



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN EL  
HOSTAL "PUKEKOS" DE AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A**

**LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**Anthony Kenneth Torres Rodríguez**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2024**

### **Aprobación del profesor tutor**

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “Calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos” de Ayangué, provincia de Santa Elena, año 2024” elaborado por el **Sr. Anthony Kenneth Torres Rodríguez**, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente,**

---

**Ing. Sabina Gisella Villón Perero, MSc.**  
**Profesor tutor**

### **Autoría del trabajo**

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos” de Ayangue, provincia de Santa Elena, año 2024**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Anthony Kenneth Torres Rodríguez** con cédula de identidad número **2450134040** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente

Handwritten signature in blue ink that reads "Anthony Torres". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath.

.....  
**Anthony Kenneth Torres Rodríguez**

**C.C. No: 2450134040**

## **Dedicatoria**

Este trabajo va dedicado a Dios por darme salud y sobre todo bendecirme cada día, dándome fortaleza y esa motivación para cumplir con mis actividades, también a mis padres que fueron un pilar fundamental para conseguir todas mis metas planteadas y por nunca dejar de apoyarme, a mi docente tutora por aportar con sus conocimientos importantes para la realización de este trabajo, en general a todos los que me apoyaron y me desearon éxitos para lograr la realización completa de este trabajo.

*Torres Rodríguez Anthony Kenneth*

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a mi ilustre y estimada tutora Ing. Sabina Villón, MSc por ser mi guía en todo el proceso para la realización de este trabajo de investigación, su gran aporte fue muy valioso para mí, su atención y su sabiduría, permitió estimular mis conocimientos y sobre todo aprender cosas nuevas que me ayudarán en un futuro en el ámbito profesional. Al director de la carrera por dar las facilidades, así como también al Ing. Divar Castro por ser mi especialista, en general agradecer a todas las personas que me ayudaron en el proceso de la realización de este trabajo de investigación.

*Torres Rodríguez Anthony Kenneth*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.  
DIRECTOR DE LA CARRERA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

Ing. Divar Castro Loor, MSc.  
PROFESOR ESPECIALISTA

---

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.  
PROFESOR TUTOR

---

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.  
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

---

Lic. Julissa González González  
SECRETARIA DE LA CARRERA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

## Índice de contenidos

<b>Introducción</b> .....	14
<b>Capítulo I</b> .....	21
<b>Marco Referencial</b> .....	21
<b>Revisión de la literatura</b> .....	21
<b>Desarrollo de teorías y conceptos</b> .....	26
<b>Modelo SERVPERF</b> .....	26
<b>Calidad del servicio</b> .....	26
<b>Capacidad de respuesta</b> .....	26
<b>Eficiencia</b> .....	27
<b>Disposición</b> .....	27
<b>Atención</b> .....	27
<b>Tangibilidad</b> .....	28
<b>Instalaciones</b> .....	28
<b>Diseño</b> .....	28
<b>Equipamiento</b> .....	28
<b>Seguridad</b> .....	29
<b>Control</b> .....	29
<b>Mantenimiento</b> .....	29
<b>Vigilancia</b> .....	30
<b>Satisfacción del cliente</b> .....	30
<b>Fiabilidad</b> .....	30
<b>Comunicación</b> .....	31
<b>Responsabilidad</b> .....	31
<b>Servicio</b> .....	31
<b>Empatía</b> .....	31
<b>Amabilidad</b> .....	32
<b>Honestidad</b> .....	32
<b>Confianza</b> .....	32
<b>Fundamentos legales</b> .....	33
<b>Constitución de la República del Ecuador</b> .....	33
<b>Ley Orgánica de Defensa del Consumidor</b> .....	33
<b>Organización Internacional de Normalización (ISO)</b> .....	34
<b>Capítulo II</b> .....	35

<b>Metodología</b> .....	35
<b>Diseño de la investigación</b> .....	35
<b>Métodos de investigación</b> .....	36
<b>Analítico</b> .....	36
<b>Inductivo</b> .....	36
<b>Población y muestra</b> .....	37
<b>Población</b> .....	37
<b>Muestra</b> .....	37
<b>Recolección y procesamiento de datos</b> .....	38
<b>Encuesta</b> .....	38
<b>Entrevista</b> .....	38
<b>Capítulo III</b> .....	39
<b>Resultados y Discusión</b> .....	39
<b>Análisis de datos de las entrevistas</b> .....	39
<b>Análisis de datos de las encuestas</b> .....	49
<b>Discusión</b> .....	61
<b>Conclusiones</b> .....	66
<b>Recomendaciones</b> .....	68
<b>Referencias</b> .....	69
<b>Apéndice</b> .....	73



## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Población y Muestra.....	37
<b>Tabla 2.</b> Alfa de Cronbach.....	38
<b>Tabla 3.</b> Género .....	49
<b>Tabla 4.</b> Edad .....	50
<b>Tabla 5.</b> El personal de trabajo del Hostal estuvo disponible de manera inmediata para ayudar en lo que necesitaba.....	51
<b>Tabla 6.</b> La atención del servicio en cuanto al tiempo de respuesta fue eficiente. ....	52
<b>Tabla 7.</b> Las instalaciones del Hostal están en buen estado. ....	53
<b>Tabla 8.</b> Los equipos proporcionados por el hostel (wifi, televisión, a/c, etc.) funcionan correctamente. ....	54
<b>Tabla 9.</b> El Hostal tiene un buen sistema de control de seguridad y vigilancia .....	55
<b>Tabla 10.</b> El hostel protege adecuadamente la información y privacidad de sus clientes. ....	56
<b>Tabla 11.</b> El personal del hostel cumple de manera responsable con lo prometido en cuanto a servicios y atención. ....	57
<b>Tabla 12.</b> La comunicación fue precisa y clara para resolver cual duda o inconveniente. ....	58
<b>Tabla 13.</b> Hubo honestidad y amabilidad por parte del personal del hostel durante su estadía. ....	59
<b>Tabla 14.</b> El personal de trabajo del hostel fue empático. ....	60

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Género .....	49
<b>Figura 2.</b> Edad.....	50
<b>Figura 3.</b> El personal de trabajo del Hostal estuvo disponible de manera inmediata para ayudar en lo que necesitaba.....	51
<b>Figura 4.</b> La atención del servicio en cuanto al tiempo de respuesta fue eficiente. ....	52
<b>Figura 5.</b> Las instalaciones del Hostal están en buen estado. ....	53
<b>Figura 6.</b> Los equipos proporcionados por el hostel (wifi, televisión, a/c, etc.) funcionan correctamente. ....	54
<b>Figura 7.</b> El Hostal tiene un buen sistema de control de seguridad y vigilancia.....	55
<b>Figura 8.</b> El hostel protege adecuadamente la información y privacidad de sus clientes. ....	56
<b>Figura 9.</b> El personal del hostel cumple de manera responsable con lo prometido en cuanto a servicios y atención. ....	57
<b>Figura 10.</b> La comunicación fue precisa y clara para resolver cual duda o inconveniente. ....	58
<b>Figura 11.</b> Hubo honestidad y amabilidad por parte del personal del hostel durante su estadía. ....	59
<b>Figura 12.</b> El personal de trabajo del hostel fue empático.....	60

## Índice de apéndice

<i>Apéndice 1. Matriz de consistencia .....</i>	<i>73</i>
<i>Apéndice 2. Cronograma de Actividades.....</i>	<i>74</i>
<i>Apéndice 3. Solicitud Carta Aval .....</i>	<i>75</i>
<i>Apéndice 4. Carta aval.....</i>	<i>76</i>
<i>Apéndice 5. Formato entrevista .....</i>	<i>77</i>
<i>Apéndice 6. Formato entrevista .....</i>	<i>78</i>
<i>Apéndice 7. Formato encuesta.....</i>	<i>79</i>
<i>Apéndice 8. Solicitud de validación de instrumento.....</i>	<i>81</i>
<i>Apéndice 9. Aprobación del instrumento. ....</i>	<i>82</i>
<i>Apéndice 10. Aprobación del instrumento .....</i>	<i>83</i>
<i>Apéndice 11. Certificado de validación.....</i>	<i>84</i>
<i>Apéndice 12. Certificado Antiplagio.....</i>	<i>85</i>
<i>Apéndice 13. Entrevista al gerente o propietario del hostel “Pukekos” .....</i>	<i>87</i>
<i>Apéndice 14. Evidencias del desarrollo del trabajo de investigación .....</i>	<i>88</i>



**Calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el hostel "Pukekos" de Ayangue,  
provincia de Santa Elena, año 2024**

**Autor:**

Torres Rodríguez Anthony Kenneth

**Tutor:**

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.

**Resumen**

Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la calidad del servicio y su contribución en la satisfacción del cliente externo del hostel "Pukekos" de Ayangue mediante el modelo SERVPERF, respecto a eso la problemática de estudio, consiste en describir de qué manera la calidad del servicio contribuye con la satisfacción del cliente externo del hostel "Pukekos". Por consiguiente, para analizar la problemática se utilizó una metodología, de diseño no experimental y un nivel de investigación descriptiva para realizar una interpretación de la situación actual en la que se encuentra el hostel y un enfoque mixto, que involucra tanto lo cuantitativo y cualitativo, así como también métodos importantes como el analítico e inductivo. La población de este trabajo estuvo conformada por el gerente o propietario, especialista, y los clientes del hostel; de los cuales se tomó una muestra de tamaño 160, mismos que fueron seleccionados utilizando el muestreo no probabilístico por conveniencia, para luego proceder con la aplicación de las entrevistas y las encuestas respectivamente. Los resultados de esta investigación mostraron algunos clientes o huéspedes estuvieron satisfechos, pero una cierta cantidad de clientes no quedaron satisfechos por el servicio brindado por el hostel. se concluyó que el servicio en el hostel es regular, pero no buena totalmente, se cumplen con las necesidades de los huéspedes obteniendo de esa manera la satisfacción en unos y en otros no, la capacidad de respuesta, tangibilidad, seguridad, fiabilidad y empatía se aplican eficientemente, pero eso no es suficiente para las exigencias de los clientes.

**Palabras claves:** *calidad del servicio, satisfacción del cliente, percepción, modelo SERVPERF*



**Service quality and external customer satisfaction at the “Pukekos” hostel in Ayangue, Santa Elena province, year 2024.**

**Author:**

Torres Rodríguez Anthony Kenneth

**Tutor:**

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.

**Abstract**

The objective of this research work is to analyze the quality of the service and its contribution to the satisfaction of the external client of the “Pukekos” hostel in Ayangue through the SERVPERF model. In this respect, the problem of the study consists of describing how the quality of the service contributes to the satisfaction of the external client of the “Pukekos” hostel. Therefore, in order to analyze the problem, a methodology of non-experimental design and a descriptive level of research was used to interpret the current situation of the hostel and a mixed approach, which involves both quantitative and qualitative, as well as important methods such as analytical and inductive. The population of this work consisted of the manager or owner, specialist, and customers of the hostel; from which a sample of size 160 was taken, which were selected using non-probabilistic convenience sampling, and then proceeded with the application of interviews and surveys respectively. The results of this research showed that some customers or guests were satisfied, but a certain number of customers were not satisfied with the service provided by the hostel. It was concluded that the service at the hostel is regular, but not totally good, the needs of the guests are met, thus obtaining satisfaction in some and not in others, the capacity of the hostel to satisfy the needs of the guests, and that the service provided by the hostel is not good.

**Keywords:** *quality of service, Customer satisfaction, perception, SERVPERF model*

## Introducción

La calidad del servicio y satisfacción del cliente son temas muy relevantes en la historia y actualidad, a medida que pasa el tiempo estos evolucionan adaptándose a las necesidades que surgen de los clientes y a las nuevas tendencias en el mundo, en este caso enfocados en los servicios de hostales, los requerimientos de los usuarios que adquieren estos servicios, son el impulso para que los alojamientos de este tipo estén en constante cambio y mejora continua para cumplir con las expectativas de todos aquellos individuos que visitan estos lugares, sea para descansar o para pasar un día de relajación, dado que esos establecimientos buscan satisfacer a sus clientes y crear buenas reseñas para que de esa manera se den a conocer ampliamente por sus buenas gestiones de calidad, obteniendo así un reconocimiento por su atención eficaz.

Acorde con Terán Ayay et al. (2021) menciona que la calidad del servicio en muchas organizaciones de Latinoamérica se ha desarrollado de gran manera por la innovación que estas aplican, esto con un enfoque de mejoramiento en todos los aspectos para el desarrollo de las organizaciones, además, la calidad de servicio ha sido un punto plasmado en la escritura de exploraciones a través del tiempo en diferentes ámbitos de las organizaciones o asociaciones de Latinoamérica. Sin embargo, también alude a la valoración de administración de las organizaciones específicamente de ayuda y en las herramientas que incluyen algún tipo de servicio al cliente, eso también se utiliza en las administraciones del estado y el poder público de la calidad de servicio que se brindan a todos. (pp.3-4)

Por otra parte, la satisfacción del cliente en diversos ámbitos de estudios, específicamente a nivel mundial, en un entorno radicalmente económico globalizado, las organizaciones o empresas buscan elevar en cierto nivel sus índices de eficiencia para así poder obtener la preferencia por parte de sus usuarios o clientes, de acuerdo con aquello, son varias las investigaciones que se desarrollan para predecir la satisfacción del cliente hacia los servicios, debido que a partir de la recopilación de datos se pueden obtener resultados en el ámbito de la investigación sobre la variable satisfacción, cuando el servicio o producto mayormente supera las expectativas de los clientes este se convierte en algo bueno para las organizaciones, porque permite y fomenta a que las personalidades que percibieron con alta calidad el servicio se impliquen más y tengan las intenciones de volver a adquirirlo. (Cardona & Cardona, 2023) (p.7).

Romero (2024) menciona que actualmente el mundo global y por supuesto el campo de la administración tienen un nivel alto de competitividad, cabe destacar que la satisfacción del cliente es muy importante puesto que permite analizar la calidad del servicio y las expectativas previo a la adquisición de un servicio y posteriormente ver el desempeño del mismo, ya que a partir de la contratación de servicios por parte de los clientes se puede evidenciar si estos quedan satisfechos, si fue agradable se pueden convertir en clientes preferentes o fieles de las empresas, negocios u organizaciones. Por ende, volverán a utilizar o preferir el servicio o producto, por supuesto estos se convierten en ayuda para promocionar los servicios entre conocidos o amigos, lo que es muy beneficioso para la empresa.

El estado ecuatoriano se preocupa por el mejoramiento de la atención al cliente y la calidad del servicio para cumplir con las expectativas que el cliente espera, es muy fundamental que los roles del funcionario servicial sean precisos para que el usuario obtenga esa satisfacción. Dentro de este margen existen varios factores para que los clientes se sientan satisfechos con los servicios recibidos dentro de un negocio u organización, estos no solo se fijan en la calidad de la atención por el servicio adquirido, sino que también se enfocan en ver de qué manera son tratados en temas como el tiempo de espera según los requerimientos y analizando si estos son óptimos, verificando los conocimientos, eficiencia y por supuesto la eficacia. (Tucunango, 2020)

Mientras que Luis Toala Zambrano (2021) dice que la hotelería en Ecuador es una parte del sector económico muy importante y los empresarios del sector hotelero manifiestan que para obtener un buen posicionamiento entre las distintas competencias que existen lo más importante es desarrollar y tener un control riguroso de la calidad del servicio y los niveles de satisfacción de los clientes, esto con un enfoque de poder obtener fundamentaciones descubriendo cuáles son sus puntos débiles y por supuesto conocer cuáles son sus puntos fuertes, con el propósito de mejorar en todos los aspectos la calidad y estimular la satisfacción. Las principales direcciones que los establecimientos de alojamiento quieren lograr y prevalecer dentro de una demanda prominente, es obtener una gran fidelización eficaz por parte de clientes habituales y nuevos.

En cuanto a Mariela & Ramírez (2018) mencionan que la provincia de Santa Elena es un gran destino turístico para visitantes nacionales o bien extranjeros lo que permite y da relevancia a la satisfacción del cliente frente a la calidad del servicio que los establecimientos del sector hotelero o de restaurantes brindan a los usuarios en cada visita. Se menciona que la

provincia de Santa Elena es cuestionada por el precio y calidad, sin embargo, en fechas festivas o feriados es cuando el índice de la demanda aumenta considerablemente. Actualmente, los clientes de los servicios están informados a través de distintos medios que existen, su nivel de exigencia ha aumentado y esto los impulsa a pedir mejores tratos, lo que genera y obliga a los servicios a mejorar de acuerdo con las exigencias de los clientes, para aquello es importante analizar expectativas de las personas en cuanto al servicio, para así en tal caso hacer las correcciones pertinentes en los servicios de una provincia donde se ofrecen las acciones sin estudio previo.

En lo que respecta al **planteamiento del problema**, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente es analizada no solo por la forma en la que los negocios u organizaciones la ofrecen, sino también por la manera en la que los clientes la perciben, los clientes cada día se vuelven más y más exigentes con los servicios que estos adquieren en distintos lugares o rincones del mundo. A nivel global a medida que pasa el tiempo hay cambios en el campo servicial y esto provoca el surgimiento de nuevas formas de atender al cliente, los usuarios siempre quieren lo mejor para ellos, buscan comodidad, relajación y sobre todo algo que llene sus expectativas a partir de hipótesis que estos presentan. La calidad del servicio es juzgada en base a percepciones de resultados técnicos referentes a las experiencias que muchos usuarios han vivido. Los enfoques de satisfacer las necesidades de los clientes, así como sus exigencias, muchas veces son de gran magnitud y no se logra cumplir con los requerimientos, la calidad del servicio será el elemento de evaluación de los clientes hacia los hoteles o establecimientos para llenar sus expectativas. (Zárraga Cano et. al, 2018)

De todos los sectores económicos del país, el hotelero fue el más afectado por la pandemia ocasionada por el Covid-19, provocando pérdidas millonarias y cierre de varios alojamientos, lo que generó pérdida de empleos y problemas en la calidad del servicio que se brindaba en los hoteles, también implicó la satisfacción de los clientes. Al retomar las actividades, provocó bajas en el servicio que los hoteles ofrecían. Luego de aquello surgieron hoteles con alcances de clases acomodadas a tarifas que en ciertos sectores de la población del país era imposible pagar por un lugar para descansar lo cual no causaba satisfacción a los clientes, esto se debe a que los hoteles querían recuperar un poco la economía post pandemia, sin embargo, luego surgieron otros lugares más modestos y al alcance de todos. La calidad del servicio ofrecida por un hotel se ve plasmada en la satisfacción del cliente y en la conformidad que estos perciben, de acuerdo con los diferentes servicios prestados. (Zavala & Hasing, 2022).



En la provincia de Santa Elena, los principales problemas comunes en los hostales en cuanto a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente externo son, que no toman en cuenta las sugerencias u opiniones de los clientes respecto a los servicios y necesidades, fallan en dar un buen servicio a los usuarios y la satisfacción según sus expectativas no es muy buena, esto quiere decir que los lugares de alojamiento y sus propietarios no están al tanto de los requerimientos u opiniones de los usuarios.

Esto además muestra que no hay una buena gestión en el ámbito de la toma de decisiones, porque no mejoran de acuerdo a las peticiones o sugerencias que hacen los clientes para sentirse satisfechos, además, esto interfiere en gran magnitud en el desarrollo eficaz de los hospedajes o bien alojamientos, cabe decir que los dueños o gerentes desconocen en ciertas cosas las exigencias de sus clientes, lo que resulta una desventaja frente a otros establecimientos que priorizan la comodidad de sus clientes y por supuesto la evolución de su organización para obtener reconocimiento por sus buenas gestiones sobre la calidad del servicio que ofrecen y por poner en primer plano a sus clientes.

Los hostales en la comunidad de Ayangue para ser recomendados de acuerdo con la opinión pública cómo buenos lugares para descansar y alojarse, deben tomar en cuenta las opiniones de sus clientes. Para aquello se hizo una visita específicamente al hostel seleccionado para poder descubrir que problemas presenta este establecimiento de alojamiento, para así analizarlo en este trabajo investigativo.

Los problemas que se presentan en el hostel “Pukekos” de Ayangue, son los siguientes: El servicio, no tener un entendimiento claro según la percepción de los clientes si para ellos el servicio es de calidad, existen clientes exigentes y con gustos diferentes, lo cual genera satisfacción en algunos y en otros no por el servicio brindado. La seguridad y los equipos del hostel no son los adecuados, ya que los equipos tecnológicos del hostel no son modernos, provoca que los clientes duden en adquirir el servicio al momento de analizar el lugar o ponerlo como opción, la atención que da el personal del servicio del hostel no es la que los usuarios o clientes quieren y eso provoca que los lineamientos no sean bien percibidos por los mismos y por ende no serían de agrado para esos usuarios. Se pudo evidenciar que estos son los principales problemas que se presentan en el hostel “Pukekos” de Ayangue.

De acuerdo con la problemática establecida, se plantea la **formulación del problema**, el cual se menciona en la siguiente interrogante: ¿De qué manera la calidad del servicio contribuye con la satisfacción del cliente externo del hostel “Pukekos” de Ayangue?

Posteriormente con base a la argumentación planteada se define la **sistematización del problema** en 3 puntos específicos:

- ¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio que brinda el hostel “Pukekos” de Ayangue?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos” de Ayangue?
- ¿Qué acciones son factibles para el mejoramiento de la calidad del servicio enfocadas en fortalecer la satisfacción del cliente en el hostel “Pukekos”?

El **objetivo general** de este trabajo de investigación se enfoca en:

Analizar la calidad del servicio y su contribución en la satisfacción del cliente externo del hostel “Pukekos” de Ayangue mediante el modelo SERVPERF

De acuerdo con el objetivo general, se desarrollan los **objetivos específicos** de esta investigación con el propósito de lograr el cumplimiento de estos, y para aquello se menciona lo siguiente:

- Diagnosticar la calidad del servicio que actualmente brinda el hostel “Pukekos” de Ayangue.
- Analizar el nivel de satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos” de Ayangue
- Plantear acciones para el mejoramiento de la calidad del servicio enfocadas en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos”.

La **justificación teórica** de este trabajo de investigación está direccionada enfocada en analizar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente externo mediante la utilización de las dimensiones del modelo SERVPERF , diagnosticar como es la calidad del servicio actualmente en el hostel “Pukekos” de Ayangue, será un gran impulso para ejecutar un levantamiento de información o nociones, y de acuerdo con el desarrollo de este trabajo conseguir argumentos muy importantes para el análisis, por consiguiente, un negocio o establecimiento que se dedica a brindar un servicio, considera que la satisfacción del cliente no solo es un necesidad sino un gran aspecto para mejorar la calidad del servicio y de esa manera ofrecer o dar un trato de manera eficaz según las necesidades que los usuarios tengan, al implementar y dar un buen servicio no solo será beneficioso para el alojamiento sino también para los clientes externos de este.

La calidad del servicio y la satisfacción del cliente externo, son temas de suma importancia para el desarrollo del hostel, a partir de las acciones que se realicen dentro del alojamiento se puede percibir como será el servicio que brindarán a los huéspedes, además, esto se basa en el manejo que le da su propietario, puesto que a partir de las indicaciones, sus trabajadores plasmarán en actitudes y acciones las disposiciones encomendadas, un trabajo direccionado a la calidad del servicio del hostel y por supuesto para que los usuarios del mismo se sientan satisfechos en todos los aspectos será un servicio eficaz y bueno.

Al cliente externo para tenerlo satisfecho y contento, debe ser comprendido, y sobre todo hacerlo sentir importante, darle la confianza para que se sienta cómodo, y escucharlo para ser entendido, de acuerdo con estas prácticas y muy bien aplicadas se logrará tener un cliente satisfecho y con toda certeza seguirá adquiriendo un servicio o producto. (Moreno, 2014)

Para realizar la **Justificación práctica** se plantean acciones para el mejoramiento de la calidad del servicio enfocadas en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos”. Para aquello es oportuno que el hostel o alojamiento tengan un análisis de aspectos fundamentales como la fiabilidad y capacidad de respuesta de los trabajadores y el gerente, y por supuesto ver si estos son empáticos con las actitudes y situaciones de los clientes, de acuerdo aquello también ver la tangibilidad de las instalaciones y la seguridad del hostel. Para luego sentir la gratitud o ver inconformidades que los usuarios perciben dentro del establecimiento hostelero, para así luego mejorarlos.

En cuanto al servicio que ofrece el hostel, cabe mencionar que ante cualquier duda o necesidad presentada es muy importante ser ágiles, porque el servicio que los usuarios o clientes esperan debe ser bueno, dado que desde sus perspectivas se fijarán en detalles que muchas veces otros no pueden ver, al llenar y complacer las expectativas que ellos tienen se podrá dar y obtener la satisfacción, posteriormente obtener fidelización y reconocimiento por parte ellos, eso impulsa a que los usuarios pasen la información sobre el servicio de calidad y motivarán a más personas a adquirir el alojamiento por sus características buenas y satisfactorias.

Al establecer acciones para el mejoramiento la calidad del servicio enfocadas en la satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos”, se busca contribuir con el desarrollo del hostel y sobre todo mitigar los principales problemas evidenciados en el alojamiento, tomar en cuentas las acciones de fortalecimiento podrá mejorar el servicio y sobre todo con aquello atraer más clientes por las buenas gestiones, eso permitirá que recomienden el establecimiento

y que otros conozcan cómo es el servicio y verificar que este cumpla con sus expectativas, y por supuesto evidenciar si cumplen con los requerimientos de cada cliente. Posteriormente a esto, obtener argumentaciones para saber que opinan los clientes respecto al servicio que recibieron en sus estancias. De acuerdo con los datos obtenidos analizar si los clientes externos quedaron satisfechos en todos los aspectos, y si el servicio brindado en el hostel “Pukekos” de Ayangue es de calidad.

Por lo anteriormente expuesto, la **idea a defender** de esta investigación es:

La aplicación adecuada de acciones contribuirá de manera significativa en el mejoramiento de la calidad del servicio enfocada en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo del hostel “Pukekos”.

Esta investigación contiene los siguientes apartados:

**El capítulo I** de esta investigación se basa en la revisión de la literatura, lo cual permitió describir trabajos previos con temas relacionados, en cuanto a los enfoques similares con las variables de esta investigación las cuales son calidad del servicio y satisfacción del cliente externo, también se menciona el desarrollo de teorías y conceptos, en esta sección se describen los conceptos a partir de diferentes autores, en base a las variables y dimensiones e indicadores a partir de la matriz de consistencia, y por supuesto este capítulo también contiene la parte de fundamentos legales relacionados de acuerdo a este tema de investigación.

**El capítulo II** menciona la metodología de este trabajo de investigación, a partir de aquello el desarrollo del diseño de la investigación y los métodos de investigación, los cuales son necesarios e importantes para la definición del enfoque que se emplea y el alcance que tendrá, también se explica y se detalla lo que es la población y muestra, posteriormente la recolección y procesamientos de los datos para saber qué técnicas o instrumentos se utilizaron.

**El capítulo III** menciona los resultados y la discusión, a partir de los datos obtenidos de acuerdo con los diferentes instrumentos utilizados, se realiza o desarrolla el respectivo análisis de la entrevista y de las encuestas, posteriormente se plantea la discusión de los principales hallazgos del estudio, después de esta, se detalla de manera clara y precisa la propuesta como solución al problema de esta investigación y por último se muestran las conclusiones y recomendaciones.

## Capítulo I

### Marco Referencial

#### Revisión de la literatura

Salas Bedoya (2021) en su trabajo de investigación sobre “Calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el Policlínico Blue Medical S, R, L. en la ciudad de Arequipa, 2020” menciona que el objetivo o propósito de investigación se enfocó en comprobar qué relación existe entre la calidad del servicio y por supuesto la percepción del cliente externo, los cuales en este caso son los usuarios o personas que acuden o visitan el Policlínico Blue Medical en la ciudad de Arequipa.

La metodología utilizada en esta investigación es de tipo cuantitativa, lo cual se basa en buscar y sobre todo aumentar la parte teórica obteniendo así conocimientos nuevos, se menciona que este trabajo de investigación es de tipo correlacional, en esta se busca ver el resultado del grado de relación que tiene las variables, a partir de eso se la cuantifica y específicamente se analiza el grado de vinculación, ya que en este tipo de investigaciones no se manipulan las variables de interés.

Para obtener los resultados se hizo una ejecución de análisis directa lo cual dio como evidencia datos estadísticos, a través de cinco dimensiones de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo del Policlínico Blue Medical SRL, en la parte de los elementos tangibles dio un porcentaje de 74,1% frente a un 25,9% que pertenece al índice de necesidad que requiere mejora, en la fiabilidad dio un resultado de 69,2% frente a la posibilidad de mejora de 30,8%, en la capacidad de respuesta dio un porcentaje de 67,7% frente a una posibilidad de mejoramiento del 32,3%, en la seguridad un total de 74,7% frente a un mejoramiento de 25,3%, y para finalizar esta la empatía con un 65,1% frente a un 34,9% de mejoramiento.

Para concluir, la propuesta recomendada se trata sobre el planteamiento de un mecanismo o específicamente un sistema de identificación para la cultura organizacional, la cual predomina en las organizaciones sobre todo para diagnosticar, clasificar y especialmente facilitar los cambios. Estos tienen que ver directamente con las presunciones básicas, valores y por supuesto orientaciones predominantes, de acuerdo con el grado de flexibilidad o agilidad para poder sobrellevar los cambios constantes que suceden en el entorno, estos a partir de acciones de integrantes de equipos o específicamente de la organización.

Rivera (2018) en su tesis sobre “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy” en Perú, mencionó que el objetivo o propósito de su investigación se basó en determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y específicamente con la satisfacción del cliente con los usuarios o personalidades que acuden al Consorcio Fredy, con el fin de requerir el servicio que este ofrece. Hace hincapié que aquella empresa no solo debe ofrecer un buen producto o servicio, sino que también este debe motivar a sus colaboradores para que estos puedan mejorar y ofrecer una calidad sobresaliente a los clientes. La problemática que se encuentra en este artículo se basa en descubrir qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy.

La metodología utilizada se basó en una investigación de tipo no experimental de corte transversal con un método de diseño descriptivo y por supuesto correlacional, cabe mencionar que de acuerdo con la población utilizada para obtener datos y resultados se tomó como muestra una cantidad de 90 clientes, para obtener los datos se tuvo que desarrollar una ejecución de manera censal.

Para obtener los resultados se hizo una ejecución de evaluación con criterio de verificar la validez y confiabilidad de los datos obtenidos, y así mediante el estadístico alfa de Cronbach se pudo conseguir los siguientes resultados, 0.956 en la calidad del servicio y 0.944 en lo que concierne a la satisfacción del cliente. Por consiguiente, en la prueba de hipótesis se obtuvo un esclarecido Rho de Spearman de 0.783, con una mención en el valor de P de 0.000.

Para concluir se obtuvo una argumentación sobre la correlación y que esta es muy fuerte en cuanto a la relación calidad de servicio y satisfacción del cliente, porque según los resultados obtenidos y en los cálculos estadísticos desarrollados en las variables tienen los siguientes grados de significancia: calidad de servicio y satisfacción del cliente con un Rho de Spearman de 783 a un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,05 entre las variables. Entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente se obtuvo un Spearman de 880 a un nivel de significancia menor a 0,05 entre las dimensiones. En la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción en los clientes se obtuvo un Spearman de 864 a un nivel de significancia 0,000 menor a 0,05 de relación. Posteriormente estos resultados son positivos para el desarrollo de la empresa y así obtener grandes beneficios en un futuro, la empresa Consorcio Fredy busca el buen manejo de actividades para dar un servicio de calidad y sobre todo satisfacer a sus clientes.

Franco (2020) en su trabajo de investigación sobre “Calidad del servicio en los negocios de restauración del Sector Malecón del Cantón Salinas” menciona que su objetivo es medir el nivel de la calidad del servicio prestado en los negocios de restauración del Sector Malecón del Cantón Salinas aplicando el modelo SERVPERF, posteriormente analizar la situación real de esos negocios, para verificar la problemática establecida y comprender que es lo que incide en la satisfacción del consumidor, para luego realizar un diagnóstico de acuerdo con las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio por medio del modelo SERVPERF, y de esa manera determinar el nivel que actualmente tienen esos establecimientos, sobre todo porque deben estar en buenas condiciones para servir y brindar un buen trato al cliente o consumidor de esos restaurantes.

La metodología que se aplicó para obtener argumentos para el desarrollo de este tema de estudio fue de tipo exploratorio, dado que el tema es algo que ha sido poco estudiado, posteriormente se utilizaron los siguientes métodos, tanto inductivo como deductivo, los cuales permitieron verificar y analizar las falencias que se presentan en los restaurantes de ese sector, mencionando que también se utilizó la técnica del modelo SERVPERF para evidenciar con cada dimensión si la satisfacción de los clientes es positiva o si se están empleando estas de una manera no adecuada. La población de este estudio fueron los clientes o consumidores que adquirieron el servicio en los restaurantes, la muestra seleccionada fue por conveniencia entendido como no probabilístico, ya que por falta de información se no se obtuvo cual era el número exacto de turistas que acuden a los establecimientos.

Los resultados mostraron que utilizando las dimensiones del modelo SERVPERF se pudo evidenciar que la calidad del servicio brindada por los hostales se encuentran en un nivel promedio neutro y falta mejorar en aspectos como la contratación del personal adecuado, dado que las personas que trabajan en los restaurantes no son profesionales en el área de turismo, y eso provocó que no se logre la satisfacción de los comensales, porque aquellos tienen falencias en ciertos detalles al momento de dar el servicio, las expectativas del consumidor deben cumplirse y sobrepasar lo que ellos esperan para satisfacer sus requerimientos.

Finalmente se concluyó que los restaurantes deben enfocarse en el personal que contratan para dar servicio, dado que al tener falencias se debe exigir a los propietarios capacitar constantemente a esos colaboradores para que se adapten a los cambios que surgen a medida que pasa el tiempo, dado que en el lugar donde se ubican los restaurantes existe una demanda de turistas nacionales y extranjeros en gran magnitud.

Lucas (2021) en su proyecto de investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López” destaca que tuvo como objetivo general la determinación de la incidencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el sector ferretero de la ciudad de Puerto López, de acuerdo aquello ver y analizar si la problemática sobre la interrogante con respecto a la incidencia es buena o mala para así comenzar a desarrollar estrategias para un futuro con opciones de mejoramiento, ya que estos son pilares fundamentales para la evolución del sector ferretero en cuanto al servicio que brindan y de esa manera dar al cliente una experiencia muy satisfactoria obteniendo reseñas de visto bueno frente a la sociedad.

La metodología que se llevó a cabo para la determinación de datos de este estudio o análisis se hizo de manera descriptiva no experimental, desde un enfoque cualitativo y por supuesto utilizando también los métodos inductivo e hipotético deductivo de diseño transversal lo cual permite un planteamiento más a fondo y por consiguiente una investigación de campo con la implementación de las herramientas como son las encuestas y entrevistas, se tomó una muestra de 372 clientes para ser encuestados y para las entrevistas se tomó en cuenta a 3 administradores específicamente dueños de diferentes empresas de ferreterías de la ciudad de Puerto López.

Los resultados obtenidos de acuerdo con los procesos que se llevaron a cabo anteriormente de forma SERVQUAL demostró que las percepciones regularmente de los clientes se encuentran insatisfechas debido a varios factores que surgen en las acciones dentro de los establecimientos ferreteros, por otra parte las expectativas de los clientes son que el sector ferretero puede mejorar, esto se debe a que se percataron y evidenciaron que el sector se va desarrollando en cuanto a instalaciones propias y sobre todo con una ubicación adecuada lo cual falcilitaría el acceso de los mismos .

En conclusión en la ciudad de Puerto López el sector ferretero donde las personas acuden para conseguir herramientas necesarias para un sin numero de actividades se encuentran insatisfechas, esto se da porque los administradores no plantean estrategias y acciones para satisfacer a los clientes, ya que tienen poco conocomiento sobre el tema, tanto así que se evidenció que no plantean estrategias de marketing empleadas o enfocadas a la calidad del servicio lo cual implica la satisfacción del cliente, porque al cumplir con los requerimientos de los clientes ellos logran dar una reseña de buena imagen al negocio ferretero y por ende obtendrían un buen margen de clientes en un determinado tiempo.



Rivera (2019) en su tesis titulada: “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador” publicado en el año 2019. Menciona que la investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio y satisfacción al cliente de la empresa Greenandes de la ciudad de Guayaquil, aplicando específicamente un cuestionario de modelo SERVQUAL el cual ayudó a descubrir las percepciones y sobre todo las expectativas de sus clientes exportadores con mención al servicio ofrecido por esa empresa. El problema de esta investigación radica en saber cuál es el nivel de la calidad del servicio y cómo influye en la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes.

La metodología que se utilizó fue de manera cuantitativa, deductiva y descriptiva, especialmente aplicando el modelo denominado SERVQUAL con un enfoque en el GAP 5, lo que se explica que corresponde a las diferencias de la percepción de la calidad en el servicio menos las expectativas. Se utilizó la herramienta de encuestas, la cual fue aplicada a una muestra de 180 clientes exportadores, para así obtener fundamentaciones necesarias que permitan seguir con el desarrollo del análisis.

Los resultados obtenidos de este estudio de investigación mostraron que la percepción de la calidad del servicio brindada por Greenandes es inferior a las expectativas que tienen sus clientes, lo cual se refleja especialmente en las dimensiones como son la fiabilidad y la capacidad de respuestas, donde se obtuvieron resultados negativos altos, en los cuales se deben gestionar mejoras de procesos y por supuesto ser más responsables en las áreas donde se tiene contacto con los clientes.

En conclusión, en esta investigación se obtuvieron argumentaciones de las principales diferencias que sobresalen entre las percepciones y estadísticas de la calidad del servicio de la organización o empresa y la gran afectación por los resultados que mostraron la insatisfacción de los cliente, también se logró descubrir lo que realmente los clientes esperan del servicio y sobre qué es lo que la empresa como responsable desarrollará para mejorar la atención y por supuesto la experiencia de la calidad del servicio brindada a sus clientes.

## **Desarrollo de teorías y conceptos**

### ***Modelo SERVPERF***

De acuerdo con Pascual (2024) el modelo SERVPERF se define o surge de las palabras en inglés (SERvice PERFormance) desempeño de servicio. A través de una valoración por parte de clientes potenciales se desarrolla una medida de la percepción de la calidad del servicio, esto se da con la implementación de las siguientes dimensiones: fiabilidad, tangibilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía.

Fernández (2014) menciona que el modelo SERVPERF al establecer un cuestionario con las dimensiones se obtienen resultados notoriamente fiables, dado que con la escala de medición empleada se podrán obtener argumentos fáciles de entender, también determina que este método se basa específicamente en la percepción de los clientes.

### ***Calidad del servicio***

Según Piattini (2019) la calidad del servicio se define de la siguiente manera, como la magnitud o grado en el que un grupo de características de un servicio hace y cumple con requisitos o como la capacidad de un servicio el cual proporciona un valor previsto.

De acuerdo con Denton (1991) la calidad de servicio específicamente dice que no se basa en hipótesis, sino en un contexto preciso, que los clientes a través de una amplia variedad de informaciones y comentarios argumentan sus percepciones, para luego manifestar el servicio que ellos esperan.

La calidad del servicio es un aspecto importante para el desarrollo de los establecimientos, puesto que a partir de aquello se puede obtener un entendimiento preciso de cómo será la atención y posteriormente ver si el servicio adquirido tiene un adecuado trato, que satisfaga las necesidades de sus clientes.

### **Capacidad de respuesta**

Según Cottle (1991) la capacidad de respuesta se comprende como la actitud que las personas muestran para ayudar a otras o para suministrar una acción de servicio de manera rápida, esto también involucra la fiabilidad, y la forma de cumplimientos de compromisos.

La capacidad de respuesta ayuda de manera fundamental en el desarrollo de los procesos que se dan para cumplir con las necesidades de los clientes, ser ágiles y sobre todo atentos ayudará a conseguir la satisfacción según los requerimientos de los clientes y de esa manera hacerlos sentir cómodos.

### ***Eficiencia***

Para Dykinson (2007) la eficiencia es cuando se logran las metas u objetivos trazados con el más mínimo gasto posible de recursos, se menciona que el concepto de eficiencia puede fundamentarse dentro de organizaciones, así como también en diferentes acciones que las personas realizan y logran de manera muy oportuna y audaz.

La eficiencia se obtiene cuando se logra un determinado objetivo que se ha fijado, esta se puede obtener al cumplir metas personales o alguna actividad del momento, además, esta es una habilidad que las personas pueden aplicar en muchas situaciones de la vida cotidiana.

### ***Disposición***

De acuerdo con Pozzolo (2018) dice que la disposición son formulaciones al interior de las organizaciones como mandamientos normativos, que las personalidades a cargo deben cumplir, la disposición una vez identificada explica que es el punto de partida para ayudar en cualquier aspecto a personas que requieran peticiones de apoyo.

La disponibilidad de las personas que dan servicio permite ayudar de manera inmediata a los usuarios que tienen una necesidad, al cumplir con esas peticiones se logrará un cliente satisfecho, sobre todo permite que este se sienta escuchado y tenga una percepción buena del servicio.

### ***Atención***

Según Fuente (2015) la atención permite favorecer la concentración en partes de la información que las personas receptan desde el exterior, mediante los órganos de los sentidos, como del interior estas pueden ser los recuerdos, ideas e imágenes que se guardan en la memoria para que luego se puedan procesar de manera eficiente.

La atención es algo primordial para obtener argumentos sobre el servicio que se brinda en los establecimientos, posteriormente permite comentar o describir las percepciones del lugar o de las acciones que realizan para cumplir con cada cosa que el cliente necesita o lo que le van a brindar.

## **Tangibilidad**

Según Pardo (2014) la tangibilidad se enfoca en determinar las propiedades específicamente físicas o bien materiales, analizando las características de las funcionalidades o estéticas que contienen los servicios o productos, el grado de tangibilidad varía según las características de estos.

La tangibilidad de los materiales del establecimiento es una parte en la que se detecta cómo y en qué estado están estos, a partir de eso realizar un diagnóstico y ver si están en adecuadas condiciones y si no es así se debe realizar el mantenimiento preciso para mejorar la estética.

## ***Instalaciones***

Castells (2012) menciona que las instalaciones están enfocadas en atender específicamente la demanda del bienestar de las personas, esto tiene que ver con las condiciones y rendimiento y por supuesto deben estar en buen estado para su utilización.

Las instalaciones son los espacios que los establecimientos tienen para acoger a las personas cuando adquieren un servicio, estas deben estar óptimas condiciones para dar una buena presencia a vista de todos.

## ***Diseño***

Valls (2020) menciona que el diseño es una actividad enfocada en la proyección que consiste en desarrollar los rasgos o propiedades de carácter formal de los objetos que son reproducidos de manera industrial o comúnmente tradicional.

El diseño es algo importante para dar un realce a las propiedades de las instalaciones de los establecimientos que dan un servicio, al tener algo llamativo las personas optarán por visitar el lugar y sobre todo adquirir los servicios que se ofrecen.

## ***Equipamiento***

Bevilacqua (2021) se refiere que es una acción con un enfoque de satisfacer las necesidades que tienen que ver con actividades de origen funcional, y que están vinculadas directamente a un determinado lugar, el equipamiento incluye muchos productos o herramientas útiles para diversas actividades.

El equipamiento de las instalaciones facilita las actividades de las personas, dado que al tener las herramientas necesarias y adecuadas al momento o en el espacio donde se encuentran las personas permite agilizar los procesos que se lleven a cabo.

### **Seguridad**

González (2023) menciona que la seguridad debe ser entendida o bien interpretada como una acción que permite guiar o movilizar a individuos, de espacios que tengan riesgos potenciales y que sean peligrosos para la integridad humana, la propiedad debe desarrollar un programa de seguridad integral para evitar cualquier anomalía.

La seguridad es un aspecto muy importante para la comodidad de las personas, debido a que estas se sienten bien en lugares que son serenos y en los cuales prioricen la tranquilidad y el resguardo personal de cada individuo.

### ***Control***

Para Pérez (2013) el control se enfoca en un estilo de organización y dirección, que puede integrar y sobre todo motivar de muy buena manera las acciones y conductas de las personas y sobre permite fortalecer las capacidades o en un caso no favorable anularlas y no permitir un desarrollo potencial de control.

El control de actividades o situaciones permite obtener un desarrollo de eficaz de los procesos que se realizan en los establecimientos, al estar pendientes de las acciones que se realizan se pueden detectar anomalías y buscar solución inmediata para contrarrestarlas.

### ***Mantenimiento***

Según Ruiz (1981) se refiere a la inspección de equipos de una forma y manera periódica para verificar si estos están en buenas condiciones, a partir de aquello evidenciar si existe un desperfecto en algún equipo y luego hacer los ajustes correspondientes con avisos previamente programados para no interrumpir ninguna acción del servicio.

El mantenimiento es una acción que permite aumentar la vida de útil de los objetos, al dar un adecuado seguimiento a las herramientas o equipos se pueden establecer acciones para fortalecer las propiedades de cada uno de estos.

### ***Vigilancia***

Egas & Eguizabal (1986) mencionan que la vigilancia es el órgano fundamentalmente encargado de la supervisión respectivamente de todas las actividades que una organización realiza, de acuerdo con las acciones se fiscalizan los actos indebidos por parte de la administración que está presente o de turno.

Vigilar cada una de las actividades y dar un seguimiento a cada una de estas, permite obtener argumentos y analizar si las acciones o lineamientos establecidos se realizan de manera adecuada.

### ***Satisfacción del cliente***

Para Tarodo (2011) la satisfacción del cliente es una evaluación por parte de las personas que adquieren un servicio o producto, al hacerlo se convierten en consumidores y calificadores, haciendo menciones respecto a un servicio y dependen de que este servicio responda a sus expectativas y necesidades.

Fornell (2008) menciona en su libro que según Jack Trout, la satisfacción del cliente es distinguidamente una obligación que todo servicio o producto debe lograr, ya que, sin esta los clientes optarían por elegir otros servicios o productos de otra organización, el cliente satisfecho es un libro de ganancias que toda empresa, debe leer.

La satisfacción del cliente es un aspecto fundamental para que los clientes se sientan agradecidos e importantes al elegir un servicio, dado que al cumplir con las necesidades de estos se obtienen buenos comentario según sus percepciones, lo cual es un estímulo para mejorar cada día el servicio que ofrecen los establecimientos.

### ***Fiabilidad***

González (2000) se refiere a esta palabra cómo la probabilidad de un buen y gran funcionamiento de acciones o de algo en específico, esta según la interpretación se argumenta de hipótesis teniendo en cuenta las circunstancias de riesgos, y también se relaciona con la confianza a un sistema.

La fiabilidad es la confianza que se da por parte de las personas hacia una acción esperando que esta se ejecute o de resultados sin fallas, obteniendo así buenos términos tal y como se lo esperaba.

### ***Comunicación***

Pelayo (2001) menciona que de manera argumentativa y general la comunicación es afirmada como un proceso muy importante mediante el cual se desarrolla una transmisión de información a un destino el cual se elige para ser destino a una fuente de destinatario o bien receptor.

La comunicación es una acción muy importante para obtener argumentos de las distintas situaciones que se pueden dar, al establecer un diálogo aumenta la confianza con la contraparte para llegar a un acuerdo sobre un tema dado.

### ***Responsabilidad***

Según Sinay (2006) la palabra responsabilidad es la acción y capacidad de poder responder o cumplir con los actos propios, desarrollados libremente y con la realidad concientizada en todas nuestras acciones, la responsabilidad es una cuestión singularmente transpersonal de todas y todos.

La responsabilidad es un tema primordial el cual refleja el grado de compromiso que tiene una persona para realizar o ejecutar una acción, mediante aquello se puede ver las capacidades de una persona para realizar una actividad.

### ***Servicio***

Parra (1997) menciona que el servicio es el parámetro por el cual los clientes de cualquier establecimiento de servicios o productos miden el compromiso y su enfoque social que tiene la organización hacia sus consumidores, manifestando ciertos puntos como las actitudes y acciones que se realizan para que el cliente vea que se trabaja por y para ellos.

El servicio es una acción o bien una actividad que se da por parte de un establecimiento para satisfacer los requerimientos o necesidades de los clientes, a partir de allí se pueden obtener o percibir las características de este para concluir si es de calidad o no.

### ***Empatía***

Albiol (2018) Indica que la empatía es ponerse en el lugar de otra persona frente a una circunstancia, ser empático es cuando un individuo entiende y comprende lo que sienten o piensan otros a partir de percepciones que pasan en la realidad, la observación y conocimiento.

La empatía es un valor muy importante que se puede aplicar en las diversas circunstancias de la vida, al entender las percepciones o sentimientos de otra persona permite establecer un trato justo, sobre todo actuar de la manera como cualquier otra persona quisiera ser tratada.

### ***Amabilidad***

De acuerdo con Koenig (2010) la amabilidad es una manera particular de actuar frente a otra persona, es una acción de cariño y nobleza que un ser humano entrega a otro, y esta puede integrar hechos o palabras respetuosas y cordiales, la amabilidad se refleja de manera tierna y con un enfoque de profunda sinceridad.

La amabilidad permite a las personas ser entendidas o tratadas de una forma sencilla y respetuosa, puesto que al tratar de manera calmada cualquier tema o actividad se obtiene un entorno de confianza y seguridad.

### ***Honestidad***

Navarro (2005) expresa que la honestidad es la práctica de una conducta o comportamiento recto que se vincula y ajusta a compromisos y principios de respeto y educación hacia la conciencia propia. La honestidad manifiesta y sobre todo garantiza un respaldo de confianza y seguridad e incluso integridad.

La honestidad es un valor muy importante para el desarrollo de actividades, lo cual permite realizar cualquier acción de manera justa, las personas que aplican este valor son bien vistas por la sociedad, ya que reflejan la calidad de personas que son y posteriormente a esto la integridad que tienen sobre los valores.

### ***Confianza***

Según Luhmann (2005) la confianza en el más amplio sentido de la fe de las personas y expectativas de cada uno se manifiesta que es un hecho básico y común de la vida social de todo individuo, las personas pueden elegir y decidir u otorgar confianza según sus lineamientos y para aquello estos ya tienen pensado medidas preventivas.

La confianza permite obtener un entendimiento de compromiso lo cual permite encomendar a la persona que aplica este valor acciones con un alto valor, esperando de aquellos resultados con seguridad por su grado de integridad o habilidad que aplica para alcanzar objetivos.



## Fundamentos legales

### *Constitución de la República del Ecuador*

En la Constitución de la República del Ecuador en la sección novena de las personas usuarias y consumidores, menciona los siguientes artículos:

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

La ley establece los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios.

**Art. 53.-** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

### *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*

Derechos y obligaciones de los consumidores. **Art. 4.-** Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.

Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.

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

Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar.

Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.

### ***Organización Internacional de Normalización (ISO)***

#### **ISO 2000 – Calidad del servicio**

Esta norma describe y menciona las mejores prácticas relacionadas a la calidad del servicio, lo que ayuda y sobre todo permite envolver o salvaguardar las necesidades del negocio de los clientes, establece y desarrolla una serie de requisitos para así obtener la calidad de servicio que toda organización requiere.

Menciona que se puede obtener una ventaja competitiva gracias a que con esta norma se puede demostrar la eficaz integridad y sobre todo la seguridad de las operaciones. Dado que esta promueve el desarrollo de una cultura enfocada en la mejora continua de la calidad del servicio.

#### **ISO 10004 – Satisfacción del cliente**

Esta norma explica y argumenta que ayuda a establecer y desarrollar procesos o guías para el seguimiento y por supuesto la medición de la satisfacción del cliente. Esta se fija y tiene un enfoque en los clientes externos y de acuerdo aquello se puede desarrollar e implementar un proceso para el tratamiento de las quejas que los clientes puedan tener.

Su propósito es particularmente conseguir un fortalecimiento en la confianza del cliente y para lograrlo, orienta la definición de procesos para así realizar un seguimiento y poder obtener una medición de la satisfacción del cliente y de acuerdo con eso identificar oportunidades y crear estrategias de mejoramiento para la organización en los procesos y sobre todo para alcanzar los objetivos de la organización.

## Capítulo II

### Metodología

En este capítulo de la investigación específicamente se describe la metodología aplicada, explicando el diseño de la investigación utilizado, los métodos, la población y la muestra, así como también las técnicas que se emplearon para la recolección y también el procesamiento de datos con base al cumplimiento de los objetivos de este trabajo.

#### Diseño de la investigación

Esta investigación tiene un diseño de tipo **no experimental**, puesto que en esta no se manipulan las variables del estudio, como tal se ve reflejada en las encuestas, ya que en aquella se obtienen interpretaciones de acuerdo con las opiniones de las personalidades seleccionadas y posteriormente se organizan los datos obtenidos, por consiguiente, con aquello se permite realizar un análisis de los argumentos. Entonces según las condiciones de estudio el diseño no experimental se desarrolla sin la realización de manipulación directamente sino según la observación de los factores centrados de la investigación.

También se utilizó un **alcance descriptivo**, a partir de aquello se desarrolló un análisis el cual permitió identificar la situación o realidad actual del hostel, a su vez descubrir que factores, variables y conceptos están relacionados con la calidad del servicio del alojamiento frente a la satisfacción de los clientes, obteniendo una interpretación de las acciones que suceden, para luego descifrarlos y estudiarlos, a partir de aquello obtener argumentaciones o información valiosa para el desarrollo de este trabajo investigativo.

También se aplicó un **enfoque mixto** en el cual se ve involucrado tanto el enfoque cuantitativo como cualitativo los cuales son muy importantes para el desarrollo de este estudio de investigación.

Mencionando el **enfoque cuantitativo**, con este enfoque se pudo obtener argumentación de suma importancia según el análisis de datos estadísticos, posteriormente a eso, identificar si la calidad del servicio en el hostel “Pukekos” de Ayangue contribuye de manera positiva o negativa frente a la satisfacción del cliente externo, para luego poder establecer o plantear acciones para el mejoramiento de la calidad del servicio enfocada en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente.

El **enfoque cualitativo** tuvo acción mediante la aplicación de una entrevista dirigida al dueño o propietario del hostel, con la necesidad de saber y obtener resultados de acuerdo con las acciones que realizan o desarrollan para que el servicio sea de calidad y a partir de aquello satisfacer a sus clientes. Este enfoque permite conocer desde otra perspectiva la actualidad que atraviesa o en la que está el hostel, dado que el dueño o gerente busca que sus clientes se sientan cómodos y felices por adquirir el servicio que presta el hostel y por supuesto que estos se sientan satisfechos por cumplir con sus necesidades o con sus expectativas.

## **Métodos de investigación**

### **Analítico**

La implementación de este método permitió hacer un procedimiento de comparación y de análisis acerca de los resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a los clientes y de la entrevista realizada al gerente o propietario del hostel, obteniendo así por una parte las aportaciones u opiniones de cada personalidad o cliente que visitó o adquirió el servicio de alojamiento, a partir de aquello y sus experiencias una verificación para ver si existen falencias y en qué nivel o magnitud están. Por otro lado, en cuanto a la razón de la entrevista realizada al dueño o gerente, se pudo comprobar y analizar a través de las preguntas la realidad del servicio que brinda el hostel y que acciones realiza para el buen desarrollo y mantenimiento del alojamiento.

### **Inductivo**

Este método se aplicó de acuerdo con la observación de factores que influyen en el análisis del objeto de estudio, en este caso a partir de antecedentes que han surgido sobre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, además, este método permitió brindar un conocimiento sobre el tema al propietario o gerente y al personal del hostel, cabe mencionar que se establecerán las acciones para el mejoramiento de la calidad del servicio enfocadas en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo para así poder solucionar las deficiencias que se muestren y optimizarlas, posteriormente erradicar cualquier percance, así mismo vigorizar la calidad del servicio para obtener la satisfacción de clientes de acuerdo con sus necesidades y expectativas. De esa manera aportar con ayuda necesaria para que el establecimiento tenga un óptimo desarrollo.

## Población y muestra

### Población

Se tomó como objeto de estudio, al propietario o gerente, un especialista en el tema y los clientes que visitaron o adquirieron el servicio de alojamiento en el periodo del mes de noviembre en el hostel “Pukekos” de Ayangue, en la provincia de Santa Elena. Los datos o tamaño de la población se pudieron obtener por la información brindada exclusivamente por parte del gerente del hostel, de acuerdo con eso se obtuvo la estimación considerable de personas que en ese mes visitaron y adquirieron el servicio, por tal razón, en ese periodo de tiempo se obtuvo una cantidad de 160 clientes a los cuales se pudo acceder y obtener información.

### Muestra

De acuerdo con los datos obtenidos por parte del gerente del hostel sobre los clientes que adquirieron el servicio de alojamiento en el hostel, se tomó en cuenta el período mensual del mes de noviembre lo que generó 160 clientes, los cuales fueron parte de las encuestas realizadas, y por otra parte para la entrevista se tomó en cuenta al propietario o gerente del hostel y un especialista en el tema, este trabajo se hizo con un enfoque de muestreo por conveniencia esto quiere decir no probabilístico, ya que los procesos de encuestas se hicieron de acuerdo a las personas que contrataban el servicio de alojamiento, la población o el número de personas exactas que acuden al lugar varían por esa razón se tomó en cuenta los datos de un mes específico.

**Tabla 1.** Población y Muestra

Categoría	Cantidad	Técnica
Gerente	1	Entrevista
Especialista	1	Entrevista
Clientes	160	Encuesta
Total	162	

*Nota:* Cantidad total de población y muestra para entrevista y encuestas.

Finalmente, se evidencia que el total de la muestra de este trabajo investigativo fue de 162 personas, los cuales están categorizados entre un gerente, un especialista y 160 clientes, estos respectivamente para las entrevistas y para las encuestas.

## Recolección y procesamiento de datos

### Encuesta

La técnica de encuesta fue diseñada y dirigida directamente a los clientes del hostel, con la finalidad de obtener datos a partir de percepciones acerca de la calidad del servicio y posteriormente analizar si estos quedaban satisfechos. Para que se les hiciera fácil a los encuestados al momento de contestar cada pregunta, se utilizó una escala de Likert el cual permitió que respondieran las preguntas sin ningún problema, porque la sistematización de las preguntas y las opciones de repuestas eran fáciles de entender. Posteriormente analizar los resultados y obtener conclusiones de acuerdo con las argumentaciones u opiniones de las personas encuestadas, que en este caso fueron los usuarios o huéspedes del hostel que adquirieron el servicio.

### Entrevista

La técnica de entrevista fue direccionada al propietario del hostel y a un especialista, se le realizaron preguntas relacionadas directamente con las variables del estudio de investigación las cuales son la calidad del servicio y satisfacción del cliente externo para ver qué tan informados o que conocimientos podrían mencionar sobre estas, dado que a partir de sus argumentaciones se obtuvo información relevante para el análisis del estudio y así poder conocer cuál era la situación del servicio, de acuerdo con aquello descifrar las opiniones con base a las argumentaciones y experiencias que esta persona ha atravesado en el transcurso del tiempo en la gestión de su hostel.

Posteriormente como **instrumento** para la respectiva encuesta se desarrollaron preguntas con un tipo de escala como es LIKERT, siendo un total de 10 preguntas que se realizaron para ejecutar las encuestas, las mismas que luego fueron ingresadas al programa estadístico SPSS, y con aquello desarrollar la tabulación, para obtener la frecuencia y porcentaje. El instrumento fue validado por un especialista el cual es un experto en el tema de la calidad del servicio, y luego se hizo un pilotaje utilizando el 15% de la muestra para sacar la confiabilidad del cuestionario mediante el cálculo del Alfa de Cronbach.

**Tabla 2.** Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	10

## Capítulo III

### Resultados y Discusión

#### Análisis de datos de las entrevistas

##### *Entrevista al Gerente o propietario del Hostal “Pukekos”*

#### 1. ¿Cómo considera usted la situación actual en cuanto al servicio del hostel?

El servicio del hostel actualmente y en todo el tiempo que ha brindado el alojamiento se enfoca en satisfacer las necesidades del cliente, ofrecen una atención personalizada y selectiva enfocada en los detalles, específicamente en los requerimientos de cada cliente, esto debido a la existencia de clientes de diversos gustos. Bajo una mirada económica que se plantean en el establecimiento y con aquello cumplir las expectativas planificadas.

La situación actual del hostel de acuerdo con la opinión del gerente o bien propietario da un entendimiento de que esta es positiva, pero necesita mejorar, sobre todo por el enfoque que tiene directamente y fijado en satisfacer cada necesidad de los clientes o usuarios que adquieren el servicio de alojamiento, cabe mencionar que los valores del servicio se ajustan a la economía del segmento de clientes.

#### 2. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta o afecta el servicio que brinda el hostel?

Los problemas que consideró tienen que ver con la percepción de los clientes sobre el servicio, ya que no se sabe si dan por hecho que el servicio brindado es de calidad, se sabe que todos los clientes tienen gustos y exigencias diferentes. También se puede manifestar que los clientes dudan en adquirir el servicio porque los equipos tecnológicos herramientas de seguridad no son modernos. Por otro lado, muchos de ellos no perciben de buena manera el servicio brindado por el hostel, esos serían los principales problemas que se pueden mencionar.

De acuerdo con esta pregunta se considera que esos problemas afectan directamente el desarrollo o evolución del alojamiento. El problema sobre la percepción de los clientes sobre el servicio, así como también la opinión sobre los equipos tecnológicos establecidos por el hostel, permite hacer un análisis mediante este estudio investigativo para obtener conclusiones sobre la realidad.

### **3. ¿Qué hace usted para satisfacer los requerimientos o necesidades de sus clientes?**

La comunicación es una herramienta primordial para brindar una atención al detalle y poder suplir los requerimientos de la clientela. Conversar con los huéspedes siempre ha sido una fortaleza, porque a partir de sus opiniones o argumentos puedo ver las necesidades que ellos tienen en cada momento de estadía en el hostel, a partir de aquello cumplir con esas exigencias y darles la satisfacción llenando sus expectativas de manera que estos familiaricen con el entorno y sobre todo se sientan en confianza, ya que al ser el gerente y por ende el responsable de que los clientes se sientan a gusto con el trato que se les da respecto al servicio que ofrecemos en el hostel.

La principal herramienta o acción que ejecuta el gerente del hostel fundamentalmente para ayudar y cumplir con los requerimientos de sus clientes es la comunicación, ya que se menciona que a partir del diálogo puede obtener un entendimiento completo de las necesidades de los huéspedes, por consiguiente, eso permite realizar los procesos debidos para satisfacerlos.

### **4. ¿Por qué es importante para usted que el cliente se sienta satisfecho?**

Mencionó que un cliente satisfecho es un cliente que retornará al hostel y a su vez recomendará el establecimiento con su entorno cercano, la importancia del trato y el buen servicio que brindan siempre a sus huéspedes, permite crecer con potenciales clientes bajo una mirada de conservación del estilo de descanso que es su sello. Es por esa razón que satisfacer al cliente es muy importante sobre todo para se sientan a gusto con el servicio y a su vez que el valor que pagan por el servicio lo perciban como una buena inversión.

La opinión del gerente da un entendimiento de que un cliente satisfecho puede llegar a ser una herramienta potencial muy importante para que el hostel tenga un gran alcance. Un cliente al recomendar el hostel porque le gustó el trato y el servicio brindado, permitirá atraer más clientes y sobre todo crear una fidelización por parte de este, lo que resulta favorable para el buen desarrollo del mismo, ya que al obtener clientes habituales o nuevos permitirá pensar en nuevas ideas para cumplir con las necesidades y por supuesto tomar en cuenta las sugerencias para mejorar en todos los aspectos necesarios para cumplir con las expectativas y así satisfacer a los clientes.



## **5. ¿De qué manera perciben los clientes la atención que el personal del Hostal brinda?**

Se entiende que cada grupo familiar busca estilos de descanso diferentes, es por ello por lo que se hace énfasis en el servicio que el personal brinda y en el cual se ha adoptado en que debe realizarse de modo ágiles. La percepción de la clientela objetivo es incierta ya que no se conoce con exactitud como perciben los tratos, ya que pueden existir personas que le guste lo responsable que son las medidas adoptadas en el hostel, mientras que por otro lado pueden existir personas a las cuales no le parecen bien el trato brindado y por ende no se sentirán cómodas.

Los clientes que adquieren el servicio de alojamiento dan un entendimiento de que el personal que da servicio en el establecimiento no está debidamente preparado, sin embargo no manifiestan directamente si están de acuerdo o no con el trato que se les da, entonces como regularmente son grupos los que llegan a hospedarse por ende todos ingresan, en estos grupos existen tanto personas extrovertidas como introvertidas, por lo tanto unos van a descansar y a relajarse y aceptan lo que sea, mientras que otros quizás querrán incumplir las normas del hostel disimuladamente pidiendo o exigiendo de más.

## **6. ¿Cómo define la infraestructura del hostel?**

La infraestructura del hostel se define como básica minimalista, acorde a las tarifas cumpliendo con el objetivo principal. Cabe mencionar que la infraestructura es resistente y ecológica pero necesita mantenimiento, puesto que se utiliza la caña guadua como elemento principal para dar diseño a las instalaciones como, por ejemplo: paredes, techado, e incluso en soportes y las diferentes áreas iniciando por la recepción, también se cuenta con plantas para que los clientes tengan contacto directo con la naturaleza y sientan la frescura del aire purificado, además está construido pensando en la comodidad de los clientes con espacios lindos y acogedores para dar una buena impresión a los huéspedes.

La infraestructura está diseñada para dar comodidad y sobre todo para que el cliente tenga contacto directo con los materiales de la naturaleza y entiendan cuán importante pueden ser estos para el diseño o la construcción de espacios, cabe destacar que las instalaciones necesitan un mantenimiento adecuado periódicamente para que así estos tengan una gran durabilidad y no se deterioren, el cuidado de la infraestructura del hostel permite mantener los espacios en óptimas condiciones para así, brindarle a los clientes una atención de calidad.

## **7. ¿Cómo es la capacidad de respuesta por parte de las personas que ofrecen el servicio del hostel?**

La respuesta que se busca ofrecer y brindar a la clientela es la misma que los miembros del hostel buscarían si estuvieran en el rol de los clientes o bien como huéspedes en un hostel, se busca brindar o específicamente ejecutar soluciones rápidas y honestas para que el cliente no vea afectada su estadía o descanso. Dado que el hostel al dar el servicio prioriza que el cliente se sienta a gusto con el servicio de alojamiento adquirido y es por ellos que se desarrollan ideas rápidas, pero no todas con factibles para solucionar cualquier obstáculo o inconveniente que los huéspedes puedan tener, al cumplir o satisfacer las necesidades de los clientes no solo se benefician ellos, sino que también contribuye positivamente el presente que tiene el hostel.

Las respuestas rápidas con un enfoque de dar solución a cualquier requerimiento que el cliente necesite permiten fortalecer los lazos que se tiene con los mismos al interactuar de manera clara y precisa para saber lo que ellos necesitan y sobre todo al cumplir con lo que ellos desean se podría generar la satisfacción que precisamente es lo que el hostel quiere lograr con todos los clientes.

## **8. ¿De qué manera aplica la empatía frente a sus clientes en el hostel?**

La empatía es primordial para la interacción con la clientela, así también se hace énfasis en el lenguaje y la comunicación, la cortesía, sobre todo en el servicio que se da en el hostel. Lograr una conversación con mirada cultural con los clientes entre otros permite compartir argumentos comunes. Porque lo más importe es que el cliente se sienta familiarizado con el entorno, para que de una u otra manera se sientan como en casa, porque el trato que particularmente se da a los clientes es como el que se quisiera recibir cuando se pasa a ser clientes de hoteles u hostales en cualquier lugar del mundo.

La empatía permite conocer a fondo como se siente el cliente de acuerdo con el servicio que se le da en el hostel desde otra perspectiva, cabe mencionar que la empatía es un valor muy importante en todo los aspectos en diversos campos o lugares porque ayuda a evidenciar los pensamientos o cómo se siente el cliente cuando adquiere un servicio, puesto que la otra parte debe tratar como quisiera ser tratado, entonces para asimilar como buen valor la empatía en el hostel, esta se aplica de manera adecuada para el desarrollo y evolución de la misma.

## **9. ¿Cómo define el entorno o lugar donde se encuentra el hostel?**

Se considera que el entorno o lugar geográfico en el cual está ubicado el hostel posee varias características que lo privilegian por sobre otros balnearios de la zona, ya que el lugar es concurrido, con una hermosa playa que a su vez es tranquila y la cual es visitada por muchas personas quienes buscan un excelente lugar en el que puedan relajarse, además existen aspectos que no pueden ser controlados con los dirigentes del hostel y que deben ser abordados por las autoridades pertinentes, como regulaciones y aspectos de promoción turística, entre otros. Sin embargo, se busca siempre dar solución o cumplir con estos lineamientos dado que existe una directiva comunal la cual regula los hostales, con un enfoque de que estos puedan brindar un servicio de calidad y dar una buena impresión del lugar donde se ubica el hostel.

Ayangue es la comunidad donde está ubicado el hostel, ese lugar es reconocido por su playa y con una predominancia de piscina natural, la cual es muy concurrida y por ende hay personas que prefieren explorar el lugar por días, a partir de allí buscan alojarse en hospedajes propios de la zona, el entorno de tranquilidad provoca que las personas opten por quedarse varios días y es aquí donde prevalece el servicio del hostel antes mencionado.

## **10. ¿Qué cosas considera usted que puede mejorar en cuanto al servicio que ofrece el hostel?**

El gerente del hostel considera que siempre existen aspectos que pueden ser analizados para mejorar y es por ello siempre está abierto a sugerencias o recomendaciones de buenas prácticas, con la debida reserva y así analizarlas para en un futuro no muy lejano desarrollar o darles ejecución, al momento en el que se brinda el servicio de alojamiento se está pendiente a las tendencias que surgen en el entorno, es por ello el hostel siempre está en constante cambio para mejorar el servicio y sobre todo satisfacer las necesidades de los huéspedes.

Las ideas o recomendaciones serán bien recibidas por todos los que conforman el hostel, ya que principalmente lo que se quiere lograr es mejorar cada día y a medida que pasa el tiempo crecer de manera significativa y ser reconocidos por el trato o servicio al cliente que el hostel brinda a sus huéspedes, cabe destacar que el enfoque del hostel es cumplir con los requerimientos o necesidades de los clientes para que estos se sientan satisfechos en todos los aspectos necesarios.

## ***Entrevista a especialista***

### **1. ¿Cómo define usted la calidad del servicio de los hostales en la actualidad?**

La calidad del servicio de manera general es la que marca el nivel de satisfacción de los clientes y permite a la vez crear fidelización por parte de estos, en la actualidad el servicio puede ser bueno en algunos lugares, así como también malo o regular en otros. Dado que si nos referimos al servicio brindado por hostales la demanda que estos tienen no permite cumplir con los requerimientos de todos los clientes, es por esta razón que se puede encontrar que en un lugar se cumple a cabalidad las necesidades de las personas, mientras que en otros no.

El servicio brindado por los establecimientos hosteleros no es suficiente para cubrir en totalidad los requerimientos de sus clientes, debido a la demanda y el poco personal de trabajo que estos tienen, lo que influye directamente en la calidad del servicio y sobre todo en las expectativas que los clientes tienen, posteriormente si no se cumplen aquellas imposibilita lograr la satisfacción.

### **2. ¿Cómo ha sido el servicio que a usted le han brindado en estos establecimientos?**

El servicio brindado se da dependiendo de la categoría del establecimiento, al hablar de un servicio en hoteles u hostales se puede mencionar que no ha sido 100% satisfactorio, debido a factores que influyen directamente con la calidad, por ejemplo, el tiempo de espera para ser atendidos es uno de ellos, así como también la capacidad de respuesta a cada necesidad el cual no es muy eficiente, de manera que los huéspedes no obtienen la satisfacción de acuerdo con las expectativas que tienen. Pero se puede mencionar que no todo es negativo, porque en algunos establecimientos también se ha recibido un buen trato y sobre todo han estado pendientes a las solicitudes y a todas las necesidades que se presentan en los días de alojamiento.

El servicio de los hostales depende mucho de la agilidad en los procesos, ya que para poder cumplir con las necesidades de los huéspedes o clientes se necesita desarrollar ideas rápidas y sobre todo métodos que permitan obtener las acciones necesarias para cumplir con los requerimientos de cada cliente de manera eficiente. Al cumplir esas necesidades no solo se beneficia el cliente sino también el establecimiento hostelero ya que esto aporta de manera significativa el desarrollo de este y por ende es algo positivo para ampliar la calidad y obtener la satisfacción de los huéspedes.

**3. ¿Cuáles han sido los desafíos a los que se ha enfrentado usted respecto a la calidad del servicio en los hostales?**

Los desafíos que existen en estos establecimientos como son los hostales, de acuerdo con la experiencia de la especialista en calidad son muchos y varios, se puede mencionar que un factor que influye directamente en la comodidad de los huéspedes es el de los encargados de la atención directa, existe poco criterio aplicado al momento de seleccionar al personal para brindar el servicio, ya que este no es idóneo o específicamente no está capacitado o preparado para atender y dar servicio, ya que al momento en el que se les solicitan ciertas cosas estos no tienen la capacidad de respuesta y en ocasiones no cumplen con las necesidades de los clientes, estos mencionan que deben esperar a alguien que si sabe del tema, siendo algo negativo y causante de disgusto en varios aspectos.

Los desafíos que tienen los clientes respecto a los servicios influyen de manera negativa en la percepción que tienen estos sobre los servicios, y por ende afecta el desarrollo de los establecimientos generando que estos clientes pasen la información a otros y con aquello conlleva a que estos lugares no sean recomendados.

**4. Según su perspectiva. ¿Cómo considera usted las capacidades de las personas que le han brindado un servicio?**

Mediante la opinión de la especialista se considera que es evidente y notorio que las personas que dan servicio no están bien preparadas en ese sector, además se logra evidenciar la improvisación en la prestación del servicio, falta de conocimiento de las normativas e incluso muy poca empatía al momento de atender al cliente, cabe mencionar que se debe trabajar mucho en esa parte porque las capacidades que estas personas poseen son deficientes para lograr el buen desempeño del servicio y posteriormente con esas acciones no sería posible la satisfacción del cliente.

Las capacidades de las personas que brindan un servicio no son buenas debido a la falta de preparación que estas tienen, entonces en cada actividad que hagan estas improvisan o se ingenian la forma de cumplir con los requerimientos, en este caso las necesidades de las personas o clientes. Por lo tanto, si se contratará el personal adecuado y debidamente capacitado para el puesto servicial los problemas serían escasos y sobre todo sería muy beneficioso para la organización.

## **5. ¿Cómo ve el desarrollo de la calidad del servicio en los últimos años?**

Para el desarrollo de la calidad se debe trabajar mucho en los diferentes aspectos que esta conlleva. En los últimos tiempos hay quejas de que el servicio no es muy bueno, que el trato no es adecuado, y que los trabajadores no tienen la remuneración adecuada, sin embargo en la parte del servicio es en la que más se improvisa al momento de contratar al personal, primero porque hay evasión de los beneficios que se le debe brindar al trabajador, y por consiguiente hay desconocimiento de la importancia de contratar al personal adecuado en los sectores de servicio, hay inestabilidad económica y posteriormente a eso genera al trabajador inestabilidad emocional, por lo tanto no se esmeran en la calidad del servicio.

La calidad del servicio en los últimos años se ve empañada por no dar un buen trato al trabajador el cual da un servicio, lo que genera que el trabajador no se motive y por ende no de un buen servicio. Esto se debe a que la remuneración que recibe no es de su agrado, por lo tanto, este interfiere directamente en el desarrollo del establecimiento, por ende, perjudica el desarrollo comprometiendo la calidad del servicio que se da en el lugar y que este no tenga un visto bueno.

## **6. ¿Qué cree usted que esperan los clientes en términos de la calidad del servicio en un futuro cercano?**

En un futuro cercano se espera que la calidad del servicio cuente con estándares altos y adecuados, en la actualidad cuando uno adquiere un servicio, se aspira a que este servicio este acorde a lo que se ha pagado, lo ideal sería que cuando alguien pague por el servicio no solamente satisfagan sus expectativas sino más bien que estas la superen, permitiendo que los usuarios se conviertan en promotores del servicio como tal. No hay nada más positivo que la satisfacción del cliente, para que él se encargue de hacer la promoción del servicio y por supuesto se convierta en una herramienta potencial del hostel.

Por parte de los clientes estos esperan que en un futuro cercano se mejoren los tratos del servicio que ofrecen los alojamientos, para aquellos los hostales deben mejorar sus procesos y sobre todo deben contratar al personal adecuado para que este ayude de manera significativa al hostel, ya que de acuerdo con sus acciones en el servicio este puede satisfacer las necesidades del cliente y con aquello conseguir un trato de calidad, por supuesto alcanzar la satisfacción que el cliente tanto espera.

**7. ¿Cuáles considera usted que son los principales puntos débiles en el proceso de atención al cliente de un servicio en nuestro entorno?**

Cuando se habla del servicio de alojamiento, los principales puntos débiles serían, la falta de conocimiento de las normativas, la preparación adecuada, la tranquilidad del trabajador en cuanto a la parte de beneficios que obtiene como tal. Además, existe una problemática que se puede mencionar que se da a nivel nacional, el cual se encuentra en el segmento de turismo especialmente en los establecimientos de alojamiento, en este se nota la improvisación por parte de los trabajadores, esto debido a que no se establecen normativas sobre la contratación de los trabajadores en este segmento.

Al no tener esas normativas, los gerentes de estos establecimientos pueden contratar a cualquier persona que tenga la necesidad de trabajar, y no se fijan o percatan que este puede afectar de manera directa el desarrollo del hostel, la necesidad y el beneficio de los gerentes de estos establecimientos es más fuerte que el desarrollo que le pueden dar al mismo, lo cual sería de gran beneficio y por ende ganarían ambas partes pero como no hay preparación para contratar el personal adecuado estos no asimilan la realidad.

**8. ¿Qué elementos o acciones considera usted que son esenciales para garantizar un buen servicio al cliente de manera excepcional?**

Por ejemplo, al hablar de la provincia de Santa Elena, la cual es muy turística, en esta se encuentra una falencia y es que los trabajadores no dominan al menos dos idiomas, y además estos no tienen claro las funciones que se deben cumplir, es esencial que las personas que brindan el servicio estén preparadas en todos los aspectos, porque esto ayuda de gran manera a dar un servicio de calidad y sobre todo con aquello se lograría obtener la satisfacción de los clientes.

Cuando las personas visitan un hostel y preguntan por un manual de funciones que permita a través de una estructura organizacional dentro del hostel servir de manera adecuada en ocasiones no hay respuesta para tal pregunta, entonces las personas se dan cuenta que no existe tanto un manual de funciones ni una estructura organizacional, entonces es esencial que los alojamientos tengan estos manuales, cabe mencionar que el contrato del personal es polivalente lo que quiere decir explotación laboral, lo que da un entendimiento de que el trabajador cumple una o tres funciones, y los gerentes se ahorran esos sueldos, entonces sería esencial que contraten la cantidad adecuada de trabajadores para dar un buen servicio.

**9. ¿Qué ideas innovadoras ha visto en los hostales u organizaciones para el mejoramiento de la calidad del servicio?**

Existen hostales que se encuentran en el proceso de innovación para llamar la atención de los turistas, se podría mencionar que esto atraería a más clientes. Para los gerentes sería más fácil aplicar métodos que están relacionadas con la parte ambiental, por ejemplo: hacer que las personas de la comunidad trabajen en un producto que pueda ser consumido por el establecimiento, a partir de allí crear un proyecto sostenible social crucial que beneficie tanto a la comunidad como al establecimiento,

Ver si un producto de la zona es útil podría ser beneficioso, para llevar a cabo un proyecto, primero capacitan a las personas, luego los convierten en proveedores de esos productos o servicios como por ejemplo jabones artesanales, los recuerdos que dan dentro del mismo hostel, además vincular actividades que tengan que ver con el desarrollo, permitiendo a las personas tener sus propios emprendimientos, por ejemplo el servicio de gastronomía tradicional o incluso panadería artesanal, estos son algunos de los proyectos que están relacionados con la innovación para el beneficio de la calidad del servicio.

**10. Si tuviera la oportunidad de proponer cambios significativos para mejorar la calidad del servicio ¿Cuáles serían y por qué?**

Se considera que lo primero sería brindar una capacitación al personal de trabajo que da el servicio, ya que este aspecto es muy importante, en ocasiones las universidades inducen a sus estudiantes en trabajos para su capacitación en la parte de vinculación la cual está enfocada en el servicio al cliente, muchas instituciones se han esmerado en dar esta clase de capacitaciones de servicio. Cabe mencionar existe una contraparte, la cual indica que de nada sirve dar capacitaciones sino va a existir un seguimiento o una sanción para quien no aplica lo enseñado en las capacitaciones, entonces es algo que solamente en el momento de la capacitación se toma en cuenta a través de una pequeña practica y ahí se queda.

Programas de capacitación, proponer nuevas ordenanzas que estén enfocadas en la contratación del personal idóneo para cada uno de los puestos, políticas para los trabajadores que brindan el servicio, y fomentar las buenas prácticas, y sobre todo instruir los valores primordiales para cumplir con el compromiso hacia los clientes tanto al gerente como a los trabajadores y de esa manera mejorar y dar un buen servicio de calidad sabiendo que eso va a ser lo que les va a permitir ganarse la confianza y la fidelidad del cliente.



## Análisis de datos de las encuestas

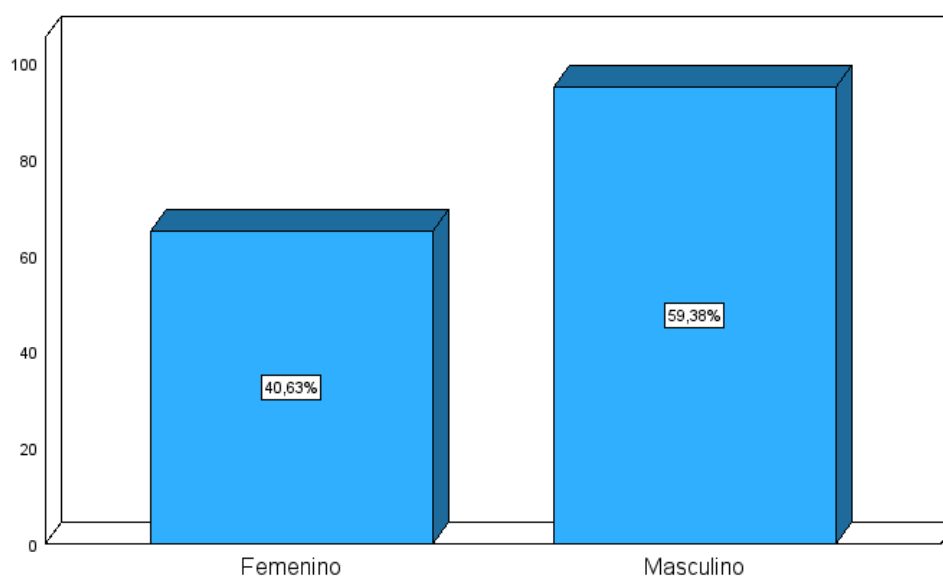
**Tabla 3. Género**

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	65	40,63%
Masculino	95	59,38%
Total	160	100%

*Nota:* Género de los clientes o usuarios encuestados.

**Figura 1. Género**

Género



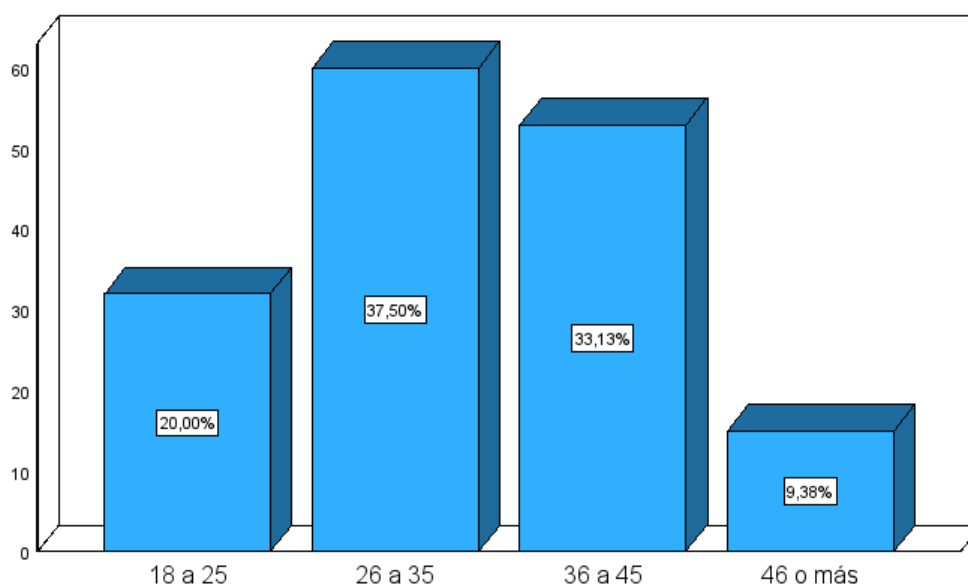
*Nota:* Género de los clientes o usuarios encuestados.

En la figura, se puede visualizar la determinación del género de los clientes o usuarios que ingresaron y adquirieron el servicio de alojamiento, la afluencia que existe según los resultados muestra que hay un porcentaje de 40,63% lo cual pertenece a 65 personas del género femenino, mientras que por el lado del género masculino dio un porcentaje significativo de 59,38% en el que se vieron involucrados 95 personas de este género. Por lo tanto, se entiende que las personas del género masculino son quienes predominan en adquirir el servicio de alojamiento en el hostel.

**Tabla 4. Edad**

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25	32	20,0%
26 a 35	60	37,50%
36 a 45	53	33,13%
48 o más	15	9,38%
Total	160	100%

*Nota:* Edad de los clientes o usuarios encuestados.

**Figura 2. Edad**

*Nota:* Edad de los clientes o usuarios encuestados.

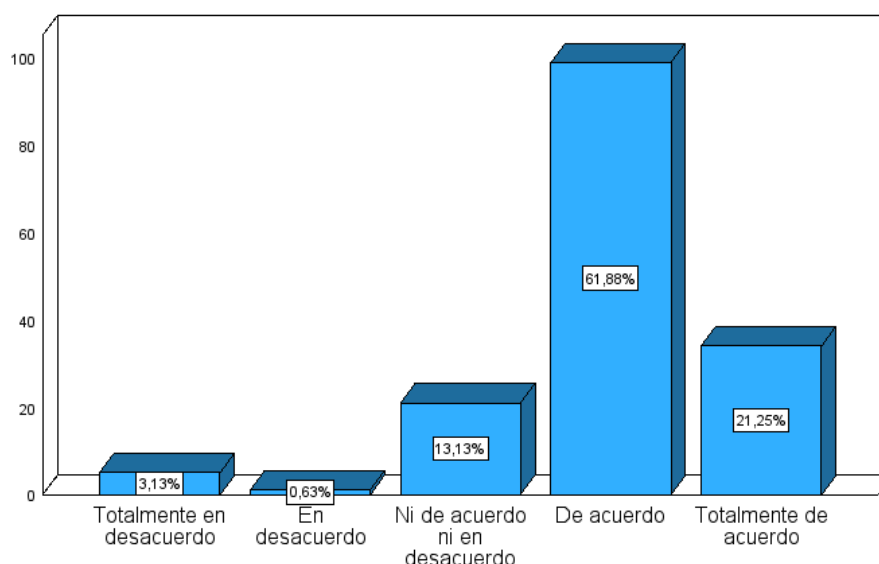
Es importante saber el rango de edad de los encuestados para la recolección de información, a través de la obtención de resultados se pudo evidenciar que las personas de mayor afluencia que tiene el hostel tienen entre 26 a 35 años los cuales están representados con un porcentaje de 37,50%, luego se evidenció que el rango que sigue es el de 36 a 46 años los cuales están representados con un 33,13%. Cabe mencionar que el hostel cuenta con clientes de todas las edades, posteriormente se determinó que los rangos de edades antes mencionados son los que predominan adquiriendo del servicio de alojamiento del Hostel.

**Tabla 5.** El personal de trabajo del Hostal estuvo disponible de manera inmediata para ayudar en lo que necesitaba.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	3,13%
En desacuerdo	1	0,63%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	13,13%
De acuerdo	99	61,88%
Totalmente de acuerdo	34	21,25%
Total	160	100%

*Nota:* Disponibilidad inmediata del personal de trabajo del hostal

**Figura 3.** El personal de trabajo del Hostal estuvo disponible de manera inmediata para ayudar en lo que necesitaba.



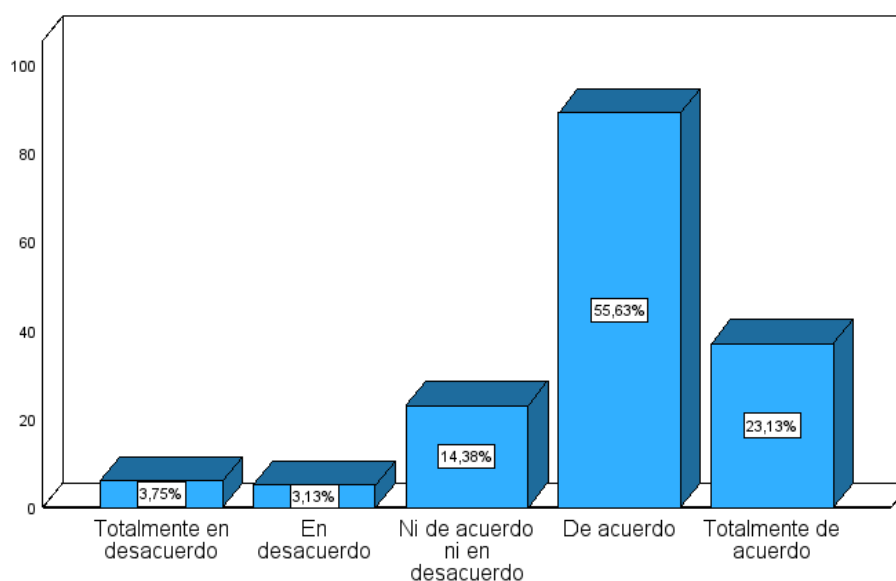
*Nota:* Disponibilidad inmediata del personal de trabajo del hostal

Los resultados de las encuestas muestran que las personas o clientes del hostal estuvieron de acuerdo con 61,88% con respecto a la disponibilidad inmediata del personal de que da servicio para ayudar en lo que ellos necesitaban, mientras que un 3,13% estuvieron totalmente en desacuerdo, lo cual demuestra que hay fallas. La atención es muy importante para que el usuario se sienta cómodo y sobre todo feliz, porque cumpliendo de manera responsable sus necesidades o peticiones estos quedarán agradecidos y por ende satisfechos por las buenas acciones hacia a ellos, cabe destacar que las personas ven como es el trato que les dan y así en próximas ocasiones volver o recomendar el lugar a alguien más.

**Tabla 6.** La atención del servicio en cuanto al tiempo de respuesta fue eficiente.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	3,75%
En desacuerdo	5	3,13%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	14,38%
De acuerdo	89	55,63%
Totalmente de acuerdo	37	23,13%
Total	160	100%

*Nota:* Eficiencia de respuesta en la atención del servicio

**Figura 4.** La atención del servicio en cuanto al tiempo de respuesta fue eficiente.

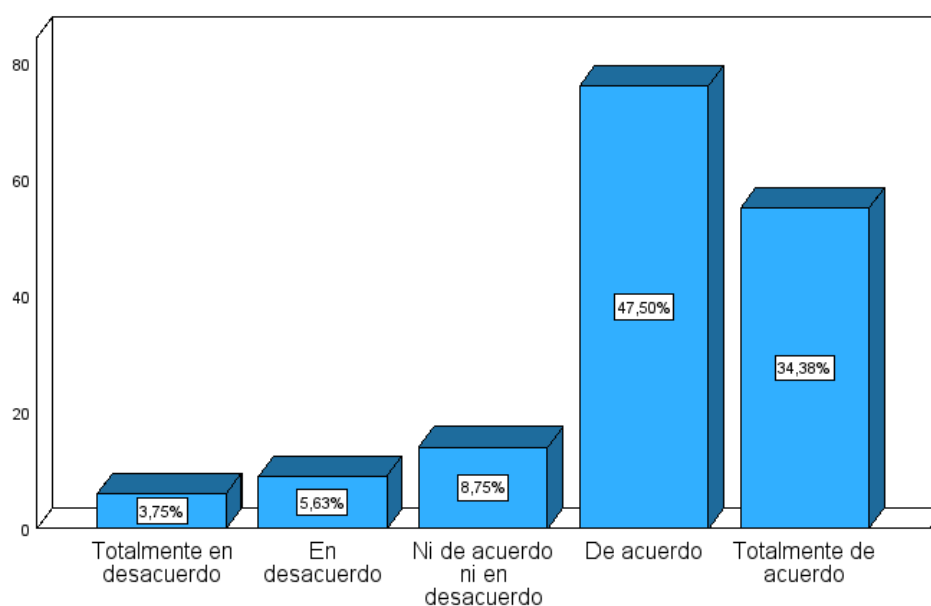
*Nota:* Eficiencia de respuesta en la atención del servicio

Los usuarios o clientes según los resultados obtenidos de las encuestas, mencionaron que si están de acuerdo con la eficiencia sobre la atención del servicio en cuanto al tiempo de respuesta, lo cual en porcentaje según los datos es de 55, 63%, cabe destacar que hay un porcentaje de 23,13% de usuarios o clientes que mencionaron que están totalmente de acuerdo con la eficiencia en cuanto al tiempo de respuesta del servicio, esto quiere decir que el servicio del personal del hostel es muy atento y sobre todo se enfocan en cumplir con las necesidades de los clientes del alojamiento, pero también hay un porcentaje de 3,75% que están totalmente en desacuerdo y 3,13% en desacuerdo, ese porcentaje permite analizar maneras de como satisfacer a ese conjunto de personas y así cumplir con sus exigencias.

**Tabla 7.** Las instalaciones del Hostal están en buen estado.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	3,75%
En desacuerdo	9	5,63%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	8,75%
De acuerdo	76	47,50%
Totalmente de acuerdo	55	34,38%
Total	160	100%

*Nota:* Estado de las instalaciones

**Figura 5.** Las instalaciones del Hostal están en buen estado.

*Nota:* Estado de las instalaciones

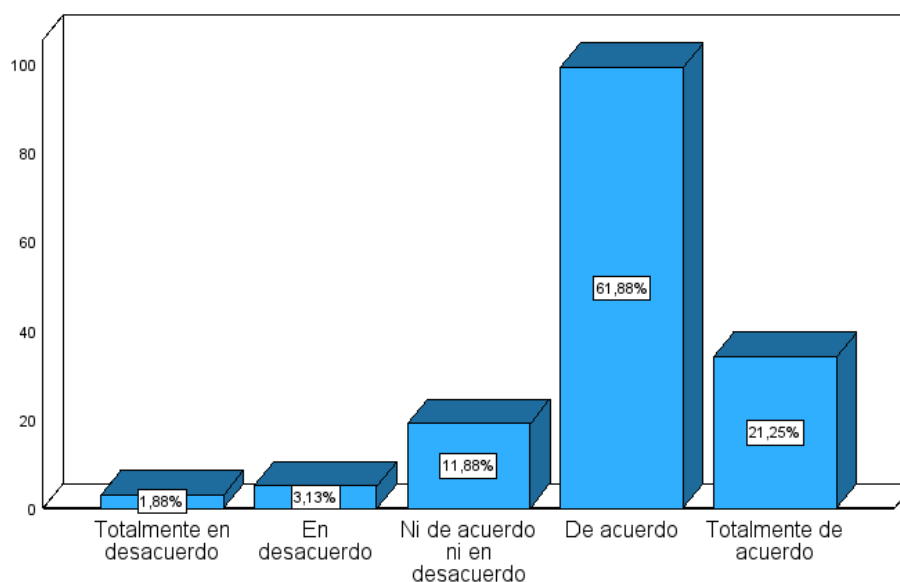
Este gráfico muestra las opiniones sobre el estado de las instalaciones del hostal, dando como resultado según las encuestas realizadas que el 47,50% de usuarios o clientes mencionaron que están de acuerdo sobre el buen estado de las instalaciones del hostal, mientras que un 34,38% de clientes están totalmente de acuerdo, ,mientras que un 5,63% estuvieron en desacuerdo y un 3,75% lo que quiere decir que las instalaciones están en condiciones pero necesita un mejoramiento más adecuado, ya que estas sirven de mucho para las personas que se alojen en este prestigioso lugar, cabe mencionar que esto genera satisfacción a todos los clientes o usuarios, ya que estos buscan un buen lugar acogedor y sobre todo que cumpla con sus expectativas en cuanto a servicio y sobre todo calidad.

**Tabla 8.** Los equipos proporcionados por el hostel (wifi, televisión, a/c, etc.) funcionan correctamente.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1,88%
En desacuerdo	5	3,13%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	11,88%
De acuerdo	99	61,88%
Totalmente de acuerdo	34	21,25%
Total	160	100%

*Nota:* Funcionamiento correcto de los equipos del hostel

**Figura 6.** Los equipos proporcionados por el hostel (wifi, televisión, a/c, etc.) funcionan correctamente.



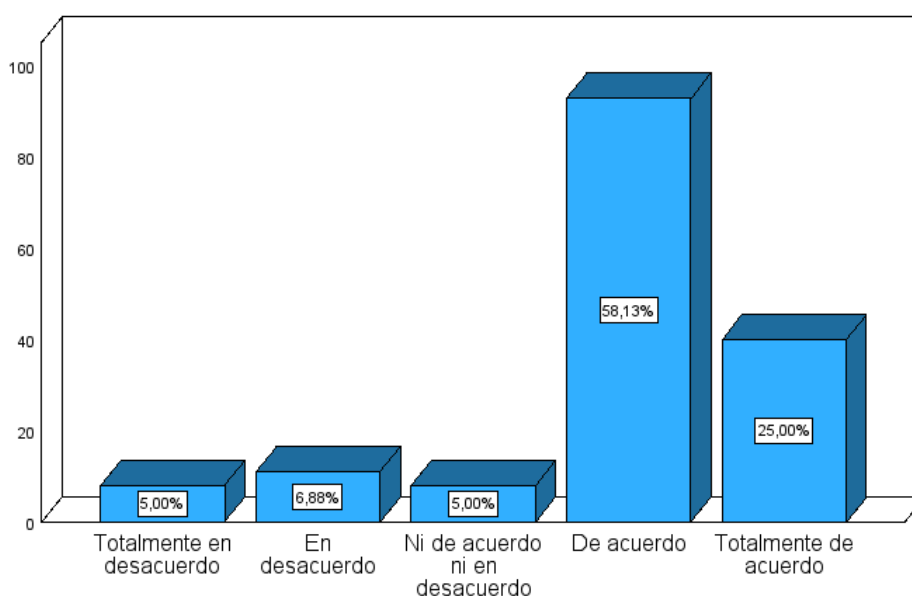
*Nota:* Funcionamiento correcto de los equipos del hostel

Según el análisis de los datos de las encuestas a los clientes o personas que adquirieron el servicio de alojamiento en el hostel, con un porcentaje de 61,88% mencionaron que están de acuerdo con que los equipos proporcionados por el hostel como wifi, televisión, aire acondicionado funcionan adecuadamente, mientras que un 3,13% mencionó que están en desacuerdo y un 1,88% totalmente en desacuerdo con el funcionamiento correcto de los equipos del hostel, por lo tanto se debe implementar equipos modernos y así satisfacer a los clientes.

**Tabla 9.** El Hostal tiene un buen sistema de control de seguridad y vigilancia

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	5,00%
En desacuerdo	11	6,88%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	5,00%
De acuerdo	93	58,13%
Totalmente de acuerdo	40	25,00%
Total	160	100%

*Nota:* Buen sistema de control de vigilancia

**Figura 7.** El Hostal tiene un buen sistema de control de seguridad y vigilancia

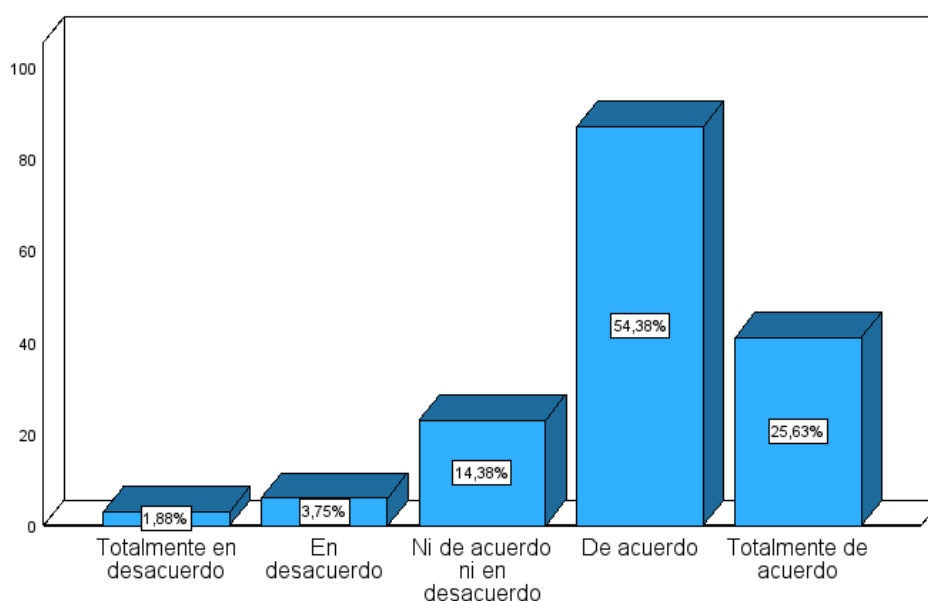
*Nota:* Control de seguridad

En esta sección sobre la dimensión seguridad, se desarrolló una interrogante sobre el hostal y si este tiene un buen sistema de control de vigilancia, según los datos obtenidos por parte de los clientes o usuarios encuestados, muestran que un 58,13% estuvieron de acuerdo que el hostal tiene un buen sistema de control de vigilancia, mientras que un 5% de las personas encuestadas manifestó que estuvieron totalmente en desacuerdo y un 6,88% en desacuerdo, por lo tanto el hostal es seguro pero se debe implementar equipos de seguridad modernos para mejorar el bienestar de las personas o huéspedes y así garantizar una buena seguridad tanto de la integridad física como social.

**Tabla 10.** El hostel protege adecuadamente la información y privacidad de sus clientes.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1,88%
En desacuerdo	6	3,75%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	14,38%
De acuerdo	87	54,38%
Totalmente de acuerdo	41	25,63%
Total	160	100%

*Nota:* Protección de información y privacidad de clientes

**Figura 8.** El hostel protege adecuadamente la información y privacidad de sus clientes.

*Nota:* Protección de información y privacidad de clientes

Este gráfico muestra la opinión sobre la protección de información y privacidad, según las encuestas realizadas a los clientes que adquirieron el servicio de alojamiento, en esta sección el resultado fue que el 54,38% están de acuerdo que el hostel protege adecuadamente la información personal y sobre todo la privacidad de todos sus clientes, mientras que un 1,88% de los usuarios seleccionaron que están totalmente en desacuerdo y un 3,75% en desacuerdo. Esto demuestra un buen grado de confianza, pero al mismo tiempo un bajo porcentaje en una cierta cantidad de personas, dado que temen por su información personal, lo cual provoca que no disfruten de su estadía cómodamente en las instalaciones del alojamiento por estar alerta en que nada alterará sus datos.

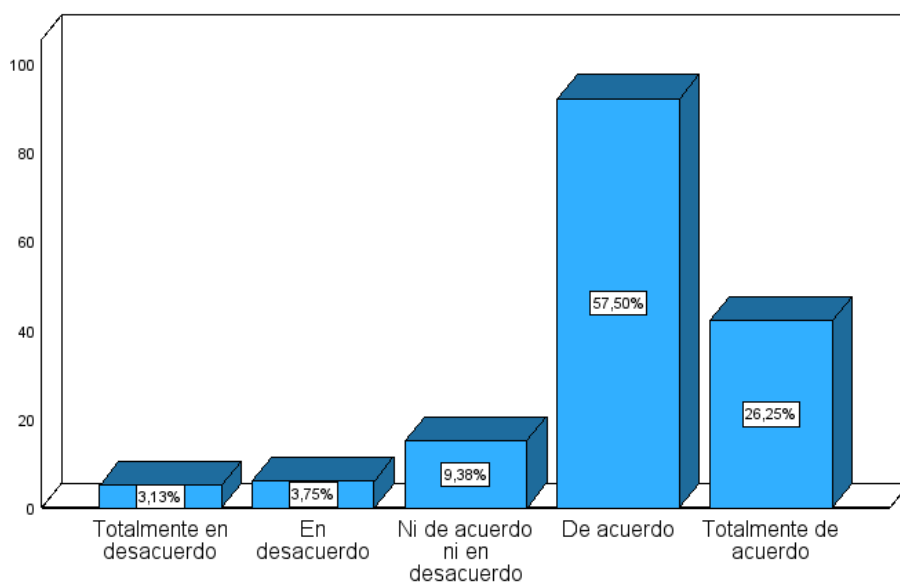


**Tabla 11.** El personal del hostel cumple de manera responsable con lo prometido en cuanto a servicios y atención.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	3,13%
En desacuerdo	6	3,75%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	9,38%
De acuerdo	92	57,50%
Totalmente de acuerdo	42	26,25%
Total	160	100%

*Nota:* Cumplimiento responsable del servicio y atención

**Figura 9.** El personal del hostel cumple de manera responsable con lo prometido en cuanto a servicios y atención.



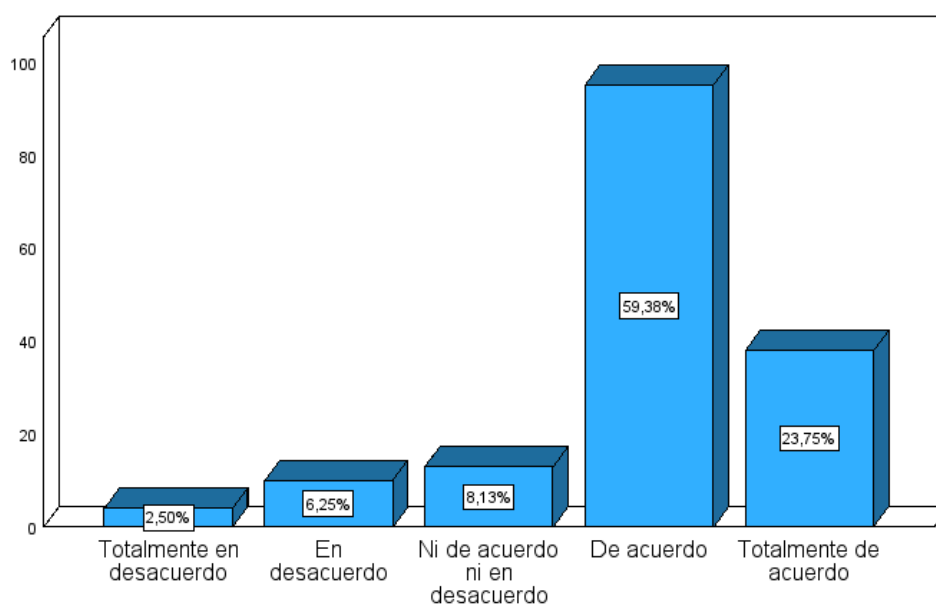
*Nota:* Cumplimiento responsable del servicio y atención

En base a las encuestas realizadas sobre el personal del hostel y si estos cumplen de manera responsable con lo prometido en cuanto a servicios y atención, los clientes respondieron a la encuesta de la siguiente manera, el 57,50% respondieron que están de acuerdo y que si cumplen de manera responsable con lo prometido sobre los servicios del hostel, pero cabe destacar que un 3,13% respondieron que están totalmente en desacuerdo y un 3,75% en desacuerdo, eso quiere decir que cierta cantidad de clientes no han sido complacidos con respecto a lo prometido por parte del servicio.

**Tabla 12.** La comunicación fue precisa y clara para resolver cual duda o inconveniente.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	2,50%
En desacuerdo	10	6,25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	8,13%
De acuerdo	95	59,38%
Totalmente de acuerdo	38	23,75%
Total	160	100%

*Nota:* Comunicación precisa y clara

**Figura 10.** La comunicación fue precisa y clara para resolver cual duda o inconveniente.

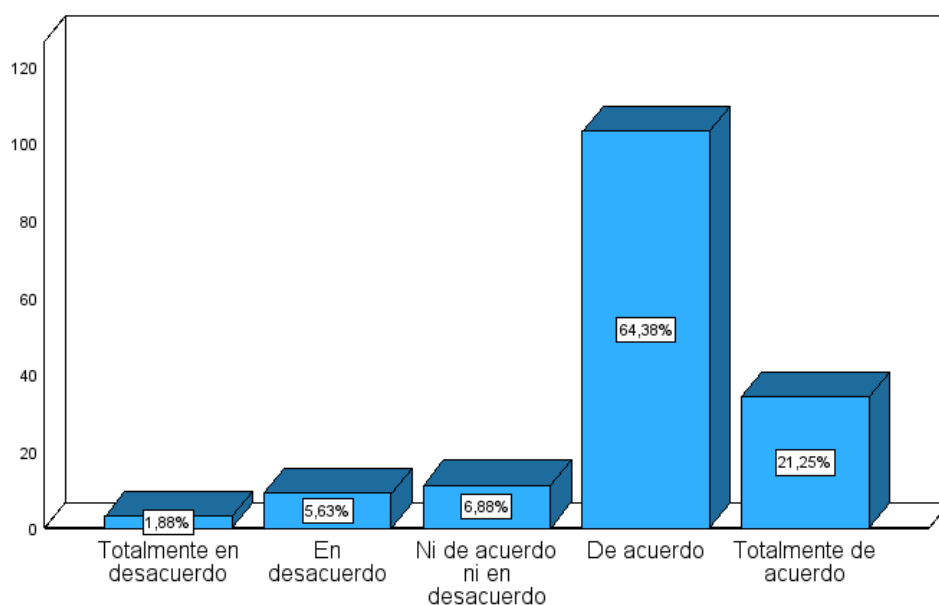
*Nota:* Comunicación precisa y clara

Según los resultados obtenidos los datos demuestran que el 59,38% de las personas o clientes encuestados mencionaron que están de acuerdo que la comunicación es precisa y clara para resolver cual duda o inconveniente que se presente durante la estadía en el alojamiento. Por otro lado, otros usuarios respondieron que están totalmente en desacuerdo, lo cual según los datos estos están representados con un 2,50% que están totalmente en desacuerdo y un 6,25% en desacuerdo, dando un entendimiento que la comunicación no es buena. La comunicación permite aclarar cualquier panorama que se presente, en este caso se debe mejorar esta acción para obtener fundamentos precisos y así mejorar la experiencia del cliente.

**Tabla 13.** *Hubo honestidad y amabilidad por parte del personal del hostel durante su estadía.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1,9%
En desacuerdo	9	5,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	6,9%
De acuerdo	103	64,4%
Totalmente de acuerdo	34	21,3%
Total	160	100%

*Nota:* Honestidad y amabilidad por parte del personal del hostel

**Figura 11.** *Hubo honestidad y amabilidad por parte del personal del hostel durante su estadía.*

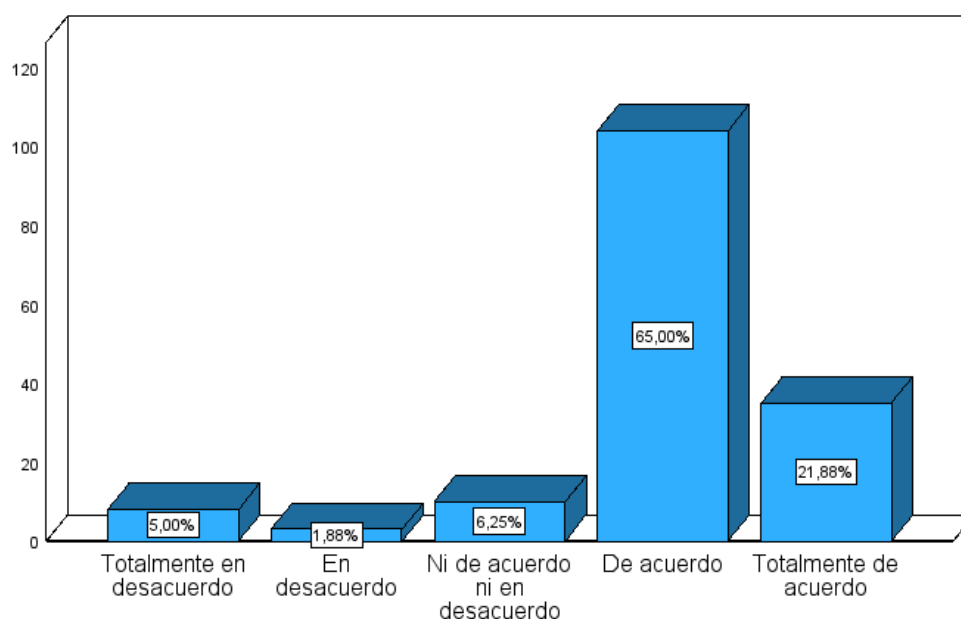
*Nota:* Honestidad y amabilidad por parte del personal del hostel

Los usuarios o clientes que adquirieron el servicio de alojamiento los cuales fueron parte de las encuestas realizadas, según los resultados obtenidos se observa que el 64,36% mencionaron que si están de acuerdo lo cual es favorable, mientras que un 5,63% mencionaron que están en desacuerdo y un 1,88% totalmente en desacuerdo, lo que demuestra que la honestidad y amabilidad por parte del personal del hostel necesita ser mejorada, esto para que los huéspedes pueda sentirse cómodos y sobre todo familiarizarse o adaptarse de gran manera al lugar o entorno del alojamiento.

**Tabla 14.** El personal de trabajo del hostel fue empático.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	5,00%
En desacuerdo	3	1,88%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	6,25%
De acuerdo	104	65,00%
Totalmente de acuerdo	35	21,88%
Total	160	100%

*Nota:* Personal del hostel empático

**Figura 12.** El personal de trabajo del hostel fue empático.

*Nota:* Personal del hostel empático

Según los datos obtenidos por las encuestas realizadas a los huéspedes, estos demuestran según sus argumentos sobre el personal del hostel y si estos fueron empáticos durante su estadía, los resultados mostraron que el 65% de estos están de acuerdo y un 21,88% están totalmente de acuerdo. Pero un 5% manifestaron que están totalmente en desacuerdo y un 1,88% en desacuerdo, Por supuesto estos resultados son favorables, pero al tener una cantidad significativa de personas que menciona que el personal del hostel no es empático se deben tomar acciones de mejoramiento en este aspecto para así brindar el servicio y el trato que esperan los clientes que adquieren el servicio de alojamiento.

## Discusión

De acuerdo con los datos obtenidos a través de la entrevista realizada al propietario o gerente del hostel, se pudo obtener argumentos necesarios para saber la realidad en la que está el establecimiento respecto al servicio y lo que hacen para satisfacer las necesidades de sus clientes. Los resultados manifestaron que el servicio trata de una atención selectiva y personalizada fijada en los detalles para cumplir con los requerimientos de cada usuario o cliente, lo cual indica que están haciendo gestiones positivas y por ende se obtendría la satisfacción que se quiere lograr en los clientes externos del alojamiento.

Se puede decir que las expectativas de los clientes deben ser tomadas en cuenta por las organizaciones o empresas debido a que estas influyen directamente en la satisfacción de los clientes y por ende surgen consecuencias significativas a partir de aquello, esto lo menciona también Rivera (2019) ya que en su trabajo de investigación se evidenció que la percepción de la calidad que brinda la empresa Greenandes fue inferior a las expectativas que sus clientes tenían, lo que particularmente se vio reflejado directamente en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta en las cuales se obtuvieron resultados realmente negativos y con un índice alto, cabe destacar que a partir de aquello se recomendó gestionar un proceso de mejora y sobre todo aplicar responsabilidad en las diferentes áreas de la empresa donde se tiene contacto directo con los clientes.

Después de analizar y describir los resultados se verificó que tanto la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son elementos muy fundamentales para el desarrollo del establecimiento o bien hostel denominado “Pukekos”, según la interpretación del gerente influyen de manera directa aspectos como la comunicación y sobre todo la empatía que se aplica, relacionando esto de manera positiva se logra dar comodidad a los huéspedes para posteriormente hacer un trabajo ágil que permita ayudar de manera que se cumplan los requerimientos o necesidades que estos tienen, este argumento de relación de aspectos es similar al trabajo de Rivera (2018) donde menciona que las acciones como la capacidad de respuesta y la satisfacción así como también la fiabilidad se relacionan de gran manera para dar un buen aporte y ser de gran utilidad a la empresa, en el cual también se verificó que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se relacionan fuertemente y por ende son positivos para el desarrollo de la empresa.

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en este trabajo de investigación a los clientes o huéspedes del hostel, se pudo evidenciar que la calidad del servicio es positiva frente a la satisfacción del cliente externo, esto debido a que la mayoría de clientes o usuarios manifestaron mediante las respuestas a la encuesta, que estuvieron de acuerdo con las interrogantes dirigidas hacia a ellos, lo que da un entendimiento de que estos quedaron satisfechos respecto a la calidad del servicio que le brindó el hostel en los días que se alojaron en el establecimiento, eso quiere decir que el personal del hostel fue atento, el servicio fue eficiente y sobre todo de calidad en varios aspectos según sus percepciones sobre las necesidades y peticiones que realizaban.

Cabe mencionar que utilizando el modelo SERVPERF y sus dimensiones se pudo realizar un estudio más a detalle para ver la realidad de los aspectos que influyen de manera directa en la calidad del servicio del hostel y posteriormente verificar si existía la satisfacción de los usuarios o huéspedes como tal. La satisfacción es algo que motiva tanto al personal del hostel como al gerente, el cual quiere un futuro de óptimo desarrollo para el hostel, algo similar se dio en el trabajo de Salas Bedoya (2021) este menciona que sus resultados fueron favorables en cuanto a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente del Policlínico Blue Medical SRL. De acuerdo con la utilización de ciertas dimensiones como son elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía se pudo analizar cuál era la realidad que tenían estos aspectos, por lo tanto, con la investigación se pudo evidenciar que el nivel o índice de estas dimensiones eran positivas y por ende de gran aporte para el desarrollo de la organización.

Por otro lado, en este estudio también se evidenció que existe un grupo pequeño de personas o bien clientes que indicaron que no estaban de acuerdo o totalmente de acuerdo respecto a las preguntas realizadas en la encuesta, eso demuestra que no quedaron satisfechos por el servicio brindado por parte del hostel “Pukekos” de Ayangue, entonces comparando con los resultados de la investigación de Lucas (2021) este menciona que los clientes del sector ferretero en la ciudad de Puerto López quedaron insatisfechos por el servicio brindado por estos establecimientos, dado que surge esta cuestión porque los administradores de estos negocios no plantean estrategias y acciones para satisfacer a sus clientes lo que resulta negativo y afecta de manera directa el desarrollo de esos negocios así como también la satisfacción de sus clientes.

### Plan de acción para mejorar la calidad del servicio

Con base a los principales resultados del presente estudio, en el cual se han identificado aspectos relacionados con el tema, se proponen acciones para mejorar la calidad del servicio enfocadas en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos”, para lograr la fidelización y sobre todo un eficaz servicio.

Objetivo	Dimensiones	Acciones	Responsable coordinador del objetivo	Tareas	Tiempo
Mejorar la calidad del servicio para el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos”	Capacidad de respuesta	Selección y contratación del personal adecuado para dar servicio	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recepción de currículums</li> <li>Preselección</li> <li>Entrevista</li> <li>Contratación e incorporación</li> </ul>	1 mes
	Tangibilidad	Mantenimiento adecuado de las instalaciones e implementación de equipos tecnológicos modernos	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inspecciones visuales y físicas</li> <li>Verificación de estado y funcionamiento</li> <li>Implementación de nuevos equipos.</li> </ul>	6 meses
	Seguridad	Implementación de botones de pánico conectados al Ecu- 911	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar áreas estratégicas para ubicar los botones</li> <li>Señalización e implementación de los botones</li> <li>Capacitar al personal y dar instrucciones de uso</li> </ul>	3 meses
	Fiabilidad	Formación continua del personal y motivación	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitaciones y cursos</li> <li>Seminarios y conferencias</li> <li>Evaluación de desempeño</li> <li>Actividades de motivación</li> </ul>	2 meses
	Empatía	Comunicación proactiva	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar la socialización</li> <li>Incentivar el respeto</li> <li>Charlas sobre la aplicación de valores</li> </ul>	1 mes

➤ **Selección y contratación del personal adecuado para dar servicio**

La selección adecuada del personal permite que el hostel aumente su calidad para dar servicio, puesto que los trabajadores al estar capacitados y saber cómo dar un servicio favorece a que los huéspedes o clientes obtengan la satisfacción según sus expectativas porque se cumplen a cabalidad sus requerimientos o necesidades. Esto conlleva también a que los clientes tengan memorables experiencias lo que generaría ser recomendados, fomentando así el desarrollo óptimo del establecimiento y generando lealtad por parte de personas que visitan el lugar una o varias veces.

➤ **Mantenimiento adecuado de las instalaciones**

Los mantenimientos adecuados preventivos del hostel ayudarían a identificar desperfectos en las instalaciones para posteriormente dar solución a los mismos de manera inmediata contribuyendo de esa manera a erradicar futuros inconvenientes, un hostel con mantenimiento periódicamente garantiza que las habitaciones se encuentren en óptimas condiciones y sobre todo favorece a que el cliente se sienta cómodo y posteriormente quede satisfecho.

➤ **Implementar equipos tecnológicos modernos**

Implementar equipos tecnológicos modernos como televisores Smart, aire acondicionado, wifi con fibra óptica, cámaras de seguridad de última generación, mejoraría la experiencia de los huéspedes en el tiempo de estadía que estos adquieren, garantizando el buen desarrollo del hostel y sobre todo la satisfacción del cliente, al tener equipos modernos se optimizarían las operaciones, además sería muy llamativo para las personas debido a que los clientes interactúan con la tecnología moderna en los últimos tiempos, a medida que pasa el tiempo las personas se interesan en la innovación de los productos o equipos tecnológicos y posteriormente quieren realizar una experimentación de los mismos.

➤ **Implementación de botones de pánico conectados al ECU911**

El servicio de botón de pánico prestado por el ECU911 es una herramienta muy importante que brinda a los ciudadanos ecuatorianos un acceso o vía rápida para solicitar ayuda en situaciones de emergencia, dado que el botón al estar activo permite una conexión directa con un centro de control donde monitorean en tiempo real las situaciones que las personas pasan al momento de pedir auxilio, esto incluye la tecnología GPS para obtener la ubicación precisa lo que agiliza la intervención del personal especializado para acudir al llamado.



➤ **Formación continua del personal y motivación**

La formación continua y motivación es una gran representación de inversión para obtener un servicio eficaz enfocado en satisfacer a los clientes con el servicio brindado, las personas que son instruidas para dar servicio pueden ser capaces de tener adaptaciones frente a las tendencias nuevas que surgen a medida que pasa el tiempo, el personal capacitado y motivado es eficiente y resuelve de manera inmediata cualquier duda o necesidad por parte de los clientes. Además, cabe mencionar que la formación del personal estimula las capacidades significativamente a quienes ofrecen o dan el servicio en el hostel y eso permitiría obtener el éxito enfocado en dar una atención de calidad a los huéspedes y así ser recomendado o reconocidos como un hostel con servicio de calidad.

➤ **Comunicación proactiva**

La comunicación es un aspecto muy importante para entender al cliente, al crear un diálogo directo se pueden obtener argumentos para saber u obtener las opiniones por parte de estos, por lo tanto, el personal que conforma el hostel “Pukekos” al tener una comunicación proactiva será ágil y sobre todo entenderá que es lo que el cliente necesita, además se generaría confianza y una capacidad de respuesta óptima para cumplir con los requerimientos, lo cual sería beneficioso ya que el cliente percibe esto como comodidad y posteriormente mediante el diálogo despejar cualquier duda entre ambas partes.

## Conclusiones

➤ En este trabajo de investigación se analizó la calidad del servicio y la satisfacción del cliente externo del hostel “Pukekos”, en este establecimiento de alojamiento la atención brindada es buena pero necesita mejorada, mencionando que el tiempo de respuesta del personal es aceptable, pero no eficiente totalmente, las instalaciones del hostel están en óptimas condiciones, pero necesitan un mantenimiento preventivo para fortalecer las propiedades, el personal del hostel fue empático pero aún necesita aplicar una comunicación efectiva para entender con precisión al cliente o huésped, la seguridad tiene un buen sistema de control pero sin embargo se necesita actualizar el sistema a uno moderno. Por lo cual se entiende que las acciones realizadas por parte del gerente y el personal han sido un tanto eficientes, pero cabe mencionar que se deben mejorar porque una cierta cantidad de clientes no percibieron de buena manera aquellas acciones, lo que da un entendimiento de que no quedaron satisfechos.

➤ Para obtener argumentos y llegar a una conclusión sobre la actualidad de la calidad del servicio del hostel, se realizaron preguntas enfocadas en esta variable de estudio, de acuerdo con los resultados se obtuvieron datos satisfactorios, así como también argumentos un poco negativos por un conjunto de personas, lo cual dirige a la necesidad de promover la motivación del personal que brinda el servicio, dado que aquellos están al tanto de las necesidades de los huéspedes. Al establecer tratos adecuados y dar cumplimiento a los requerimientos de los huéspedes, se genera confianza hacia los usuarios lo cual es fundamental. Por consiguiente, al realizar las actividades de forma efectiva contribuye de manera satisfactoria a que el servicio sea de calidad, que las percepciones de las personas sobre el servicio que da el hostel sean de gran ayuda para mejorar cualquier aspecto y así de esa forma brindar una atención sobresaliente que no solamente ayude al hostel sino también a que el cliente se sienta conforme por el servicio brindado.

➤ En cuanto a la satisfacción de los clientes externos del hostel, cierta cantidad de huéspedes se mostraron satisfechos por el servicio brindado por el alojamiento, pero por otra parte un conjunto de usuarios se mostraron insatisfechos, por lo cual se evidencia que no cumplieron con las expectativas que estos tenían sobre el servicio y las capacidades de este, concluyendo que el nivel de satisfacción de estos es bueno pero se necesita que este aumente solucionando las falencias del conjunto de personas insatisfechas, para que de esa manera luego el hostel tenga una gran referencia sobre el cumplimiento de las necesidades.

Entender al cliente y saber lo que necesita permitirá obtener resultados totalmente positivos de tal manera que las expectativas sobre lo prometido en cuanto a servicio y atención se cumplan. Cabe mencionar que se verificó mediante el análisis de los resultados que el personal que conforma el hostel aplica empatía pero necesita un mejoramiento en el tema de la comunicación para entender aún más a los clientes y así servirles de manera adecuada, también se obtuvieron argumentos de que la honestidad y sobre todo la amabilidad con la que se trata al personal en su estadía influye de manera directa en la satisfacción que estos pueden tener, al cumplir con las necesidades de los huéspedes se obtiene fidelización y agradecimiento por parte de estos, posteriormente de esa manera ser reconocidos o recomendados por el buen trato y servicio de calidad.

➤ Respecto al planteamiento de acciones para el mejoramiento de la calidad del servicio enfocadas en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo en el hostel, se concluye que son fundamentales debido a que ayudarían a mejorar el desarrollo de la calidad del servicio y sobre todo porque intervienen significativamente en la satisfacción de los huéspedes o bien clientes externos. Cabe destacar que estas acciones mejorarían no solo la atención del servicio, sino también otros aspectos, como la comunicación, lo cual permite entender con certeza lo que el cliente o huésped necesita, la realización de un adecuado mantenimiento de las estructuras e instalaciones, para tener un hostel que resalte sobre el resto, una debida selección y contratación de personal para dar el servicio en el hostel, dado que una persona preparada en el tema es ágil y sobre todo dispuesta a dar lo mejor para que el hostel sea percibido como un establecimiento con un servicio de calidad, posteriormente a eso realizar una formación continua del personal para que aquellos estén preparados para adaptarse a los cambios constantes que surgen a través del tiempo y al mismo tiempo aumentar sus destrezas y habilidades para dar un buen servicio y de esa manera obtener operadores experimentados para atravesar cualquier circunstancia dada en cualquier momento dentro del establecimiento de alojamiento y así poder sobrellevar las diferentes situaciones y llegar a una solución de manera adecuada para obtener un ambiente de comodidad y tranquilidad.

### Recomendaciones

➤ El gerente debe orientar el mejoramiento de las actividades que realiza el personal del hostel enfocadas en la calidad del servicio ,así como también el cuidado o mantenimiento de la infraestructura y modernización de equipos, puesto que a medida que pasa el tiempo existen cambios y deterioro de los materiales los cuales intervienen directamente en el desarrollo del hostel, se determinó en esta investigación que la calidad de servicio es buena, pero eso no es suficiente para cumplir con las expectativas, por lo tanto, se debe priorizar la comodidad los clientes y de esa manera obtener la satisfacción de los mismos.

➤ Es fundamental que dentro del hostel exista motivación al personal de trabajo, para garantizar la calidad del servicio, debido a que las personas que trabajan en atención al cliente son los principales responsables en generar que los huéspedes se sienta a gusto con el servicio, por lo tanto, se debe otorgar reconocimientos por sus buenas acciones e incluso dar incentivos económicos, posteriormente estos trabajarían de manera eficaz y por ende tratarían mejor al cliente, esto con un enfoque de seguir obteniendo beneficios por su trabajo.

➤ La personalización del servicio y la comunicación proactiva dirigida a los clientes son aspectos muy importantes que se deben implementar en el hostel, porque al estar al tanto de sus preferencias o necesidades se podrá ayudar y sobre todo analizar la adecuada propuesta para que el cliente en este caso pueda elegir lo que más le convenga para su comodidad, como por ejemplo: habitaciones, equipos o cosas adicionales que estos deseen, con aquello cumplir con sus expectativas y sobre todo obtener la satisfacción de cada uno de los huéspedes.

➤ Se recomienda implementar las acciones de fortalecimiento para la calidad del servicio enfocadas en la satisfacción del cliente externo porque estas ayudarían a mejorar los procesos dentro del hostel para garantizar una buena atención a los huéspedes, lo cual generaría una rentabilidad positiva y permitiría atraer más clientes potenciales fundamentales para el crecimiento o desarrollo en varios aspectos del hostel ubicado en la comunidad de Ayangue, al estar ubicada en un zona concurrida este debe tener un nivel favorable en atención al cliente y brindar una calidad adecuada enfocada en satisfacer las necesidades de sus clientes.

## Referencias

- Albiol, L. M. (2018). *La empatía: Entenderla para entender a los demás*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/La\\_empat%C3%ADa/MPakDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=empatia&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/La_empat%C3%ADa/MPakDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=empatia&printsec=frontcover)
- Bevilacqua, F. (2021). *Diseño de interiores: Equipamiento y mobiliario*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Dise%C3%B1o\\_de\\_interiores/tRk3EAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=equipamiento&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Dise%C3%B1o_de_interiores/tRk3EAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=equipamiento&printsec=frontcover)
- Cardona, R. A., & Cardona, S. D. (2023). Lealtad de marcas y satisfacción del cliente. En M. R. Arraya, *Tópicos de Economía y Administración Vol. 1* (pág. 7). Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. [https://www.researchgate.net/profile/Romel-Brun/publication/381302462\\_Topicos\\_Selectos\\_de\\_Economia\\_y\\_Empresa/links/66670bfab769e7691926ca3f/Topicos-Selectos-de-Economia-y-Empresa.pdf#page=11](https://www.researchgate.net/profile/Romel-Brun/publication/381302462_Topicos_Selectos_de_Economia_y_Empresa/links/66670bfab769e7691926ca3f/Topicos-Selectos-de-Economia-y-Empresa.pdf#page=11)
- Castells, X. E. (2012). *La vivienda y el confort: Energía, agua, medioambiente*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/La\\_vivienda\\_y\\_el\\_confort/Wr7gEvF5vAoC?hl=es&gbpv=1&dq=la+vivienda+y+sus+instalaciones&pg=PA580&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/La_vivienda_y_el_confort/Wr7gEvF5vAoC?hl=es&gbpv=1&dq=la+vivienda+y+sus+instalaciones&pg=PA580&printsec=frontcover)
- Cottle, D. W. (1991). *El Servicio centrado en el cliente*. Diaz de Zantos, S.A.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/El\\_Servicio\\_centrado\\_en\\_el\\_cliente/o37JeJi0-qoC?hl=es-419&gbpv=1&dq=Capacidad+de+respuesta+al+servicio&pg=PA40&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/El_Servicio_centrado_en_el_cliente/o37JeJi0-qoC?hl=es-419&gbpv=1&dq=Capacidad+de+respuesta+al+servicio&pg=PA40&printsec=frontcover)
- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Calidad\\_en\\_el\\_servicio\\_a\\_los\\_clientes/y3yWnHrzW-0C?hl=es-419&gbpv=1&dq=calidad+de+servicio&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Calidad_en_el_servicio_a_los_clientes/y3yWnHrzW-0C?hl=es-419&gbpv=1&dq=calidad+de+servicio&printsec=frontcover)
- Dykinson. (2007). *Análisis de eficiencia de los departamentos universitarios*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/An%C3%A1lisis\\_de\\_eficiencia\\_de\\_los\\_departame/Iw2As3DTjmsC?hl=es-419&gbpv=1&dq=que+es+la+eficiencia&pg=PA1&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/An%C3%A1lisis_de_eficiencia_de_los_departame/Iw2As3DTjmsC?hl=es-419&gbpv=1&dq=que+es+la+eficiencia&pg=PA1&printsec=frontcover)
- Egas, O., & Eguizabal, O. (1986). *Manual de organización y funciones de juntas de vigilancia*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Manual\\_de\\_organizaci%C3%B3n\\_y\\_funciones\\_de\\_j/au0qAAAAYAAJ?hl=es&gbpv=1](https://www.google.com.ec/books/edition/Manual_de_organizaci%C3%B3n_y_funciones_de_j/au0qAAAAYAAJ?hl=es&gbpv=1)
- Fernández, I. M. (2014). *MF0259\_2 Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento*. Ideaspropias Editorial.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/MF0259\\_2\\_Ofertas\\_gastron%C3%B3micas\\_sencilla/xCj6CAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0](https://www.google.com.ec/books/edition/MF0259_2_Ofertas_gastron%C3%B3micas_sencilla/xCj6CAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0)
- Fornell, C. (2008). *El Cliente Satisfecho*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/El\\_Cliente\\_Satisfecho/B8SendnDo7gC?hl=es-419&gbpv=1&dq=que+es+la+satisfacci%C3%B3n+del+cliente&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/El_Cliente_Satisfecho/B8SendnDo7gC?hl=es-419&gbpv=1&dq=que+es+la+satisfacci%C3%B3n+del+cliente&printsec=frontcover)

- Franco, R. (2020). *Calidad del servicio en los negocios de restauración del sector malecón del cantón Salinas*. Universidad Estatal Península de Santa Elena.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5388>
- Fuente, J. d. (2015). *La atención*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/La\\_atenci%C3%B3n/8kcfCgAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=que+es+la+atenci%C3%B3n&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/La_atenci%C3%B3n/8kcfCgAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=que+es+la+atenci%C3%B3n&printsec=frontcover)
- González, J. A. (2000). *El concepto Fiabilidad en Anthony Giddens*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/El\\_concepto\\_fiabilidad\\_en\\_Anthony\\_Giddens/DPkLXTja-W0C?hl=es&gbpv=1&dq=fiabilidad&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/El_concepto_fiabilidad_en_Anthony_Giddens/DPkLXTja-W0C?hl=es&gbpv=1&dq=fiabilidad&printsec=frontcover)
- González, R. D. (2023). *Manual de Seguridad Hotelera Avanzado*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Manual\\_de\\_Seguridad\\_Hotelera\\_Avanzado/bZrXzwEACAAJ?hl=es](https://www.google.com.ec/books/edition/Manual_de_Seguridad_Hotelera_Avanzado/bZrXzwEACAAJ?hl=es)
- Koenig, H. (2010). *Amabilidad: El amor tierno y generoso*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Amabilidad\\_alegria/xg\\_wpbyEW7QC?hl=es-419&gbpv=1&dq=Amabilidad&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Amabilidad_alegria/xg_wpbyEW7QC?hl=es-419&gbpv=1&dq=Amabilidad&printsec=frontcover)
- Lucas, I. (2021). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ*. UNESUM. unesum.edu.ec:  
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3404/1/PROYECTO%20DE%20TITULACION%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS%20ANDY%20LUCAS%20%28RESPALDO%29.pdf>
- Luhmann, N. (2005). *Confianza*.  
<https://www.google.com.ec/books/edition/Confianza/WWBknPW0C3AC?hl=es-419&gbpv=1&dq=confianza&printsec=frontcover>
- Luis Toala Zambrano, M. V. (2021). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Instituto Superior Tecnológico Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador.*, 7(3), 145-162. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8229696>
- