



República del Ecuador

**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil – UTEG
Facultad de Estudios de Postgrado**

**Artículo Científico en opción al título de Magíster en:
Maestría en Gestión de Empresas Turísticas**

Tema de Artículo Científico:

**Evaluación de la Calidad del Servicio del Área de Front Desk de los
Establecimientos de Alojamiento Turístico: Caso Hoteles de la ciudad de
Machala, cantón Machala, Provincia de El Oro**

Autor:

Ing. Karla Paola Valarezo Loaiza

Diciembre 2018

Guayaquil - Ecuador

Evaluación de la Calidad del Servicio del Área de Front Desk de los Establecimientos de Alojamiento Turístico: Caso Hoteles de la Ciudad de Machala, Provincia de El Oro

Karla Paola Valarezo Loaiza¹

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

e-mail: kpaoa@hotmail.com

RESUMEN

En la ciudad de Machala, capital de la provincia de El Oro, el crecimiento urbano está aparejado al sector de alojamiento, junto con la exigencia de mejores estándares de servicios, sin embargo existe un estancamiento en el servicio, mismo que no es objeto de análisis y revisión permanente, afectando la competitividad de las empresas prestadoras. El objetivo general de esta investigación es cuantificar la calidad del servicio al cliente del área de front desk de hoteles de segmento medio de la ciudad de Machala. Para este propósito se formularon tres objetivos específicos; el primero, relacionado con los factores tangibles, el segundo con la normativa hotelera y el tercero con otros factores de percepción de calidad. La unidad de análisis fue definida como los huéspedes de los hoteles seleccionados hospedados en el mes de julio del 2018. La población total se la cuantificó en 3.024 huéspedes. La muestra se cuantificó en 296 huéspedes; fue de tipo probabilística y segmentada, calculada con un margen de error del 5,42% y significación del 95%. La metodología de evaluación fue Servperf de evaluación de satisfacción. Se utilizaron cinco variables y 22 indicadores. La técnica de recopilación de información de campo fue la encuesta, se utilizó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas. Las principales conclusiones fueron: La principal normativa existente en Ecuador que rige operativamente a los hoteles es el Reglamento General de Actividades Turísticas, emitido por la Presidencia de la República en el año 2011, mismo que establece el mínimo de prestaciones que deben ofrecer los establecimientos de hospedaje según su categoría medida por estrellas que va desde la menor (una estrella) hasta la más alta (cinco estrellas). La calificación general de evaluación de calidad fue del 68,47% que es el promedio de las cinco variables analizadas. Elementos tangibles obtuvo la mayor calificación y la menor fue la de seguridad; las de confiabilidad, responsabilidad y empatía obtuvieron calificaciones cercanas a la media.

Palabras claves: Calidad, satisfacción del cliente, servperf, Hoteles, front desk.

¹ Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Universidad Católica Santiago de Guayaquil. <kpaoa@hotmail.com

ABSTRAC

Summary in the city of Machala, capital of the province of El Oro, urban growth is coupled with the housing sector, together with the demand for better standards of services, however there is a stagnation in the service, which is not the object of Analysis and permanent review, affecting the competitiveness of the lending companies. The general objective of this research is to quantify the quality of customer service in the mid-segment hotels Front desk area of the city of Machala. Three specific objectives were formulated for this purpose; The first, related to the tangible factors, the second with the hotel regulations and the third with other factors of perception of quality. The analysis unit was defined as the guests of the selected hotels hosted in the month of July 2018. The total population is quantified in 3,024 guests. The sample is quantified in 296 guests; It was a probabilistic and segmented type, calculated with an error margin of 5.42% and significance of 95%. The evaluation methodology was Servperf of satisfaction assessment. Five variables and 22 indicators were used. The field information gathering technique was the survey, a structured questionnaire with closed questions was used. The main conclusions were: the main regulations in Ecuador that govern operations in the hotels is the General regulation of tourist activities, issued by the Presidency of the Republic in the year 2011, which establishes the minimum of Benefits to be offered by accommodation establishments according to their category by stars ranging from the lowest (one star) to the highest (five stars). The overall quality assessment score was 68.47%, which is the average of the five variables analyzed. Tangible elements obtained the highest qualification and the minor was the security; The reliability, responsibility and empathy obtained grades close to the average.

Keywords: quality, customer satisfaction, servperf, hotels, front desk

INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Turismo a través del PLANDETUR 2020 y posteriormente incluido modelo estratégico “Cinco Pilares” se propuso impulsar el desarrollo de los destinos, contribuir e incentivar a las empresas y prestadores del servicio turístico por ser los principales motores del sector. Uno de los subsectores es el servicio de alojamiento, que comprende varias modalidades y categorías quienes contribuyen significativamente en la construcción de la experiencia del huésped.

El primer contacto de todo establecimiento del servicio de alojamiento es el área de recepción o Front Desk, encargado de atender, cubrir y solucionar a través de su gestión y administración con los otros departamentos, las necesidades y quejas de sus clientes es el centro neurológico encargado de impulsar la satisfacción del cliente.

La ciudad de Machala es un importante enclave eje de la producción y exportación de banano en el sur del Ecuador; adicionalmente es un importante centro para otros rubros como es la acuicultura, pesca, servicios marítimos. Algunos rubros, capital de la provincia bananera del Ecuador, el crecimiento y comercio local y transfronterizo. Esto ha implicado que su sector de alojamiento tenga una importante dinámica aparejado del crecimiento urbano de la ciudad, que está siendo artífice de un modelo de urbanización para el eje sur del país. Esto implica las nuevas demandas de calidad del servicio que ofrece. Lo que aparentemente no se condice con la oferta del mismo por percibirse cierto estancamiento en algunas empresas que resta competitividad al sector en general. De esto se desprende la importancia de analizar la calidad del servicio en el eje de la organización hotelera como es el front desk.

