformado por 20 preguntas para medir la satisfacción del huésped. También, se realizó una entrevista entre al administrador del alojamiento, además de un checklist, y se obtuvo información de reseñas de huéspedes por medio de plataformas de reserva online con el fin de conocer la situación actual del hostel. Con la información recolectada en el desarrollo de esta investigación se propuso el plan de mejora en la calidad del servicio para el Hostal La Laguna identificando las falencias y brechas negativas de los resultados de las herramientas de recolección de datos y observación con el fin de establecer estrategias que ayuden a mejorar la calidad del servicio en el alojamiento. Finalmente se optó por hacer recomendaciones con la finalidad de que los directivos del alojamiento puedan tomarlas en cuenta y beneficien al Hostal.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono: +593 989710148</b> +593 987675888	<b>E-mail: kevingiljaramillo10@gmail.com</b> <b>E-mail: erickgonzalezamora97@gmail.com</b>	

<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Salazar Raymond María Belén
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049
	<b>E-mail:</b> maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>	
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	