



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



**1**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE RADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**TURISMO**

**PROBLEMA:**  
**CULTURA DE CALIDAD EN EL SECTOR HOTELERO DE LA**  
**CIUDAD DE BABAHOYO.**

**AUTOR:**  
Paredes Garces Odalys Nayeli

**TUTOR:**  
MSC. OLAYA REYES JOHANA ALEJANDRA

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2023**



## **Dedicatoria**

A mis abuelos Holger Paredes y María Garces, que siempre han estado a mi lado, aconsejándome, apoyándome y amándome incondicionalmente, me inculcaron el amor a Dios sobre todas las cosas y la importancia de la educación.

Dedico este logro a ellos, que es el fruto de mi esfuerzo y dedicación, pero también del suyo.

Han sido luz en los momentos oscuros y mi fuente de inspiración constante, su amor incondicional y su apoyo inquebrantable han sido el motor que me ha impulsado a estar escribiendo esto hoy.

Esto es un tributo a ustedes, sus manos me guiaran siempre.

Con todo mi amor y gratitud.



## Agradecimiento

Agradezco primero a Dios por su amor y misericordia que me han sostenido en cada paso de este camino académico, esto es un reflejo de su gracia.

A mi mamá por estar junto a mí, por su esfuerzo de todos los días, este logro es tanto suyo como mío.

A mi hermano Daniel por acompañarme durante estos años, ser mi amigo y calmarme cuando me consumía el estrés, espero él y mamá se sientan orgullosos de mí.

por último, a mi novio quien ha contribuido en gran parte de este proceso.

Eclesiastés 4:9-10 "Más valen dos que uno, porque obtienen más fruto de su esfuerzo. Si caen, el uno levanta al otro".



## Resumen

El presente estudio de caso tiene la finalidad de responder a la pregunta ¿Cuál es la cultura de calidad en los servicios ofertados por el sector hotelero de la ciudad de Babahoyo? con el objetivo de determinar la cultura de calidad en el sector hotelero de la ciudad de Babahoyo mediante la investigación descriptiva, con un enfoque mixto, mediante la aplicación de entrevistas a propietarios y empleados con 17 preguntas abiertas relacionadas a las 3 dimensiones del modelo HOTELQUAL (personal, instalaciones y organización). Del mismo modo se aplicó la encuesta a clientes del sector hotelero, seleccionando 20 huéspedes con un tipo de muestreo por conveniencia, utilizando la escala de Likert del 1-5 a fin de evaluar su percepción, para comparar los niveles de satisfacción con las perspectivas de los empleados y propietarios. Se obtuvo como resultado de la percepción del cliente que el 70% de los huéspedes se encuentran de acuerdo con la dimensión del personal, en cuanto a las dimensiones de instalaciones y organización el 60% están en desacuerdo en aspectos como el equipamiento, limpieza de áreas comunes, comodidad de habitaciones, resolución de problemas y cumplimiento de las condiciones acordadas. Según la percepción de los propietarios y empleados de hoteles, mencionan que están muy de acuerdo con la cultura de calidad existente, por lo que, al realizar la comparación con la opinión de los huéspedes se pudo encontrar notorias diferencias. En síntesis, se evidencia una cultura de calidad deficiente en el sector hotelero de la ciudad de Babahoyo, lo cual permitió realizar algunas recomendaciones para la mejorar de los servicios.

**Palabras clave:** Calidad de servicios, cultura de calidad, modelo HOTELQUAL, percepción de calidad, servicios de alojamiento.



## Abstract

The purpose of this case study is to answer the question: What is the culture of quality in the services offered by the hotel sector in the city of Babahoyo? with the main objective of determining the existence of quality culture in the hotel sector of the city of Babahoyo through descriptive research, with a mixed approach, by applying interviews to owners and employees with 17 open questions related to the 3 dimensions of the HOTELQUAL model (staff, facilities and organization), in the same way the survey was applied to clients in the hotel sector, selecting 20 guests according to a type of convenience sampling, using the Likert scale of 1-5 in order to evaluate their perception, to finally compare satisfaction levels with the perspectives of employees and owners. It was obtained as a result of the customer's perception that 70% of the guests surveyed agree with the size of the staff, in terms of the dimensions of facilities and organization, around 60% disagree on aspects such as equipment, cleanliness. of common areas, room comfort, problem resolution and compliance with the conditions agreed in advance. According to the perception of the hotel owners and employees, they mention that they strongly agree with the existing quality culture, so when making the comparison with the opinion of the guests, notable differences were found; in short, a difference is evident. very poor-quality culture in the hotel sector of the city of Babahoyo, which allowed some recommendations to be made to improve the services offered.

**Keywords:** Quality of services, quality culture, quality of services, HOTELQUAL model, perception of quality, accommodation services.



## Índice

Planteamiento del problema.....	8
Justificación .....	10
Objetivos de estudio.....	12
Objetivo General.....	12
Objetivos Específicos: .....	12
Línea de investigación .....	13
Marco conceptual.....	14
Cultura de calidad .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Calidad de servicios .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Estándar de calidad .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Cultura organizacional .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Responsabilidad social.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Modelo HOTELQUAL.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Marco metodológico .....	21
Resultados .....	23
Discusión de Resultados .....	27



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



	7
Conclusiones .....	32
Recomendaciones .....	34
Referencias.....	35
Anexos .....	41

**Índice de Tablas**

Tabla 1. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 2 .....	24
Tabla 3 .....	26



## CONTEXTUALIZACIÓN

### Planteamiento del problema

*¿Cuál es la cultura de calidad en los servicios ofertados por el sector hotelero de la ciudad de Babahoyo?*

De acuerdo con López Pazmiño (2021), en una reunión mantenida con la OMT se menciona en el contexto de la gestión de la calidad que los indicadores de calidad son esenciales para el crecimiento de los destinos turísticos a fin de aumentar su competitividad y mejorar la perspectiva que tienen los usuarios. Es así que, además, se reducen los problemas entorno a la operatividad creando experiencias satisfactorias para el visitante.

La calidad en los establecimientos de alojamiento, constituyen un aspecto imprescindible para poder brindar servicios y productos que cumplan con las expectativas de los clientes, y permita garantizar una estancia agradable. No obstante, una calidad deficiente incide en el servicio directamente, así como también, en la visión que tienen los turistas respecto a la ciudad e incluso el país en general. Por lo que, la cultura de calidad en la industria hotelera genera un impacto significativo tanto para los clientes como para los propietarios del establecimiento y la sociedad.

Además, cuando el apoyo y promoción de los recursos turísticos en una ciudad es deficiente, esto incide de manera negativa en la diversidad de opciones turísticas disponibles para la captación de nuevos visitantes, esta situación deriva en la pérdida de ingresos económicos para



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



9

la ciudad. Por lo que, una carente cultura de calidad en el sector hotelero no solo afecta a este sector sino también incide en la disminuida actividad turística en la ciudad.

Cuando un establecimiento de alojamiento descuida el establecer una cultura de calidad en la prestación de sus servicios, presentando problemáticas relacionada con la satisfacción del cliente, reputación del hotel y personal que labora. Por ejemplo, disminución en la calidad de los servicios, una insatisfactoria experiencia del cliente, alta rotación del personal y disminución de la rentabilidad de la empresa.

Lo anterior expuesto, es producto de la ausencia de una cultura de calidad. Evidenciada en temas tan sencillos como determinar el nivel de la satisfacción del turista, precisar u obtener comentarios y opiniones sobre la calidad de los servicios recibidos. Por lo que, el desconocimiento en este tema genera dificultades para identificar las áreas de mejoras y aplicar estrategias con el objetivo de alcanzar la satisfacción y fidelidad del cliente.



### **Justificación**

Producto de la ejecución de prácticas pre-profesionales realizadas por la autora en un hotel de la ciudad de Babahoyo, se pudo identificar deficiencias de valores y actitudes en las actividades cotidianas que fortalecen la calidad en el servicio ofertado en las diferentes áreas, razón que impulsó a la realización de la presente investigación para de esta manera determinar si los demás hoteles de la ciudad presentan deficiencias en la cultura de calidad.

La importancia del presente trabajo de investigación se fundamenta en el análisis de la cultura de calidad de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Babahoyo, tomando en cuenta la percepción de los propietarios, empleados y huéspedes, con el propósito de realizar una comparativa entre sus opiniones a fin de determinar la cultura de calidad en los sitios de alojamientos de la ciudad.

La cultura de calidad permite establecer acciones que garanticen la calidad de los servicios, para que los propietarios y empleados logren satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, generando beneficios como, el aumento de la satisfacción de los clientes, incremento del rubro de ganancias, rentabilidad del hotel, y tomar decisiones acertadas sobre la inversión en tecnologías, la renovación de instalaciones y otros aspectos clave del negocio.

Los beneficiarios directos del proyecto son los propietarios de los establecimientos, e indirectamente se beneficia a la ciudad como destino turístico y a los usuarios, mejorando de manera considerable la experiencia de los huéspedes, al identificar las deficiencias y áreas de mejora en los servicios ofertados mediante el uso del modelo HOTELQUAL, una herramienta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



**11**

esencial para evaluar la calidad de los servicios de un hotel.

Este estudio de caso es factible por la autorización y cercanía de los establecimientos hoteleros que permitirán realizar entrevistas a sus propietarios y empleados, y encuestas a los huéspedes, además, se cuenta con los recursos técnicos, tecnológicos y humanos necesarios para alcanzar los objetivos planteados.



## **Objetivos de estudio**

### **Objetivo General**

Determinar la cultura de calidad en el sector hotelero de la ciudad de Babahoyo para el desarrollo de estrategias efectivas a fin de mejorar los servicios y productos ofertados, mediante la investigación de políticas internas, procedimientos y prácticas operativas.

### **Objetivos Específicos**

Analizar los conceptos relacionados a la cultura de calidad en el sector hotelero mediante la investigación teórica en libros, revistas y sitios web.

Identificar las distintas perspectivas sobre la cultura de calidad del sector hotelero por medio de la realización de entrevistas y encuestas a los hoteles de la ciudad de Babahoyo.

Establecer los desafíos y oportunidades de la cultura de calidad en el sector hotelero local a través del análisis de los resultados obtenidos en la encuesta y entrevista realizadas.



### **Línea de investigación**

El presente estudio de caso tiene relación con la línea de investigación de la Universidad Técnica de Babahoyo “Educación y desarrollo social”, misma que deriva en la línea de investigación de la Carrera de Turismo “Desarrollo de bienes, productos, servicios y procesos turísticos” y a la sublínea “Proyecciones para el mejoramiento de la calidad de bienes, productos y procesos turísticos”, debido a que se analizará la cultura de calidad en los hoteles del cantón Babahoyo, a fin de identificar áreas de oportunidad para la mejora de los procesos, productos y servicios ofertados.



## **Desarrollo**

### **Marco conceptual**

#### **Cultura de calidad**

De acuerdo a Miranda Cruz y otros. (2021), definen el término calidad, como las adecuaciones que se realiza a un servicio o producto con la finalidad de alcanzar altos niveles en las características que se ofrecen al cliente, es decir, el conjunto de características que buscan satisfacer las necesidades de los usuarios, quienes tienen la libertad de valorarla y decidir si cumple con sus expectativas a cabalidad. (p. 1434)

Mientras que, Robles Acosta y otros. (2016) refieren que la cultura de calidad tiene niveles estructurales como los patrones de comportamientos, creencias y valores y suposiciones fundamentales, es decir, son las estrategias, políticas, valores y creencias que se establecen dentro de una organización, que interactúan entre las personas (clientes y empleados), infraestructura y sistemas con el objetivo de determinar las normas de comportamientos y procedimientos adecuados.

En el contexto hotelero, la cultura de calidad hace referencia al enfoque que tienen las empresas hoteleras para ofertar servicios y experiencias que cumplan con las expectativas de los huéspedes, basando su objetivo en alcanzar la máxima satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de estándares y normas de calidad, abarcando áreas como la atención al cliente, capacitación y formación, innovación y responsabilidad social.



### **Calidad de servicios**

Desde el punto de vista de Saltos Aguilar y Arguello Erazo (2017), plantean que, la calidad de los servicios hace referencia al nivel de satisfacción que logra un servicio en los clientes, siendo algo fundamental para cualquier empresa, por lo que, las organizaciones enfocan sus recursos en el mejoramiento de su oferta en el mercado, teniendo como estándar que si los resultados superan a las expectativas previas del usuario se tiene una alta calidad en los productos o servicios ofertados.

Mientras que, Silva Treviño y otros. (2021) la definen como una brecha existente entre la expectativa que tiene el usuario sobre un producto o servicios y su opinión luego de haberlo adquirido o recibido, es decir, el cumplimiento de la expectativa de los clientes se lo reconoce como la satisfacción, siendo esta la base para consolidar la repetición de su compra, lo que genera la lealtad al servicio o bien ofertado. (p. 87)

La calidad de servicios es fundamental para brindar un producto o servicio que satisfaga las necesidades del cliente, por lo que, se entiende como el nivel de satisfacción que alcanzan los usuarios durante toda su estancia, incluyendo tanto los servicios como productos, como, la atención personalidad, limpieza de las instalaciones, diversidad de servicios, ambiente y seguridad.



### **Estándar de calidad**

De acuerdo con Silva Ordoñez y otros (2019), indican que los estándares de calidad constituyen los criterios utilizados para evaluar o medir la calidad de los servicios y los resultados obtenidos al utilizarlos, partiendo de que un servicio refiere una convivencia entre el usuario y la empresa se estima que para tener una relación óptima se deben generar las condiciones adecuadas para garantizar bienestar, es decir, los estándares son las condiciones que se establecen para desarrollar una actividad y alcanzar los objetivos de la empresa. (p. 87)

Los estándares de calidad son importantes y condicionan la llegada de los turistas a un lugar, ya que se deja de lado aquellos destinos que no satisfacen las expectativas. Cabe indicar que, la calidad no necesariamente supone altos costos, sino más bien, al cumplimiento de requisitos mínimos establecidos a cualquier escala de gasto, que permita la satisfacción de los clientes, sin dejar de lado la protección del medio ambiente y cultura de las zonas vinculadas al turismo. (Maldonado Mina y otros 2016, pp. 5-6)

Del mismo modo, en la industria turística hacen referencia al cumplimiento de requisitos mínimos en busca de la excelencia dentro de una organización y que definen el grado de cumplimiento exigible a un criterio de calidad, es por ello que pueden afectar la llegada de turistas a un lugar, por lo que, se enfatiza que los estándares de calidad turística son de alta importancia y que determinan fuertemente la llegada de los turistas a un lugar.



Los estándares de calidad representan una herramienta fundamental para el desarrollo y crecimiento del hotel permitiendo encontrar áreas de mejoras y evaluar la calidad de los servicios y productos ofertados al huésped, a fin de generar un compromiso de satisfacción y lealtad con el público objetivo.

### **Cultura organizacional**

De acuerdo con Benavides Rayo y Rodríguez Tapia (2019) definen a la cultura organizacional como, “El conjunto de elementos intangibles, como conocimientos, valores y costumbres, dentro de una organización y su conexión con los trabajadores, se encuentra presente en todas las empresas.”, convirtiéndose en la identidad y lo que define el modo en que opera un hotel, por lo que, debe ser clara y tener el objetivo de satisfacer al huésped.

Sin embargo, Meneses (2020) establece que, es un esquema que sirve de guía para la obtención de información, comportamientos y actitudes del equipo de trabajo, con el propósito de garantizar una imagen que demuestre organización y gestión óptima de los procesos y procedimientos dentro de la institución mediante la relación que mantienen los colaboradores de la organización en el alcance de una apropiación de identidad empresarial y objetivos planteados.

Es importante mencionar que, la cultura organizacional de un hotel se puede observar mediante el trato que le den al cliente, ambiente laboral, comunicación asertiva y calidad del servicio, factores que son determinantes para una organización que busca crear una ventaja



competitiva y mantener e incrementar los estándares de calidad a fin de alcanzar las expectativas de los clientes, siendo estrategias que fortalecen su fidelización.

### **Responsabilidad social**

Refiere a las actividades que realiza una empresa a fin de generar riquezas y mediante la cual existe la posibilidad de gestionar la operatividad con valores sociales y éticos, con la finalidad de crear y mantener la sostenibilidad y reflejar sus acciones en la comunidad y el medio ambiente, esto en forma de retribuir los beneficios obtenidos mediante el uso de los distintos recursos ambientales, humanos y materiales. (Lazo Serrano, 2022, pág. 380)

Así mismo, Ruiz Ferrer (2019) indica que, la también llamada responsabilidad social corporativa, hace referencia a un modelo socioeconómico, en las cuales las empresas basan sus actividades con el propósito de contribuir en el cuidado del medio ambiente, de manera que, su filosofía la alinean a un contexto medioambiental y social, esto mejora en gran medida la visión de las personas sobre la empresa generando más confianza en el cliente.

En síntesis, se considera un compromiso o deber que tienen las empresas, en este caso del sector hotelero, en contribuir con el bienestar de la comunidad en donde se ubican, tratando de contribuir en el desarrollo de los ámbitos: social, económico y ambiental, esto a fin de contrarrestar, de cierta manera, el impacto que causan en el sector en que realizan sus operaciones.



### **Modelo HOTELQUAL**

El modelo Hotelqual es un instrumento de recolección de datos que tiene por objetivo principal medir la satisfacción del cliente en el sector hotelero, surge a partir de los elementos establecidos en la escala Servqual, no obstante, fue necesario realizar modificaciones a fin de adaptarlo, debido a que, el modelo SERVQUAL presenta limitaciones, por ello, se evalúan y verifican las dimensiones fundamentales para cada sector económico. (Vidrio Barón y otros, 2020, p. 4)

No obstante, Soto y Villena (2020) mencionan que el modelo Hotelqual tiene tres enfoques: organización, personal e instalaciones, con el objeto de conocer el nivel de calidad de los servicios que se ofertan en relación a los comentarios de los clientes basados en su experiencia, fundamental para evaluar los aspectos más relevantes de un alojamiento turístico, lo que constituye en uno de los modelos más empleados por las empresas del sector.

En este contexto, el modelo Hotelqual presenta tres dimensiones las cuales se enfocan en el desempeño del personal, instalaciones y funcionamiento de la empresa, y la organización en la que se opera para brindar el servicio, siendo bases necesarias que abarcan los aspectos esenciales para medir la satisfacción de los huéspedes a fin de conocer las expectativas y rendimiento que percibe el cliente durante su estancia.

De acuerdo a Miranda Cruz y otros. (2021), el término calidad, como las adecuaciones que se realiza a un servicio o producto con la finalidad de alcanzar altos niveles en las



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



20

características que se ofrecen al cliente, es decir, el conjunto de características que buscan satisfacer las necesidades de los usuarios, quienes tienen la libertad de valorarla y decidir si cumple con sus expectativas a cabalidad. (p. 1434)

Mientras que, Robles Acosta y otros. (2016) refieren que la cultura de calidad tiene niveles estructurales como los patrones de comportamientos, creencias y valores y suposiciones fundamentales, es decir, son las estrategias, políticas, valores y creencias que se establecen dentro de una organización, que interactúan entre las personas (clientes y empleados), infraestructura y sistemas con el objetivo de determinar las normas de comportamientos y procedimientos adecuados.

En el contexto hotelero, la cultura de calidad hace referencia al enfoque que tienen las empresas hoteleras para ofertar servicios y experiencias que cumplan con las expectativas de los huéspedes, basando su objetivo en alcanzar la máxima satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de estándares y normas de calidad, abarcando áreas como la atención al cliente, capacitación y formación, innovación y responsabilidad social.



### **Marco metodológico**

De acuerdo con el catastro turístico publicado por el MINTUR, existen cinco establecimientos de alojamiento catalogados como hoteles en la ciudad de Babahoyo. Sin embargo, de este listado solo un hotel permite realizar el levantamiento de información, por lo que, se procedió a contactar a otros establecimientos hoteleros que no están registrados en el catastro, los hoteles estudiados son: Grand Hotel Perla Verde, Hotel Grand River, Hotel La Chorrera, Hotel La Pradera y Hotel Ciudad del Río, que para fines de estudios comenzarán a numerarse del 1 al 5 precedido por la palabra “Hotel”.

Para la presente investigación se aplicó una investigación descriptiva, la cual sirvió para analizar las características de la calidad de servicio identificadas en los hoteles de la ciudad de Babahoyo desde diferentes perspectivas, dando un enfoque detallado a la investigación para de esta manera comprender y representar con precisión la relación entre las variables de estudio.

Según su enfoque es mixto, debido a la necesidad de una investigación cualitativa, misma que permitió indagar en datos teóricos a fin de obtener información relevante que aporte con el cumplimiento de los objetivos planteados, además, se optó por una investigación cuantitativa, para el análisis de los datos numéricos recolectados mediante las técnicas de investigación utilizadas.

Se optó por aplicar dos técnicas de investigación, la entrevista dirigida a los propietarios de los cinco hoteles antes mencionados, además, a un empleado por cada uno de los establecimientos, elegido por un muestreo a conveniencia, con 12 preguntas abiertas



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



22

relacionadas a las dimensiones del modelo HOTELQUAL.

La ciudad de Babahoyo carece un registro de los turistas que se hospedan en los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Babahoyo, por lo que, la encuesta a clientes del sector hotelero se realizó a 20 huéspedes, seleccionados de acuerdo a un tipo de muestreo por conveniencia, con 12 ítems basados en las tres dimensiones del modelo HOTELQUAL (Organización, personal e instalaciones), utilizando la escala de Likert del 1-5 a fin de evaluar su percepción. De la siguiente manera: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutral, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo, luego, se promediaron las respuestas obtenidas a fin de establecer en qué nivel de la escala se encuentran cada uno de los ítems, para finalmente comparar los niveles de satisfacción con las perspectivas de los empleados y propietarios.



### **Resultados**

En cuanto al objetivo general establecido, se logró determinar que, las políticas internas, procedimientos y prácticas operativas en los hoteles de la ciudad de Babahoyo se implementan de manera empírica y oral, es decir, no existe un documento que avale y oriente las actividades que realiza el personal de las instituciones, por lo que, se evidencia una falta de actitudes, aptitudes y valores que creen un sentido de pertenencia y compromiso.

En relación al primer objetivo planteado, se busca analizar los conceptos relacionados a la cultura de calidad, basados en distintos autores y fuentes bibliográficas, a continuación, se detalla un compendio de los conceptos más relevantes para la investigación.

**Tabla 1.** Cuadro conceptual sobre los temas relacionados a la cultura de calidad.

<b>Término</b>	<b>Autor(es)</b>	<b>Síntesis</b>
Cultura de calidad	Miranda Cruz y otros (2021)	Conjunto de actitudes y valores practicados como hábitos para garantizar la satisfacción del usuario.
	Bernedo y otros (2021)	Permite mejorar la satisfacción del usuario, corregir fallos, crear compromiso y sentido de pertenencia en los empleados.
	Moreira Sornoza (2018)	Son técnicas para el trabajo que minimicen las pérdidas, y se tomen medidas desde los diferentes niveles de la organización.
Calidad de servicios	Silva Treviño y otros (2021)	Brecha entre las expectativas del usuario y su percepción después de recibir el servicio.
	Izquierdo y Anastacio (2021)	Se sustenta en el conocimiento de las necesidades de los usuarios, buscando superar las expectativas que tienen.
	Silva Treviño J. G y otros. (2021)	Impacta positivamente en la satisfacción del cliente, la rentabilidad y sostenibilidad de un establecimiento depende de ello.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



24

---

	Maldonado y otros. (2018)	Requisitos establecidos para la exigencia de criterios de calidad en una organización.
Estándar de calidad	Fontalvo y otros (2021)	Buenas prácticas de calidad que permiten cumplir las necesidades de los usuarios.
	Daza Higuera (2018)	Brinda gratificación inmediata e inicia un proceso de lealtad que motiva a las personas a explorar otros establecimientos.

---

**Fuente:** Elaboración propia.

En base a la tabla 1 que trata acerca de los conceptos relacionados a la cultura de calidad se concluyó que, cultura de calidad es el conjunto de estrategias, acciones y valores aplicados de manera cotidiana para garantizar la calidad de los servicios de alojamiento. Los estándares de calidad representan normas y reglas que tienen por objetivo alcanzar la total satisfacción de los huéspedes. Estos conceptos inducen a establecer estrategias y acciones enfocadas en mejorar la calidad de los servicios, buscando cumplir con los requerimientos de los clientes para generar lealtad, y crea la necesidad de aplicar un modelo que evalúe la calidad de los servicios para identificar áreas de mejora.

**Tabla 1.** Cuadro conceptual acerca de los modelos para evaluar la calidad.

---

<b>Término</b>	<b>Autor(es)</b>	<b>Síntesis</b>
Modelo de la imagen	Gronroos (1984)	Centra su interés en la discrepancia que se presenta a través de la imagen entre el servicio esperado y el recibido.
Modelo Servqual	Matsumoto (2014)	Proporciona información detallada acerca de la percepción de los usuarios sobre los servicios de la empresa.
Modelo Hotelqual	Vidrio Barón y otros (2020)	Evalúa la calidad del servicio hotelero en tres dimensiones (instalaciones, organización y personal).

---

**Fuente:** Elaboración propia.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



25

Como sustentan los autores de acuerdo a la tabla 2, el modelo HOTELQUAL constituye la herramienta más adecuada y eficaz para evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios de un establecimiento de alojamiento, siendo el modelo aplicable al presente estudio de caso, lo que permitió medir la calidad de los servicios ofertados en las dimensiones de organización, instalaciones y personal de acuerdo a la perspectiva de los huéspedes.

Acerca del objetivo que busca identificar las percepciones de los propietarios, empleados y usuarios del sector hotelero de la ciudad de Babahoyo, mediante la aplicación de la entrevista se pudo determinar que, los propietarios mencionan que, el servicio de alojamiento ofertado por sus establecimientos es el adecuado. Sin embargo, la atención personalizada es una de las áreas a mejorar, debido a que el número de empleados no es apropiado para la cantidad de usuarios y habitaciones que se disponen, sobre todo en feriados o fechas festivas, además, las instituciones pertinentes no realizan capacitaciones continuas a los empleados de hoteles.

Mientras que, la aplicación del modelo HOTELQUAL mediante una encuesta realizada a los usuarios, se logró obtener la respuesta de 20 personas, donde 55% eran de sexo femenino y 45% masculino, alrededor del 65% en edades de 22 a 34 y el 35% de 43 a 45. En cuanto a las dimensiones de instalaciones y organización alrededor del 65% y 58% respectivamente están en desacuerdo, un 22% y 24% neutro y el 13% y 18% de acuerdo, en aspectos como el equipamiento, limpieza de áreas comunes, comodidad de habitaciones, resolución de problemas y el cumplimiento de las condiciones acordadas con anticipación.

No obstante, el 74% de los huéspedes encuestados se encuentran de acuerdo con la



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



26

dimensión de personal, mientras que el 18% se demuestra muy de acuerdo y tan solo el 8% neutral, con una única área de mejora relacionada a la personalización del servicio, como se detalla a continuación:

**Tabla 2.** Resultados generales de la encuesta realizada a los huéspedes.

<b>Escala Valorativa</b>	<b>Dimensión: Personal</b>	<b>Dimensión: Instalaciones</b>	<b>Dimensión: Organización</b>
Muy en desacuerdo (1)	0%	0%	0%
En desacuerdo (2)	0%	65%	58%
Neutral (3)	8%	22%	24%
De acuerdo (4)	74%	13%	18%
Muy de acuerdo (5)	18%	0%	0%
<b>Suma</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Fuente.** Elaboración propia.

En base a la tabla 3, la aplicación del modelo HOTELQUAL permitió inferir que las dimensiones que presentan mayores deficiencias son las referentes a *instalación* y *organización*. Siendo necesario la aplicación y uso de un manual de procesos que guíe a los empleados a desarrollar las actividades propias de cada cargo. Mientras que, la *dimensión del personal* se encuentra acorde a las necesidades de los usuarios. En definitiva, se puede establecer que los establecimientos de alojamiento estudiados presentan deficiencias en cuanto a la cultura de



calidad.

Al indagar sobre los desafíos y oportunidades de la implementación de la cultura de calidad, conforme al tercer objetivo, se pudo inferir mediante el análisis de la entrevista y las encuestas que, los desafíos presentes en los establecimiento de alojamiento de la ciudad de Babahoyo entorno a la cultura de calidad se enfocan principalmente en la falta de recursos económicos, causados por la baja afluencia de turistas a la ciudad, derivando en problemáticas como la falta de capacitación continua al personal, limitado mantenimiento de infraestructura y equipamiento tecnológico. Las oportunidades se relacionan a la satisfacción de las necesidades de los huéspedes, mediante el aumento en la eficiencia, mejora continua e innovación, generando incremento de la afluencia turística, fidelización del cliente, reseñas positivas y mejora de la rentabilidad.

### **Discusión de Resultados**

Una vez obtenidos los resultados de la investigación, de acuerdo a Navarro Berbegal (2020) en su investigación define a la cultura de calidad como un elemento fundamental para alcanzar el beneficio común, favoreciendo en el desarrollo de las habilidades y capacidades que permiten el éxito, repercutiendo en un alto nivel de satisfacción para todos los miembros del proceso.

Lo que coincide con el presente estudio, porque se establece que la cultura de calidad en los establecimientos de alojamientos constituye estrategias y valores enmarcados en la cotidianidad de las acciones del personal que tienen como fin, alcanzar la satisfacción del cliente,



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



28

para lo que es necesario una formación continua, capacitaciones, inversión en insumos e infraestructura.

Es importante definir la aplicación de principios, valores y acciones cotidianas por parte de los propietarios y empleados en relación a la cultura de calidad del sector hotelero, y que se encuentren plasmados en los objetivos que se determinan como establecimiento. Debido a que, en caso de que no se aplique una cultura de calidad, más aún en empresas cuya actividad principal se encuentre relacionada con la oferta de servicios turísticos a los usuarios podría incidir de manera directa en la fidelidad del cliente, por lo tanto, en la rentabilidad de los negocios hoteleros.

En la actualidad, la ciudad de Babahoyo carece de un convenio público-privado que tenga como objetivo principal evaluar la cultura de calidad en las empresas del sector turismo. Por lo tanto, esta se considera una deficiencia al no poder medir la situación real actual y por ende no se podrá establecer acciones de mejora.

Además, Malavé Navarrete y Tipan Landi (2019) mencionan que los hoteles deben implementar un sistema de evaluación constante que permita cuidar la imagen y obtener un informe situacional a fin de tomar decisiones informadas que tengan como objetivo no disminuir la calidad del servicio. Por lo que, se resalta la importancia de aplicar de manera periódica un modelo de evaluación que permita identificar las debilidades y fortalezas para posterior realizar mejoras que posibiliten el crecimiento del sector hotelero.

Los resultados obtenidos con base en la aplicación del modelo HOTELQUAL según la



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



29

percepción de la calidad por parte de los huéspedes de acuerdo a la escala valorativa, establecen a la *dimensión personal* con mejor percepción por los usuarios, catalogando como adecuada, mientras que, la *dimensiones instalaciones y organización* las valoran como neutral (3). En contraste a la percepción de los propietarios que determinaron que todas las dimensiones tenían una valoración de acuerdo (4) y muy de acuerdo (5).

De similar forma, sucedió con la investigación de Olaya Reyes y Naranjo (2022) en la que resaltan diferencias notorias entre las respuestas de los propietarios y usuarios, mostrando así una gran brecha entre ambas opiniones. Permitiendo determinar que en algunas ocasiones los propietarios no identifican las debilidades en relación a la aplicación de una cultura de calidad que mejoren la satisfacción del cliente.

En la presente investigación se logró identificar que existen diferentes aspectos en los que las respuestas de propietarios y empleados no concuerdan con las respuestas otorgadas por los usuarios del servicio. Lo que permite determinar que los propietarios y empleados no han sido capaces de identificar una falencia en la forma en la que se dan los procesos en los establecimientos.

Según Olaya - Reyes y Naranjo (2022) es necesario motivar a los empleados de la organización a ofrecer un servicio de calidad para obtener mejores servicios, mayores ingresos, preferencia de los usuarios, identificación y sentido de pertenencia a la organización. La *dimensión de personal* es la más importante debido a que hace referencia a las actitudes que posee el trabajador en su desempeño laboral.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



**30**

De acuerdo a Loor y otros, (2020) señalan en su investigación que la función del gobierno en el proceso de calidad es esencial para la industria hotelera, mediante la disposición de capacitaciones gratuitas, desarrollo de infraestructura, lugares turísticos, centros de entretenimiento y recreación, lo que aporta con la atracción del turista y aumento de visitantes.

Sin embargo, se evidenció de acuerdo a la entrevista realizada a los propietarios, que se espera una mayor intervención del Municipio de Babahoyo en cuanto a la realización de capacitaciones para la mejora de los servicios. Además, señalan que no se encuentran inscrito en la Cámara de Turismo debido a cuotas muy altas en relación a los beneficios que ofrece para los establecimientos de alojamiento.

En cuanto a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo (2000) hace mención en su artículo 2 que uno de sus objetivos es desarrollar programas de capacitaciones profesional para el personal que labora en el sector turístico. Así mismo, en la Resolución 1 “Facultades de los gobiernos autónomos desarrollo de actividades turísticas” emitido por el Consejo Nacional de Competencias (2016) establece en su artículo 13 literal 6 que en el marco de sus actividades de gestión turísticas los GAD Municipales deben otorgar asistencia técnica y capacitaciones a los ofertantes turísticos del cantón de acuerdo al marco normativo nacional.

Sin embargo, en el catastro de establecimiento turístico otorgado por el Ministerio del Turismo existen 5 hoteles inscritos, es decir, la mayoría de hoteles en la ciudad no se encuentran afiliados a la cámara de turismo. Por ende, no pueden exigir responsabilidad por parte de instituciones públicas si no se cumple con el Registro turístico como lo establece la normativa



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



**31**

pertinente.

Una vez revisadas las fuentes bibliográficas se detectó que Garcia Garcia (2020) desarrolló una investigación relacionada a la calidad en los servicios hoteleros de la ciudad de Babahoyo, donde de manera similar obtuvo como resultado que los servicios prestados por los hoteles son deficientes, siendo necesario mejorar la calidad de los servicios para satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas de los usuarios. El estudio antes mencionado, se enfoca en analizar la calidad del servicio hotelero e identificar los servicios a mejorar. La presente investigación, sin embargo, indaga acerca la existencia de la cultura de la calidad en los establecimientos hoteleros, lo que presentaría que la razón para que los usuarios opinen que la calidad del servicio en los hoteles de la ciudad es deficiente, se debe a que inicialmente los hoteles carecen de una cultura de calidad.

Por lo que, el presente estudio constituye un aporte significativo en el conocimiento que servirá de recurso para investigaciones relacionadas con la cultura de calidad en los hoteles, pudiendo ser replicado en otras ciudades del país.



### **Conclusiones**

Existen escasos estudios sobre la cultura de calidad que mantienen los hoteles de la ciudad a pesar de su importancia significativa en la búsqueda de alcanzar una mayor satisfacción en el turista y permitir a los propietarios aplicar mejoras en los servicios ofertados. Desde una perspectiva general, se evidencio que los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Babahoyo necesitan políticas internas relacionadas a la satisfacción del cliente que permitan la mejora de procedimientos y practicas operativas para incrementar la calidad de servicios ofertados.

Con respecto al primer objetivo planteado a través de la investigación teórica en libros, revistas y sitios web, se logró analizar los conceptos fundamentales acerca de la cultura de calidad en relación a la satisfacción al cliente y la competitividad d, donde se concluyó que la cultura de calidad en el sector hotelero es la aplicación cotidiana de valores y actitudes relacionadas a cumplir con las expectativas del huésped.

Por medio de las entrevistas y encuestas a los establecimientos hoteleros en Babahoyo, se logró identificar las diferentes perspectivas de parte de los dueños, empleados y huéspedes sobre la cultura de calidad, esto ayudó a obtener una visión más clara de cómo es implementada la cultura de calidad, incidiendo en la distinta postura que tienen los propietarios y empleados en contraste con la opinión de los huéspedes. Los empleados y propietarios en su mayoría comentan que están de acuerdo con la calidad de los servicios de acuerdo a las dimensiones del modelo HOTELQUAL. Mientras que, los huéspedes se encuentran neutral con las dimensiones de



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



33

organización e instalaciones, y de acuerdo con la dimensión del personal.

En cumplimiento al tercer objetivo se identificaron los desafíos y oportunidades que representa implementar la cultura de calidad en los hoteles basados en la opinión de los dueños y empleados. Se deduce que, los desafíos son en torno a los recursos financieros causado por la escasa afluencia de turistas a la ciudad, que deriva en la poca capacitación al personal, limitado mantenimiento de las instalaciones e insuficiente calidad en los productos ofertados. Mientras que las oportunidades que ofrece son relacionadas a la fidelidad del usuarios y buenas reseñas entorno a la calidad de los servicios.

En definitiva, la cultura de calidad de los hoteles de Babahoyo es desarrollada de manera empírica sin documentos que contengan políticas y normas que guíen su aplicación, por lo que, se evidencia deficiencias en los valores y actitudes que realizan los empleados de manera habitual para mantener calidad.

El presente estudio de caso induce a la aplicación continua del modelo HOTELQUAL, que permite evaluar la calidad de los servicios ofertados en los establecimientos de alojamientos para reconocer la percepción de los huéspedes a fin de identificar áreas de mejora, además, se podrá realizar nuevos estudios teniendo como base la presente investigación.



## **Recomendaciones y Anexos**

### **Recomendaciones**

Una vez se realizó la discusión de resultados obtenidos en el desarrollo del presente estudio de caso, se establecieron las siguientes recomendaciones:

Diseñar un manual de políticas, prácticas operativas y procedimientos con el objetivo de orientar la correcta realización de las actividades.

Aplicar políticas internas en relación a la satisfacción del cliente, mejora continua, formación y desarrollo que busquen establecer procedimientos para medir y mejorar la calidad de los servicios ofertados.

Establecer una cultura de calidad sólida en los hoteles de la ciudad, con la finalidad de mejorar la satisfacción del huésped y aumentar la competitividad del sector hotelero.

Realizar capacitaciones continuas acerca de medidas y distribución correcta del personal en cada área y a su vez establecer metas.

Implementar instrumentos para medir la cultura de calidad desde la perspectiva de los huéspedes, aportando con datos para la retroalimentación efectiva que permita identificar las áreas de mejoras.

Desarrollar capacidad de adaptación a las necesidades cambiantes de los huéspedes, ajustando sus procesos para establecer una visión clara de la cultura de calidad establecida.

Desarrollar investigaciones periódicas que evalúen la calidad de los servicios ofertados por los establecimientos de alojamientos, a fin de obtener una perspectiva clara para la mejora de



la cultura de calidad.

### Referencias

Daza Higuera, J. M. (2013). Análisis de la medición. *Universidad de la Rioja*. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6676007.p>

Benavides Rayo, Z., & Rodríguez Tapia, A. (2019). *La cultura organizacional como factor clave en el desarrollo del sector hotelero*. Tesis de grado, Lima. Obtenido de

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/650454/Benavides\\_RZ.pdf?sequence=1](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/650454/Benavides_RZ.pdf?sequence=1)

Bernedo, V., Gamarra, M., Cáceres, J., & Bellido, R. (2021). Cultura Organizacional y su Influencia en la Calidad de Servicios. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 25(1), 05-13.

Congreso Nacional de Ecuador. (2000). *Ley de cámaras provinciales de turismo*. Quito: Registro Oficial N. 195. Obtenido de <https://vlex.ec/vid/ley-camaras-provinciales-turismo-643461573#:~:text=Que%20la%20actividad%20tur%3%ADstica%20constituye,social%20y%20econ%3%B3mico%20del%20pa%3%ADs%3B&text=Las%20c%3%A1m%20aras%20de%20Turismo%20ser%3%A1n%20entidades%20sin%20fines%20de%2>

Consejo Nacional de Competencias. (2016). *Facultades a Gobiernos Autónomos Desarrollo Actividades Turísticas*. Quito: LexisFinder. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%3%BAense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%3%ADsticas.pdf>



- Díaz Muñoz, A. G., & Salazar Duque, D. A. (10 de Marzo de 2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 19-36. Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/547/539>
- Fontalvo, T., Delahoz Dominguez, E., & Morelos, J. (2021). Diseño de un sistema integrado de gestión de la calidad para programas académicos de educación superior en Colombia. *Formación universitaria*, 14(1), 45-52. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000100045>
- García García, F. (2020). *Análisis de la calidad Turística de los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Babahoyo*. Tesis de grado, Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/7534/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000118.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Izquierdo, J., & Anastacio, C. (2021). Calidad de servicios en instituciones privadas y públicas: Revisión sistemática. *Revista Tzhoecoen*, 13(2), 84-93. doi:<https://doi.org/10.26495/tzh.v13i2.2002>
- Lazo Serrano, C. (2022). Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos en el Ecuador. *Revista científica Sociedad & Tecnología*, 5(S2), 378-389.
- Loor, A., Zambrano, A., Peña, I., & Ponce, J. (2020). Medición de la calidad de servicios hoteleros de Manta, Ecuador a través del modelo Hotelqual. *ECA Sinergia*, 11(2), 155-165. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/download/1755/2681?inline=1>



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



37

Malavé Navarrete, J., & Tipan Landi, B. (2019). *Plan de mejora de la calidad del servicio al cliente en un hotel de primera categoría en la ciudad de Guayaquil*. Tesis de grado, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13407/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-AETH-76.pdf>

Maldonado Mina, A., Benítez Bastidas, N., & Rhea González, S. (2016). Estandarización de la calidad turística en los emprendimientos de Salinas - Ibarra. *Revista Turismo y Desarrollo local*, 9(20). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7973059.pdf>

Meneses, D. (2020). *Cultura Organizacional verde en el caso del Hotel Howard Johnson de la ciudad de Barraquilla-Atlántico*. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/7670/CULTURA%20ORGANIZACIONAL%20VERDE%20EN%20EL%20CASO%20DEL%20HOTEL%20HOWARD%20JOHNSON%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20BARRANQUILLA-%20ATLANTICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Miranda Cruz, M., Chiriboga Zamora, P., Romero Flores, M., Tapia Hermida, L., & Fuentes Gavilánez, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. *Dominio de las ciencias*, 7(4), 1430-1446. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383980>

Moreira Sornoza , N. L. (2016). CULTURA DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



38

EN EL HOTEL PERLA SPONDYLUS DE MANTA, AÑO 2016. *UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ, MANTA*. Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/1000/1/ULEAM-SG-0025.pdf>

Navarro Berbegal, F. (2020). *Cultura de la Calidad: paradigma de gestión y desarrollo empresarial para la Excelencia Evidencia del caso en empresas de la provincia de Alicante*. Tesis doctoral, Alicante. Obtenido de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/113787>

Olaya Reyes, J., & Naranjo, S. (2022). Aplicación del modelo servqual para medición de la calidad del servicio en el complejo turístico Mayae Club. *Revista Internacional de gestión, innovación y sostenibilidad turística*, 2(2), 22-34. Obtenido de <http://revistasepam.espam.edu.ec/index.php/rigistur/article/view/331/320>

Robles Acosta, C., Martínez Rodríguez, E., Alviter Roja, L., & Ortega Reyes, A. (2016). Percepción de la cultura de la calidad en propietarios de microempresas familiares del sector servicios. *Acta universtaria*, 26(2), 77-92.  
doi:<https://doi.org/10.15174/au.2015.843>

Ruiz Ferrer, S. (2019). *De la responsabilidad social y sostenibilidad de los hoteles, a su percepción por parte de los clientes*. Tesis de grado, Cartagena. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/8172/tfg-ruidel.pdf?sequence=1#page40>

Saltos Aguilar, W., & Arguello Erazo, S. (2017). La calidad de los servicios que perciben los



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



39

estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo de la ciudad de Riobamba - Ecuador. *Industrial Data*, 20(1), 79-86. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81652135009.pdf>

Silva Ordoñez, I., Jiménez Silva, W., Santamaría Freire, E., & Villalba Miranda, R. (2019). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 25(2), 83-95. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28059953007/html/>

Silva Treviño, J. G., Macías Hernández, B. A., Tello Leal, E., & Delgado Rivas, J. G. (14 de Abril de 2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Scielo*. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-78582021000100085](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085)

Silva Treviño, J., Macías Hernández, B., Tello Leal, E., & Delgado Rivas, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101.

Soto, S., & Villena, T. (2020). Calidad Percibida en los Hoteles de Tres Estrellas utilizando el Modelo Hotelqual en la Ciudad de Huánuco -2018. *Revista San Gregorio*(38).

Vidrio Barón, S., Rebolledo Mendoza, A., & Galindo Salvador, S. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación Administrativa*, 49(125), 1-18. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4560/456061607008/html/>



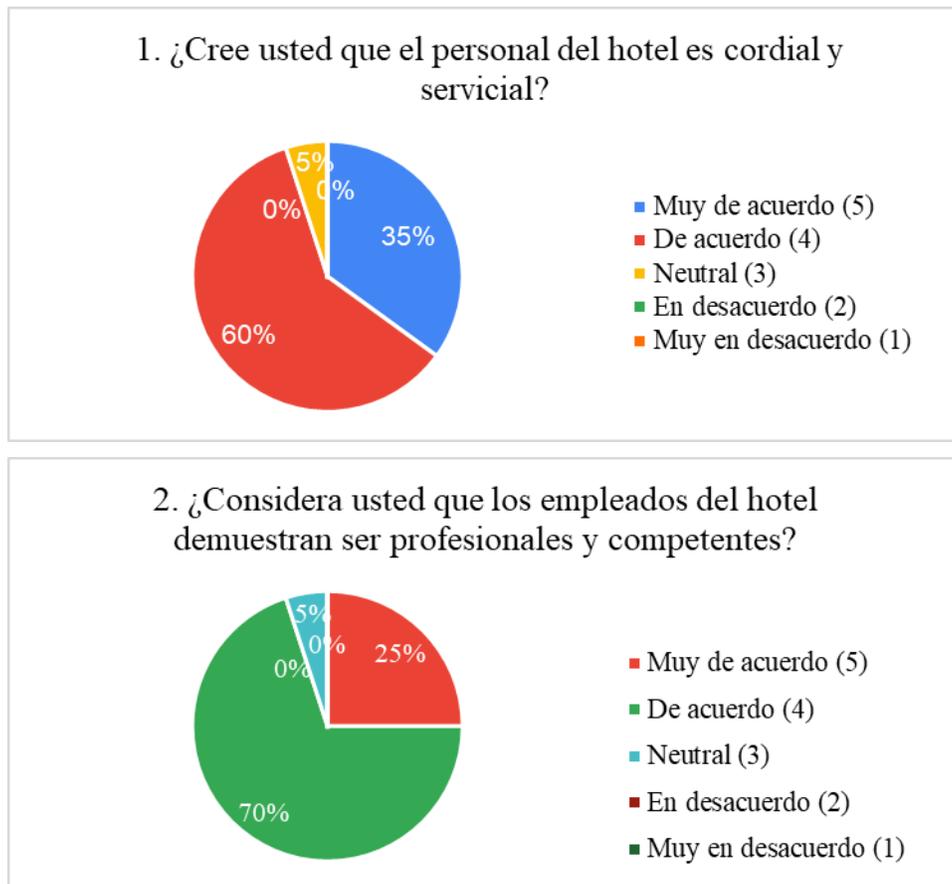
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



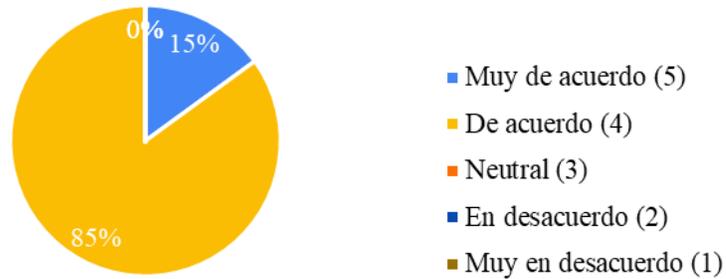
## Anexos

### Anexo A.

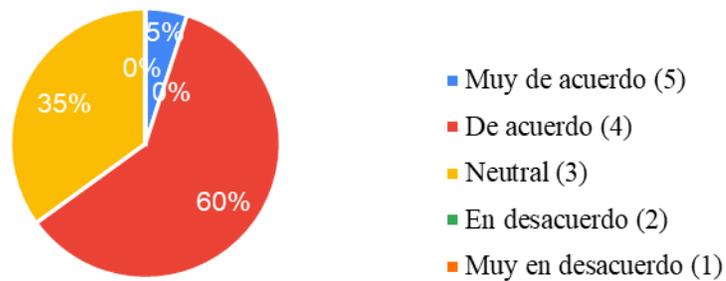
Ilustración 1. Resultado de encuesta realizada a los huéspedes en relación a la dimensión personal.



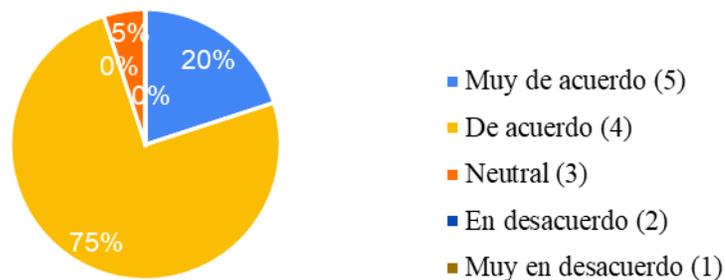
3. ¿El equipo del hotel atiende rápidamente sus necesidades?



4. ¿Considera usted que el personal proporciona un servicio personalizado?



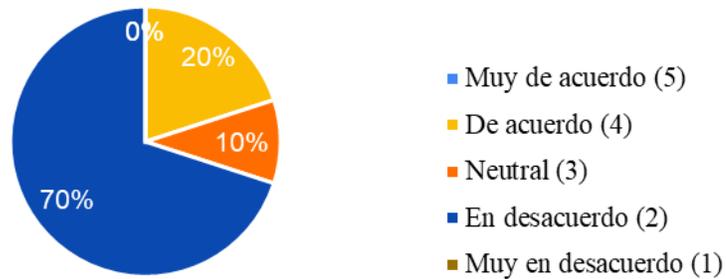
5. ¿Cree usted que los empleados del hotel responden efectivamente a sus consultas?



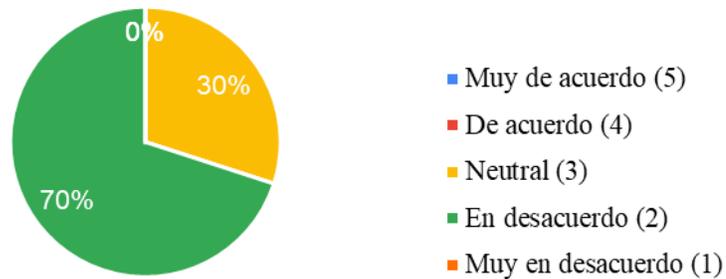
Elaboración propia, utilizando la herramienta de Google forms.

Ilustración 2. Resultado de encuesta realizada a los huéspedes en relación a la dimensión organización.

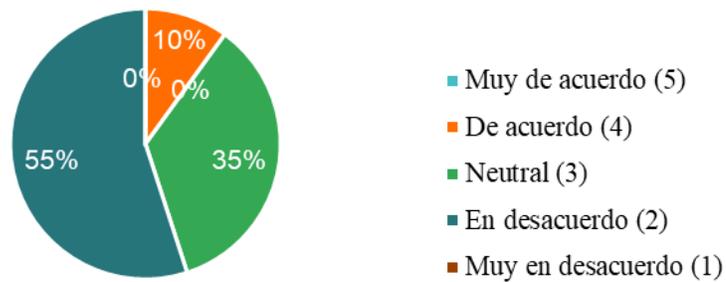
6. ¿Considera usted que las instalaciones del hotel están bien cuidadas y limpias?



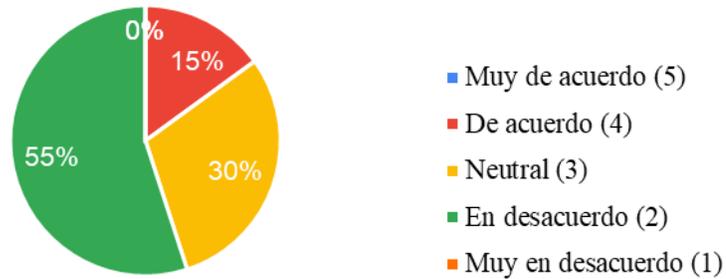
7. ¿Cree usted que las áreas comunes del hotel se mantienen organizadas?



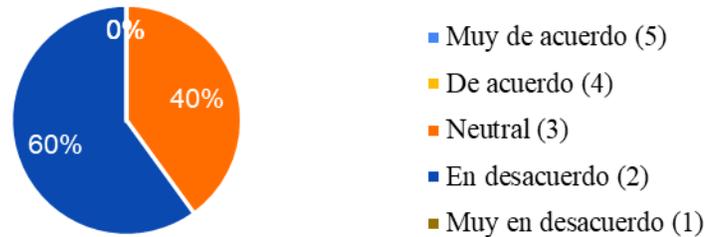
8. ¿Cree usted que las habitaciones del hotel son cómodas y acogedoras?



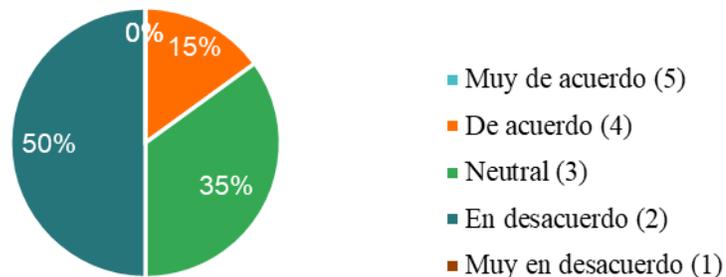
9. ¿El hotel ofrece instalaciones que satisfacen sus necesidades?



10. ¿De acuerdo a su criterio los equipamientos del hotel (ascensores, habitaciones y pasillos) están bien conservados?



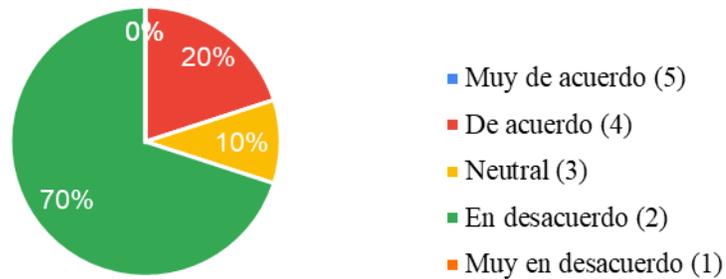
11. ¿Considera usted que las áreas exteriores del hotel son cuidadas y agradables?



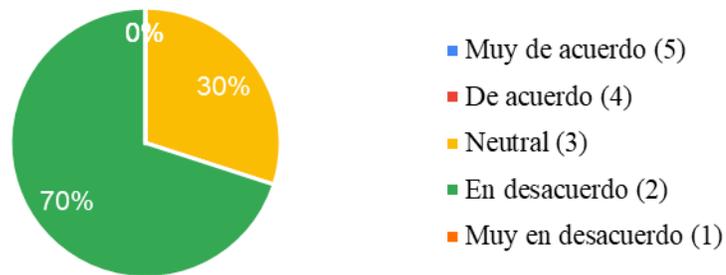
Elaboración propia, utilizando la herramienta de Google forms.

Ilustración 3. Resultado de encuesta realizada a los huéspedes en relación a la dimensión instalaciones.

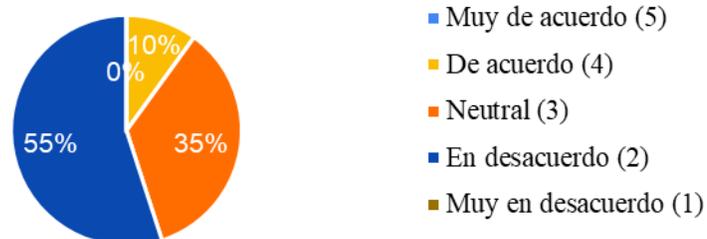
12. ¿Opina usted que el proceso de registro y salida del hotel es eficiente?



13. ¿Cree usted que los servicios se prestan de acuerdo a las condiciones solicitadas?



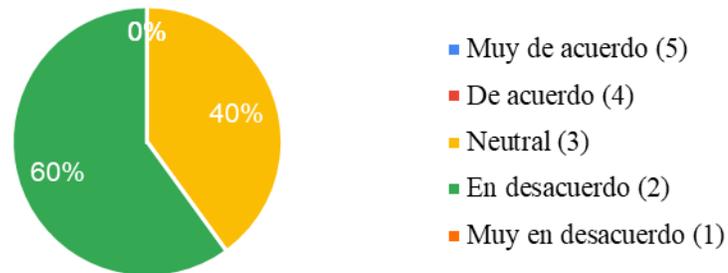
14. ¿Considera usted que se proporciona información clara y detallada sobre los servicios adicionales que se solicitan?



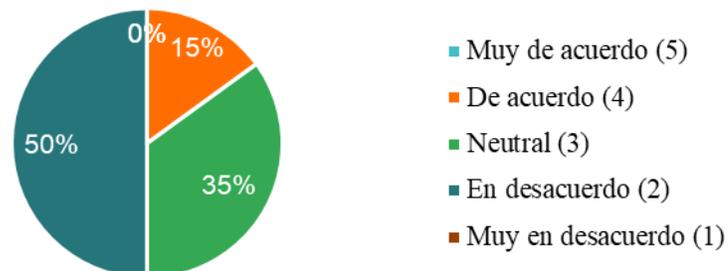
15. ¿De acuerdo a su criterio los problemas e inquietudes se resuelven de manera eficaz y eficiente?



16. ¿Considera usted que se respeta la intimidad de los huéspedes?



17. ¿Cree usted que el hotel busca mejorar constantemente la experiencia?





**Anexo B.**

Ilustración 4. Cuadro comparativo de las perspectivas de los propietarios, empleados y usuarios basados en la dimensión personal del modelo HOTELQUAL.

<b>Dimensión: Personal</b>	<b>Percepción Usuarios</b>		<b>Percepción Empleados</b>		<b>Percepción Propietarios</b>	
	<b>Promedio cuantitativo</b>	<b>Escala Valorativa</b>	<b>Promedio cuantitativo</b>	<b>Escala Valorativa</b>	<b>Promedio cuantitativo</b>	<b>Escala Valorativa</b>
1. ¿Cree usted que el personal del hotel es cordial y servicial?	3,75	De acuerdo	24,00	Muy de acuerdo	25,00	Muy de acuerdo
2. ¿Considera usted que los empleados del hotel demuestran ser profesionales y competentes?	4,20	De acuerdo	19,50	De acuerdo	20,50	De acuerdo
3. ¿El equipo del hotel atiende rápidamente sus necesidades?	3,20	Neutral	18,25	De acuerdo	18,50	De acuerdo
4. ¿Considera usted que el personal proporciona un servicio personalizado?	3,13	Neutral	23,00	Muy de acuerdo	14,00	Neutral
5. ¿Cree usted que los empleados del hotel responden efectivamente a sus consultas?	4,25	De acuerdo	22,50	Muy de acuerdo	23,00	Muy de acuerdo
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,71</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>4,29</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>4,04</b>	<b>De acuerdo</b>

Elaboración propia, utilizando la herramienta de Excel.

Ilustración 5. Cuadro comparativo de las perspectivas de los propietarios, empleados y usuarios basados en la dimensión organización del modelo HOTELQUAL.

Dimensión: Organización	Percepción Usuarios		Percepción Empleados		Percepción Propietarios	
	Resultado porcentual	Escala Valorativa	Promedio cuantitativo	Escala Valorativa	Promedio cuantitativo	Escala Valorativa
12. ¿Opina usted que el proceso de registro y salida del hotel es eficiente?	3,76	De acuerdo	4,25	De acuerdo	5,00	Muy de acuerdo
13. ¿Cree usted que los servicios se prestan de acuerdo a las condiciones solicitadas?	1,58	En desacuerdo	4,92	Muy de acuerdo	4,18	De acuerdo
14. ¿Considera usted que se proporciona información clara y detallada sobre los servicios adicionales que se solicitan?	1,73	En desacuerdo	4,80	Muy de acuerdo	3,98	De acuerdo
15. ¿De acuerdo a su criterio los problemas e inquietudes se resuelven de manera eficaz y eficiente?	2,13	En desacuerdo	4,15	De acuerdo	4,50	Muy de acuerdo
16. ¿Considera usted que se respeta la intimidad de los huéspedes?	3,20	Neutral	4,58	Muy de acuerdo	3,75	De acuerdo
17. ¿Cree usted que el hotel busca mejorar constantemente la experiencia?	1,80	En desacuerdo	4,93	Muy de acuerdo	3,92	De acuerdo
<b>PROMEDIO</b>	<b>2,37</b>	<b>Neutral</b>	<b>4,61</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>4,22</b>	<b>De acuerdo</b>

Elaboración propia, utilizando la herramienta de Excel.

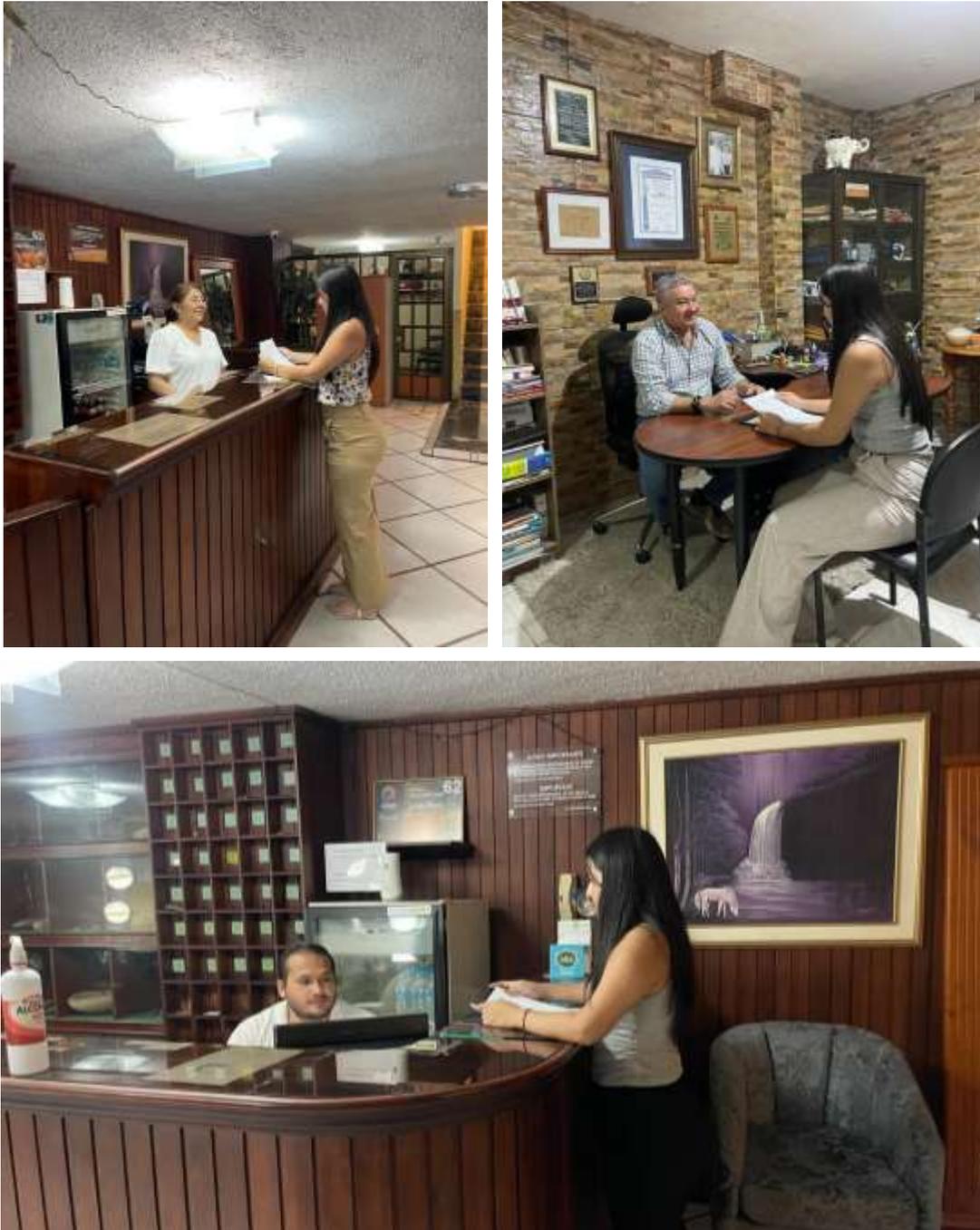
Ilustración 6. Cuadro comparativo de las perspectivas de los propietarios, empleados y usuarios basados en la dimensión instalaciones del modelo HOTELQUAL.

<b>Dimensión: Instalaciones</b>	<b>Percepción Usuarios</b>		<b>Percepción Empleados</b>		<b>Percepción Propietarios</b>	
	<b>Promedio cuantitativo</b>	<b>Escala Valorativa</b>	<b>Promedio cuantitativo</b>	<b>Escala Valorativa</b>	<b>Promedio cuantitativo</b>	<b>Escala Valorativa</b>
6. ¿Considera usted que las instalaciones del hotel están bien cuidadas y limpias?	2,75	Neutral	4,53	Muy de acuerdo	4,13	De acuerdo
7. ¿Cree usted que las áreas comunes del hotel se mantienen organizadas?	2,43	Neutral	4,15	De acuerdo	4,85	Muy de acuerdo
8. ¿Cree usted que las habitaciones del hotel son cómodas y acogedoras?	1,80	En desacuerdo	4,85	Muy de acuerdo	4,93	Muy de acuerdo
9. ¿El hotel ofrece instalaciones que satisfacen sus necesidades?	1,53	En desacuerdo	4,95	Muy de acuerdo	3,93	De acuerdo
10. ¿De acuerdo a su criterio los equipamientos del hotel (ascensores, habitaciones y pasillos) están bien conservados?	2,03	En desacuerdo	4,10	De acuerdo	4,98	Muy de acuerdo
11. ¿Considera usted que las áreas exteriores del hotel son cuidadas y agradables?	3,00	Neutral	4,50	Muy de acuerdo	4,58	Muy de acuerdo
<b>PROMEDIO</b>	<b>2,25</b>	<b>Neutral</b>	<b>4,51</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>4,57</b>	<b>Muy de acuerdo</b>

Elaboración propia, utilizando la herramienta de Excel.

Anexo C.

Ilustración 7. Fotografías durante la aplicación de las encuestas y entrevistas



Fotografías tomadas durante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.