Para incorporar elementos de discusión, se revisa a continuación algunos estudios de evaluación de calidad del servicio en un contexto cultural al de Machala, la primera investigación fue realizada por Leonardo Sánchez y Silvio Hernández (2017) su objetivo fue evaluar la calidad del servicio tomado como medido para llegar a la satisfacción de los consumidores de los hoteles cinco estrellas en la Zona Metropolitana de Guadalajara para crear un modelo de estrategias de satisfacción. La metodología aplicada se basó en el uso de la herramienta Servqual, se analizaron las cinco variables contempladas en el modelo original. Adicionalmente se incluyó la variable precio por considerarse de relevancia para la percepción de calidad. La muestra estuvo constituida por 105 huéspedes de dos hoteles seleccionados.

Los principales resultados y conclusiones obtenidos fueron los siguientes: los huéspedes perciben el servicio de los hoteles evaluados con niveles de calidad positivos. Las expectativas de los usuarios en las cinco dimensiones analizadas fueron altas que comparadas con la percepción obtenida genera un estado de satisfacción relevante para el consumidor. En particular los aspectos calificados con menor puntaje fue la fachada de los hoteles, la funcionalidad de los materiales, precio. En general, la percepción es que la

variable de elementos tangibles fue la peor puntuada por considerarse que está anticuada y la funcionalidad de los materiales desgastados. (Sánchez & Hernández)

Otro artículo de interés es el escrito por Angie Ramírez (2017) cuyo título es Servqual o Servperf: ¿Otra alternativa?, mismo que busca contextualizar los servicios, para ello los define en intangibles, compuestos por acciones, satisfacciones, prestaciones y experiencias. También se menciona la complejidad que involucra la medición de su calidad por la dificultad de identificar sus atributos objetivos. Servqual se aplica mediante dos encuestas de 22 preguntas cada una; el primer grupo de expectativas y el segundo para percepciones. Servperf es una derivación de la anteriormente referida y restringe la investigación a las percepciones, excluyendo las expectativas; lo que resume la extensión del cuestionario. Este ajuste metodológico se sostiene en que la percepción se asemeja a la satisfacción del cliente.

Una tercera investigación es la realizada por Mahé González, Roberto Frías, y Olga Gómez quienes realizaron el análisis de la calidad percibida por el cliente del hotel Del Polo de la ciudad de Varadero (Cuba). Se utilizó la metodología de evaluación Servperf, procedimiento Valper y matriz de decisión W-X. La recopilación de la información provino de una muestra representativa de 77 clientes de tres nacionalidades de Europa y América, además de cubanos.

Como resultados se obtuvieron niveles óptimos por encima del valor neutro de la escala de medición aplicada en cada una de las entidades estudiadas para las variables de satisfacción y de lealtad del cliente externo. La variable de menor calificación fue la de elementos tangibles; como resultado de la poca renovación del equipo para el servicio, déficit de instalaciones e infraestructura, consecuencia de ser un hotel con varios años de explotación y no sometido a procesos de mantenimiento. (González, Frías, & Gómez, 2016)

Los resultados de las evaluaciones antes citadas tienen como elementos en común que la variable de menor puntuación es elementos tangibles, y está en relación inversa a la antigüedad del establecimiento, mientras más antiguo, la percepción de calidad es inferior. Esto refleja que las entidades de hotelería no están realizando las reservas para un mantenimiento y renovación de la infraestructura, instalaciones y equipo.

Los síntomas del problema son las quejas en la mala atención por parte de los turistas al registrarse en los hoteles, de acuerdo a Pamela Nicole Fray Ramos (2014) en su estudio sobre análisis de los procesos del alojamiento Howard Johnson Quito, y su influencia en la calidad de los servicios de hospedaje, en que se determinó que entre las quejas atribuidas al área de recepción, figuran falta de agilidad en el registro de los turistas en la mayoría de los hoteles. En el mismo sentido aparecen los resultados de Katherine Criollo (2017) en su estudio para la Elaboración de Estrategias para el Mejoramiento del Hotel Regal de la Ciudad de Machala, cuyo FODA del establecimiento presenta entre sus

debilidades la poca disposición por parte del personal de front desk para atender las necesidades de los clientes.

Con respecto a los dos resultados presentados, la hospitalidad es un concepto amplio y no solamente limitado al subsector de turismo, es igualmente aplicable a un hospital, una tienda de ropa, o cualquier negocio que sabe recibir a sus clientes y les ofrece espacios y utilería confortable en cuanto a la ventilación, iluminación. Esto implica que donde está la hospitalidad no siempre está el turismo pero donde está el turismo debe haber hospitalidad y este constituye el principal esfuerzo de toda la comunidad para una placentera estancia del turista.

Los elementos conceptuales fundamentales de la investigación son sobre hospitalidad, término que significa espíritu, práctica, o acto de ser hospitalario, el estar dispuesto a actuar de manera cordial y generosidad al recibir a los visitantes. “Es un acto humano ejercido en el contexto doméstico, público y profesional de recibir, hospedar, alimentar y entretener, temporalmente a personas que se han desplazado de su hábitat natural”. (Panosso & Lohmann, 2012, p. 40-41). La hospitalidad representa un fenómeno social que comprende alimentos, bebidas, medios de hospedaje y sobretodo cordialidad en el proceso que se proporciona a un huésped, es un acto humano relacionado con la supervivencia humana, por tal motivo es un factor fundamental para el buen desarrollo del turismo.

Otro concepto clave en la investigación es la organización hotelera definido como un conjunto de actividades orientadas al logro de un objetivo o fin determinado (Navarro, 2009). En la hotelería esta organización dependerá de muchos factores, tales como la escala de operaciones (cantidad y tipo de habitaciones), el segmento de clientes (perfiles económicos, psicológicos y sociales), las prestaciones que ofrezca al cliente, los servicios conexos a la hotelería que se presten. La organización estará resumida en el organigrama de la empresa. En función de los factores antes enumerados es posible establecer la estructura organizativa de la empresa hotelera, los principios en el diseño del organigrama serán los siguientes: comunicación para coordinar el capital humano, integración para identificar requisitos de los puestos de trabajo y los procesos relacionados con el reclutamiento, selección, contratación, desarrollo de carrera y separación del talento humano. Adaptación al entorno, separación de funciones y fijación de un objetivo común (Farré, 2017).

El punto central del hotel es la recepción o front desk, equivalente al cerebro del anfitrión y una especie de ventanilla única de canalización de servicios y comunicación entre el huésped y el establecimiento. Su operatividad está anticipada al arribo del cliente, lo recibe, asigna habitación, es centro de comunicaciones hotel-huésped, liquida su cuenta y despide (Villanueva, 2012). Para el logro de esta función, la recepción coordina estrechamente con todas las áreas del hotel y servicios conexos externos como pueden ser transporte y otros (Navarro, 2011).

Ubicación espacial y aspectos físicos de la recepción, aunque el aspecto físico de la recepción es variado en función del tipo, tamaño y otras características particulares del establecimiento hotelero, la recepción está por lo general ubicada en la entrada principal, y debe generar una imagen de profesionalismo, calidez y funcionalidad, donde el orden, cuidado, higiene se evidencie en este punto de contacto y que constituirá un recuerdo perdurable para el cliente. La recepción que está vinculada con la entrada principal debe tener una adecuada señalización, facilidad de acceso para personas con capacidades de movilidad limitadas, información impresa suficiente, personal con uniforme que no genere dudas sobre su rol en la operatividad del establecimiento y facilidades para el transporte de bultos y equipaje (Farré, 2017)

El front desk realiza y coordina y es la cara del hotel ante el turistas de un gran número de funciones que para que se dimensione adecuadamente se las presenta a continuación (tabla 1):

Tabla 1. Funciones que se realizan en la recepción

Funciones	Descripción
Pre-registro de clientes individuales y grupos	Todos los huéspedes deberán tener una tarjeta con sus datos básicos, de tal forma que cuando se realice el arribo, el proceso de check-in sea lo más corto posible.
Asignar habitaciones reservadas	El departamento de reservaciones remite listado de habitaciones solicitadas, la recepción se encargará de asignar habitaciones a cada una de estas, en función del calendario de ocupación.
Elaborar lista de grupos y asignarlas a otros departamentos implicados	Los grupos contratan un determinado paquete de prestaciones durante su estadía, para una adecuada coordinación el área de recepción remite a cada uno de los departamentos la prestación requerida, características, número de estas, frecuencia y calendario. Una adecuada coordinación permitirá una atención oportuna.
Recibir al huésped y registrarlo en el hotel (check-in)	Este proceso se realiza cuando el huésped arriba al hotel, esta actividad deberá ser realizada con la mayor premura posible, sabiendo que siempre el cliente viene de un largo viaje o recorrido y valora el descanso. Para esta actividad lo importante es que se tenga ya el pre-registro, la asignación de habitación y en caso de grupos su arribo haya sido avisado con anticipación.
Cumplimentar documentación	La recepción debe rellenar dos formularios que tienen carácter obligatorio, estos son: i) la tarjeta de registro que deberá ser firmado por el huésped y que tiene el carácter de contrato entre el establecimiento y el huésped; ii) El otro es el parte de entrada de viajeros, necesario para el control de turistas de cada localidad.
Informar a otros departamentos sobre la llegada del huésped	En esta actividad se informa a otros departamentos involucrados sobre la llegada del viajero. Los directamente involucrados son: piso quien confirma si la habitación está lista para ser ocupada y el botones, encargado de conducir al huésped y ayudarlo con las maletas y otros bultos.
Controlar llaves de habitaciones	Una vez que el cliente ha sido registrado se le proporcionará llaves de la habitación, actualmente estas son tarjetas magnéticas con claves transitorias que duran mientras estén registrados en el establecimiento.
Recibir y entregar mensajes a huéspedes	La recepción del hotel también realiza la función de recepción del huésped, esto es que recibe y entrega información y comunicaciones desde y hacia el huésped por parte de terceros.
Autorizar cambio de habitaciones	En ocasiones, por petición del huésped o decisión del establecimiento es necesario cambiar de habitación, también es una función de recepción.
Atender problemas de clientes	Los huéspedes informarán a recepción sobre cualquier inconveniente relacionado con los servicios del hotel que se presente. La recepción se encargará de derivar estos reclamos a los departamentos pertinentes.
Coordinar arreglo de desperfectos en	La recepción se encarga de coordinar con otros departamentos eventuales desperfectos

habitaciones	que se presenten en la habitación y que afecten al bienestar del huésped.
Atender salida del huésped (check-out)	Esta actividad se realiza una vez que se cierra la factura y el importe por prestación de los servicios que ha proporcionado el hotel ha sido satisfactoriamente cancelado. Se deberá despedir al huésped y registrar su salida. De este evento se desencadenan actividades para de limpieza y preparación de la habitación.

Adaptado de: Villanueva, 2012, Organización y prestación del servicio de recepción en alojamientos.

Dependiendo el tamaño del establecimiento, el principal funcionario del Front desk es el/la recepcionista quien desempeña un puesto polivalente y que tiene un perfil de anfitrión, con un adecuado manejo de relaciones humanas, trato al público, inclinación al servicio, empatía y negociación. Es el nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento (Normas INEN Ecuatoriana NTE INEN 2 446:2007). Para el huésped, el recepcionista será la figura más cercana mientras dure su estadía, por ello representa la imagen de la empresa; su perfil profesional está más allá de las competencias básicas que debe poseer y que se reseñaron en el párrafo precedente. Según el tamaño y categoría del establecimiento requerirá etiqueta social, idiomas adicionales a su lengua materna y principalmente habladas por los huéspedes, capacidad de interrelacionarse y manejo de crisis.

El modelo de evaluación que se aplicará tiene su base en Servqual; misma que busca identificar el estado de la calidad en base a cinco dimensiones; con esto se persigue encontrar los errores y discrepancias de los procesos. El precursor de este modelo fue Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988) con la denominación de Servqual (Service and Qualite) busca investigar la satisfacción del cliente, ha sido ampliamente utilizado y validado y tiene alta fiabilidad principalmente en servicios tales como hospedaje, educación superior, transporte y salud. Se analiza cinco dimensiones de la calidad que son: i) tangibilidad, ii) confiabilidad; iii) respuesta del personal; iv) seguridad; v) calidez o empatía. La metodología de aplicación del modelo se basa en una medición entre la expectativa del cliente y la medida de calidad obtenida reflejada en la percepción. Esto implica una doble complejidad en la toma de información que para otros autores, no es necesario, como se propuso en el modelo presentado a continuación.

En esta evaluación se aplicó el modelo Servperf, mismo que es una extensión mejorada del Servqual, fue propuesta por Cronin y Taylor (1992), estos tomaron una escala de mayor precisión que la anterior, se basa en el desempeño sin considerar la expectativa del cliente. En la concepción de los autores, el modelo Servqual es inadecuado porque consideran la expectativa del cliente y posteriormente la satisfacción obtenida (García & Diaz). La conclusión del estudio es que no existen diferencias significativas entre estos métodos; por tanto todos tienen validez y fiabilidad en cuanto a sus resultados.

MÉTODO

El estudio aplicó un diseño no experimental, mismo que se define como aquel donde no existe manipulación de variables en función de fines predefinidos. El tipo es transeccional descriptivo. El alcance se limitó a las variables de calidad relacionadas con el front desk de los hoteles definidos por rango de precio. El enfoque aplicado fue cuantitativo, para ello se utilizaron variables e indicadores que se expresaron en magnitudes numéricas. La herramienta metodológica a usar fue el Modelo Servperf, las preguntas fueron modificadas y adaptadas al área de recepción. La variable independiente fue elementos tangibles, confiabilidad, empatía, seguridad y responsabilidad. La variable dependiente fue calidad del servicio.

Tabla 2. Población estratificada

Categoría	Habitaciones	Plazas	Plazas 15 días	Plazas ocupadas (50%)	Porcentaje
Regal	48	82	1.230	615	20,34%
Montecarlo	35	60	900	450	14,83%
Britney	51	87	1.305	653	21,61%
Ecuatoriano	35	60	900	450	14,83%
Americano	42	71	1.065	533	17,80%
Manhattan	25	43	645	323	10,59%
Total	236	403	6.045	3.024	100,00%

Fuente: Ministerio de Turismo, 2017, Catastro Nacional, fecha de corte 15/agosto/2017.

La unidad de análisis es huésped de los hoteles definidos para el estudio en la ciudad de Machala que utilizaron las instalaciones entre el 10 al 25 de julio del 2018. La población se la definió como el total de los huéspedes que se alojaron en los hoteles con un rango de precios por plaza entre US\$ 40-60 ubicados en Machala y Puerto Bolívar durante el periodo referido. No fue posible una segmentación por categoría de estrellas porque se evidenció poca homogeneidad en las características de servicios y presentación de los establecimientos que tienen esta categoría según el catastro del Ministerio de Turismo. El dimensionamiento del universo se lo detalla en la tabla 2.

La muestra de tipo probabilística y segmentado, se la calculó con un 5,42% de error y 95% de margen de confianza, se la segmentó en función de la participación de cada hotel en el total de la población, el resultado fue de 296 individuos quienes contestaron la encuesta a la salida del hospedaje. Una vez obtenida el número de huéspedes que conformaron la muestra se los segmentó en función de la capacidad de cada uno de los hoteles seleccionados.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)} = \frac{1,96^2 * 3024 * 0,50 * 0,50}{0,0542^2 * (3024 - 1) + (1,96^2 * 0,50 * 0,50)} = \frac{2904,2496}{9,84088572} = 295,12 = 296$$

Donde:

N: Población = 3024

e: Margen de error = 5,42% = 0,0542

n: Muestra

p: Probabilidad de éxito = 0,50

α : Nivel de confianza (z) = 1,96

q: Probabilidad de fracaso (1-p)

RESULTADOS

Tabla 3. Detalle de muestra representativa estratificada

Categoría	Huéspedes	Porcentaje
Adriands	60	20,27%
Montecarlo	44	14,86%
Britney	64	21,62%
Solar del Puerto	44	14,86%
Americano	53	17,91%
Casa Corona	31	10,47%
Total	296	100,00%

Elaborado por: Autora

La muestra se distribuyó según lo indica la tabla 4, los valores absolutos fueron redondeados asignados en función de la capacidad de cada uno de los establecimientos y redondeados para usarlos como valor absoluto.

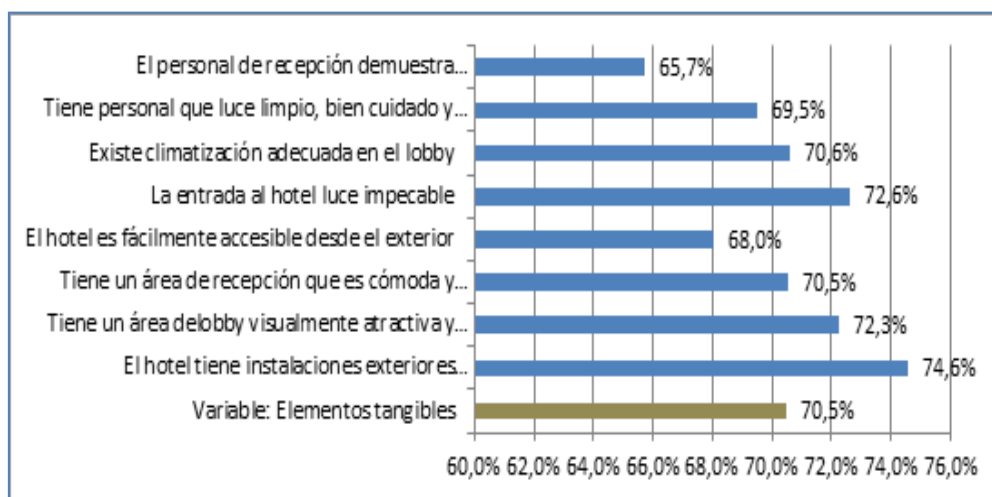


Figura 1. Variable: Elementos tangibles

Fuente: Encuesta, Julio/2018

Según lo presenta la figura 1, la primera variable tuvo una valoración promedio de un 70,50%, el indicador con mayor puntuación fue sobre las instalaciones exteriores visualmente atractivas y sobre lo impecable que luce la entrada del hotel. Los de menor

puntuación fueron sobre el nivel de profesionalismo que demuestra el personal de recepción del hotel (65,7%) y sobre la facilidad del acceso al hotel desde el exterior (68%).

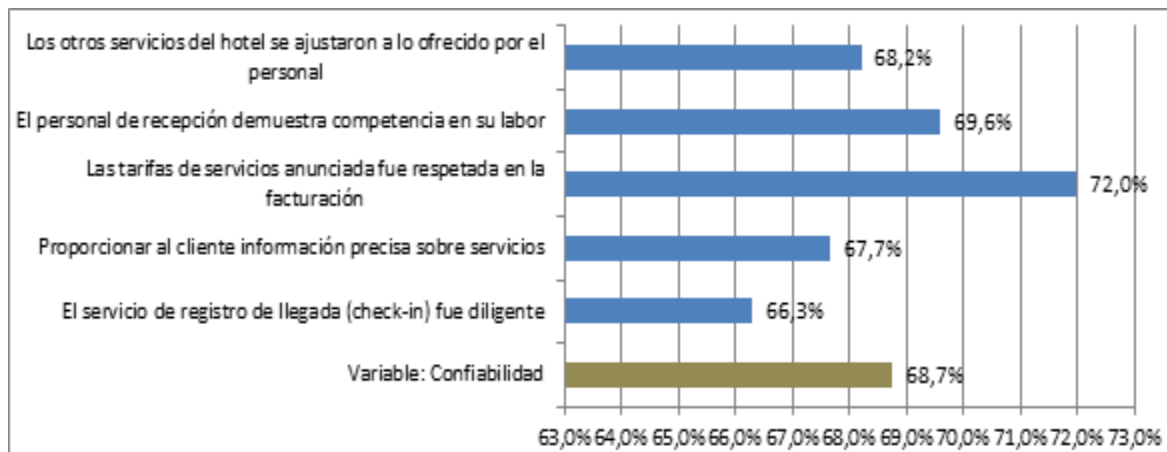


Figura 2. Variable: Confiabilidad

Fuente: Encuesta, Julio/2018

La variable confiabilidad (Figura 2) tuvo una puntuación del 69,4%, el indicador de menor puntuación fueron el de diligencia en el registro de llegada con un 66,3% seguido del el proporcionar al cliente información precisa sobre servicios (67,7%). La mayor puntuación se asignó al respeto de aplicación de la tarifa anunciada en el servicio al momento de la facturación (72%).

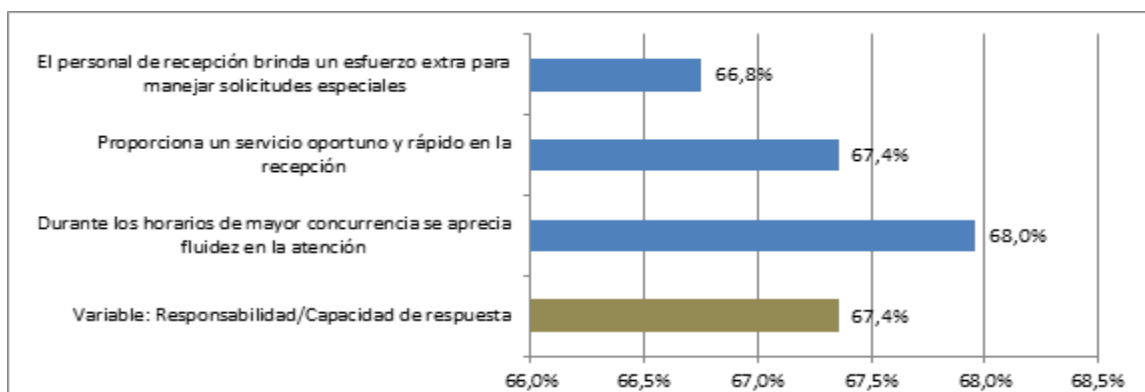


Figura 3. Responsabilidad/capacidad de respuesta

Fuente: Encuesta, Julio/2018

La variable responsabilidad/capacidad de respuesta (figura 3) tuvo una valoración del 67,40%; el indicador de menor puntuación fue de un 66,8% al esfuerzo extra que asigna el personal del hotel para manejar solicitudes especiales de los huéspedes. El de mayor puntuación (68%) fue la fluidez de atención que da el personal durante el horario de mayor concurrencia.

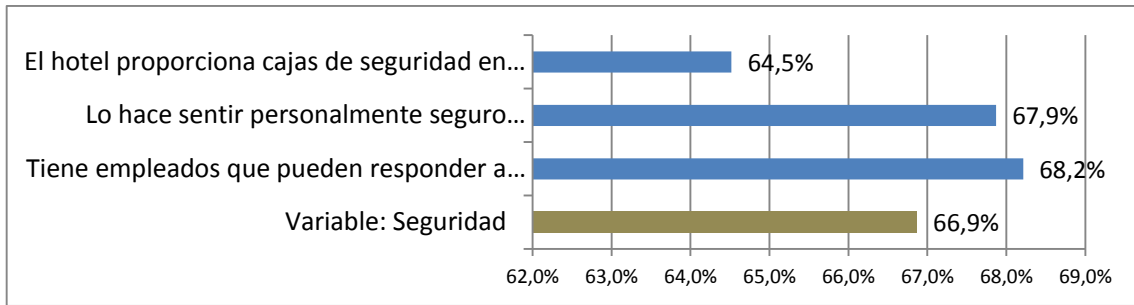


Figura 4. Variable: Seguridad

Fuente: Encuesta, Julio/2018

La variable de seguridad (figura 4) fue valorada en un 66,9%, el indicador de menor puntuación (64,5%) fue para la asignación de cajas de seguridad por parte de los hoteles. El más puntuado (68,2%) fue la capacidad de los empleados para responder a preguntas de forma completa.

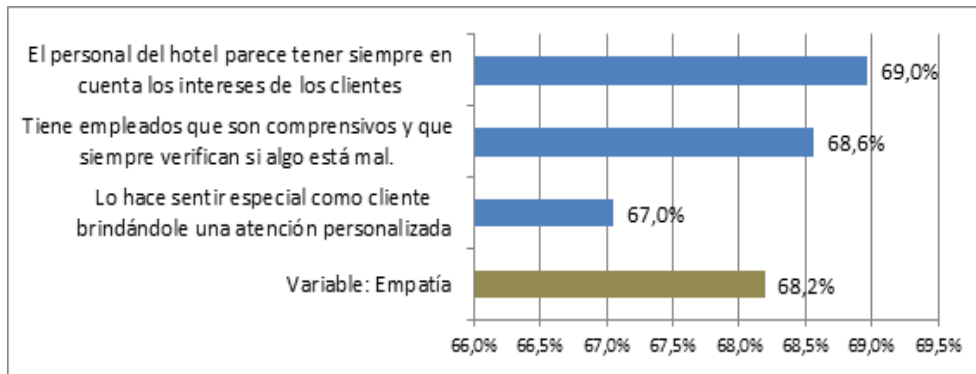


Figura 5. Variable. Empatía

Fuente: Encuesta, Julio/2018

La variable empatía (figura 5) tuvo una puntuación promedio del 68,2%; el indicador de menor calificación (67%) fue sobre la atención personalizada que brinda el personal al huésped. El de mayor puntuación fue que el personal tiene en cuenta las necesidades especiales de los clientes.

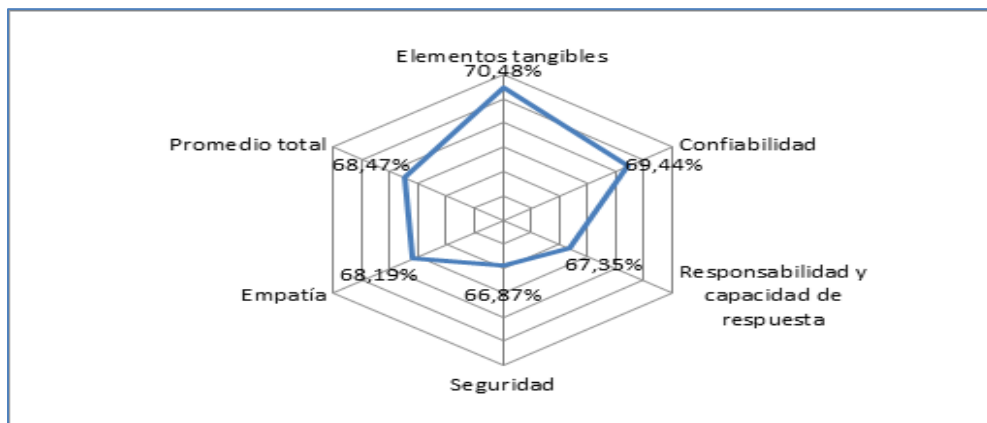


Figura 6. Resumen general de satisfacción por variable

La figura 6 presenta la síntesis de cuantificación promedio por variable, la percepción de calidad del servicio de front desk tuvo una valoración general del 68,47%. Las variables con mayor calificación fueron elementos tangibles con un 70,48%, seguida por confiabilidad con un 69,44%. La de menor calificación fue seguridad.

DISCUSIÓN

La discusión de resultados es necesario realizarla en función de un marco estricto y convencional como lo presenta la tabla 4, con un máximo de 100 puntos, aunque es necesario considerar que una evaluación requiere analizarse en un contexto de la realidad local como lo refiere la tabla 5. En esta escala el resultado general del 68,47% se ubica en la escala de calificación de muy bueno.

Tabla 3. Escala de puntajes

Interpretación	Puntaje en Porcentaje
Excelente	81% a 100%
Muy bueno	61% a 80%
Bueno	41% a 60%
Regular	21% a 40%
Deficiente	0% a 20%

Fuente: Autor propio.

Cuando se refiere a la calidad del servicio y en general la calificación de cualquier variable siempre es necesario reconocer el estado de la situación en la plaza de análisis; de esta manera se tiene una comparación cercana. Como referencia se cita una escala de calificación de hoteles en Machala ubicada en un metabuscador donde existe una valoración publica del servicio con una estructura de variables e indicadores más restringida pero que coincide en las básicas (Tabla 5). Al comparar los resultados con esta escala real de calificación en Machala, se ubica en el umbral mínimo de la puntuación, y bastante distante de la media que es de 8,05 puntos sobre 10.

Tabla 4. Valoración de hospedaje en metabuscadores

Hoteles	Valoraciones
Paris Swiss	8,8
Adriands	8,3
Oro Verde	8,4
Oro Hotel	7,1
Grand Hotel A	8,2

Solar del Puerto	8,1
Casa Corona	8,6
Montecarlo	6,9
Media	8,05
Desviación Estándar	0,68660656

Fuente: www.booking.com/Machala

El promedio de atención de Machala es de 8,05 de una escala de 10. La desviación estándar es de 0,6866 con una dispersión del 14%. Por lo tanto al momento de la interpretación de los datos se deberá considerar la escala de puntajes y además la valoración actual del mercado es decir del 8,05 o equivalente al 80,05%, por cuanto se estima no deberá sobrepasar mencionado porcentaje.

Tabla 6. Escala de puntaje aplicada

Interpretación	Puntaje en Porcentaje	Promedio de atención de calidad
Excelente	81% a 100%	80,05%
Bueno	61% a 80%	
Aceptable	41% a 60%	
Regular	21% a 40%	
Deficiente	0% a 20%	

Fuente: Autor propio.

Para la clasificación de aspectos favorables y desfavorables se consideró como elemento divisor la puntuación promedio, en que son favorables aquellos indicadores que están por encima del promedio y los no favorables los que no se acercaron al promedio, esto se describe en la tabla 43.

Tabla 7. Aspectos favorables y desfavorables

VARIABLES	Aspectos Favorables	Aspectos desfavorables
V1 Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • La entrada a los hoteles luce impecable; • Los hoteles tienen instalaciones exteriores visualmente atractivas; • Área de lobby visualmente atractiva y cómoda; • Área de recepción cómoda; 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionalismo del personal de recepción; • Imagen del personal; • Accesibilidad de los hoteles;
V2 Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Las tarifas facturadas son las anunciadas; • Competencias del personal de recepción; 	<ul style="list-style-type: none"> • Otros servicios del hotel se ajustaron menos a lo ofrecido; • Información al cliente; • Diligencia del servicio de check-in.
V3 Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Fluidez en la atención durante horario de mayor concurrencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Esfuerzo adicional del personal para manejar solicitudes especiales del

y capacidad de respuesta		cliente; <ul style="list-style-type: none"> • Servicio oportuno y rápido de recepción.
V4 Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad por limpieza de instalaciones; • Empleados que pueden responder a preguntas de forma completa; 	Cajas de seguridad en recepción para uso de huéspedes.
V5 Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • El hotel parece tener siempre en cuenta los intereses del cliente; • Los empleados son comprensivos con los huéspedes 	Hacer sentir especial como cliente brindándole una atención personalizada

Las principales conclusiones y recomendaciones que se derivan del estudio son las siguientes:

La normativa existente en Ecuador que rige operativamente a los hoteles es el Reglamento General de Actividades Turísticas, emitido por la Presidencia de la República en el año 2011, mismo que establece el mínimo de prestaciones que deben prestar los establecimientos de hospedaje según su categoría medida por estrellas que va desde la menor (una estrella) hasta la más alta (cinco estrellas). Es importante mencionar que en el Catastro de Establecimientos hoteleros no está plenamente aplicado el criterio de categorización mencionado, por cuanto unos hoteles está clasificado por estrellas y otros por categoría tales como de primera, segunda y tercera que no consta en la normativa actual. De lo observado y de la contestación de los huéspedes, se concluye que los empresarios hoteleros realizan una inversión en la edificación y en los elementos tangibles en particular, pero en menor medida se preocupan por acatar la normativa en los otros elementos de la calidad vinculada con las competencias del personal en contacto con el cliente que son altamente responsables de la percepción.

Aunque la calidad del servicio puede ser altamente subjetiva y depende de muchos factores, entre ellos la expectativa del cliente; la metodología aplicada que ha sido validada ampliamente en estudios similares en varios países indica que si se explora de manera segmentada en las cinco variables propuestas para este estudio, donde muchas de ellas podrían ser similares pero tienen un enfoque diferente se puede tener como resultados las áreas en que se tiene mejor percepción, y en cuales es menor, para con esto impulsar mejoras permanentes del servicio.

Con los resultados presentados será una tarea de los operadores el iniciar un proceso de fortalecimiento de sus procesos para incrementar la calificación general del servicio que por lo menos debería ascender a un 90% en promedio. Para esto será necesario el realizar inversiones tanto en aspectos tangibles como los intangibles, para ello se deberá revisar cada una de las variables e indicadores y tener en cuenta que los procesos de mejoramiento deben ser integrales y no solamente limitarse a la edificación o la presentación física. Los elementos de prestación de servicios son altamente sensible al

capital humano que está en contacto con el cliente, sobre los cuales deberá reestructurarse el sistema de gestión del talento humano a la par de los procesos.

La infraestructura y la presentación del edificio e instalaciones deberá ser mejorada a la par que el capital humano. Es particularmente notable necesario realizar una reestructuración del sistema de administración del talento humano, que es parte de los indicadores de la variable elementos tangibles donde menor calidad se percibió. Esto implica que las empresas trabajen en una actualización del perfil de los puestos del front desk y una evaluación del personal que lo ocupa para determinar si las brechas de calificación laboral existentes pueden ser solucionadas con capacitación o verdaderamente amerita un cambio del recurso humano..

En la parte normativa, corresponde al Ministerio de Turismo el seguir definiendo y controlando que los establecimientos cumplan con los contenidos mínimos de prestaciones para la asignación de estrellas. Esto debe realizarse de manera periódica y no solamente al momento de calificación inicial del establecimiento. De tal forma que exista una práctica de lo que se indica en la normativa. Otro aspecto necesario es que el Catastro de Establecimientos de Turismo se ajusten a la clasificación existente en términos de estrellas y que los que tienen la clasificación anterior por categoría sean revisados para actualizar su clasificación oficial.

Las empresas hoteleras deberán definir el perfil del servicio que el cliente demanda y a partir de esto definir lo que se requiere para acercarse a esta expectativa. Este esfuerzo demandará un trabajo integral que deberá ser fortalecido mediante una descripción de los procesos necesarios y la capacitación al recurso humano para la respectiva ejecución y deberá complementarse con un diseño de instrumentos adecuados (información, registros y control).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaide, J. (2015). *Los 100 errores de la experiencia de cliente*. Madrid, España: ESIC.
- Alles, M. (2012). *Diccionario de términos de recursos humanos*. Buenos Aires: Granica.
- BCE. (2016). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 5 de Mayo de 2017, de Cuentas regionales: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/763>
- BCE. (2016). *Cuentas Nacionales Provinciales 2015*. Banco Central del Ecuador. Quito: BCE.
- BCE. (2018). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Sistema de Información Macroeconómica: <http://sintesis.bce.ec:8080/BOE/BI/logon/start.do?ivsLogonToken=bceqsappbo01:6400@2207605JakMO7u4Irg8mF6OpMtVqg82207603JK4xbhKh8P0VKTZLL1550zz>

- Congreso Nacional. (29 de Diciembre de 2014). Ley de Turismo. Quito, Pichincha, Ecuador: Congreso Nacional.
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad*. Málaga, España: ICB.
- Criollo, K. (2017). *Elaboración de estrategias para el mejoramiento del hotel Regal de la ciudad de Machala*. Universidad Técnica de Machala, Unidad Académica de Ciencias Empresariales. Machala: UTMACH.
- Ecured. (2016). *Ecured*. Recuperado el 6 de Mayo de 2017, de <https://www.ecured.cu>
- Farré, R. (2017). *Gestión de reservas y procedimientos de recepción*. Madrid, Comunidad de Madrid, España: Síntesis.
- Flores, L. (2017). *Recepcion y Atención al cliente en alojamientos propios de montaña*. Madrid, España: Elearning.
- Fray, P. (2015). *Análisis de los procesos de alojamiento del hotel Howard Johnson Quito y su influencia en la calidad de los servicios de hospedaje, año 2014*. Trabajo de grado para opta al título de Ingeniera de administración y dirección de empresas hoteleras, Universidad Internacional SEK, Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Quito.
- GAD Machala. (2018). *Plan de Desarrollo y Organización Territorial*. Machala: Gad Machala.
- García, J., & Diaz, R. (s.f.). Comparativa entre distintos sistemas de medición de calidad de servicio. *Esicmarket*(130), 57-97.
- Garrido, E. (2015). *Organización y prestación del servicio de recepción en alojamientos* (Quinta ed.). Madrid, España: Elearning.
- Gobierno de Navarra. (2012). *Ciudades Intermedias*. Gobierno de Navarra. Navarra: Gobierno de Navarra.
- González, M. (2016). *Educación Adultos: Ámbito Social II*. Madrid, España: Editex.
- González, M., Frías, R., & Gómez, O. (Diciembre de 2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniería Industrial*, XXXVII(3), 253-265.
- Guerrero, P., & Ramos, R. (2014). *Introducción al turismo*. México D.F., México: Grupo Editorial Patria.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F., México: McGraw_Hill.
- Höchsmann, F. (2014). *Servicio de Calidad desde el punto de vista del huésped y del comensal*. Bogotá, Colombia: BoD.
- Hosteltur. (2016). *Hosteltur*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de https://www.hosteltur.lat/122440_dubai-alcanza-142-millones-turistas-2015-7-america.html

- INEC. (2015). *Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2017, de www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/1_POBL_PROV_CANT_PARR_AREA.xls
- INEN. (2014). *Hoteles y apartamentos turísticos. Requisitos para la prestación del servicio*. Instituto Ecuatoriano de Normalización. Quito: INEN.
- ISO. (2008). *Norma Internacional ISO 9001-2008*. International Organization for Standardization. Ginebra: ISO.
- Ministerio de turismo. (24 de Marzo de 2015). Reglamento de alojamiento turístico. 17. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (2017). *Catastro de establecimientos de servicios turísticos*. Obtenido de www.turismo.gob.ec
- Ministerio de Turismo. (28 de Junio de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/18-analisis-economico/cuenta-satelite-de-turismo/97>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico*. Quito: Minturismo.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Catastro Nacional Consolidado*. Archivo excel, Ministerio de Turismo del Ecuador, Oficinas de Gestión y Promoción Turística - El Oro, Machala.
- Navarro, A. (2009). *Recepción hotelera y atención al cliente*. Madrid, España: Cengage.
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. México, D. F., México: Trillas.
- Parkin, M., & POwell, M. &. (2013). *Introducción a la Economía* (Sexta edición ed.). México: Pearson.
- Pérez, M. (2016). *Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos*. Madrid, España: IC.
- Presidencia de la República. (16 de Septiembre de 2011). Reglamento General de Actividades Turísticas. Quito, Pichincha, Ecuador: Presidencia de la República.
- Ramírez, A. (Septiembre de 2017). Servqual o Servperf. ¿Otra alternativa? *Sinapsis*, 9(1), 59-63.
- Ramírez, A. (Septiembre de 2017). SErvqual o Servperf. ¿Otra alternativa? *Sinapsis*, 9(1), 59-63.
- Sánchez, L., & Hernández, S. (s.f.). Estudio de las satisfacción del usuario de hoteles cinco estrellas de la zona metropolitana de Guadalajara: Una aplicación del instrumento Servqual. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad* (págs. 210-228). Guadalajara: RIIC.

- Sánchez, N. (2016). *Organización y Prestación del servicio de recepción en alojamientos*. Madrid, España: Paraninfo.
- Sarmiento, J. (2015). *Marketing de relaciones*. Madrid, España: Dykinson.
- SIISE. (2017). *Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2017, de www.siise.gob.ec
- UNWTO. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. Ginebra: UNWTO.
- Villanueva, R. (2012). *Organización y prestación del servicio de recepción en alojamientos*. Málaga, Andalucía, España.
- Villaseca, D. (2014). *Innovación y marketing de servicios en la era digital*. (ESIC, Ed.) Madrid, España.
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (Abril de 1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35-48.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & berry, L. (1990). *Delivering Quality Service, Balancing customer perceptions*. Estados Unidos: Simon & Schuster.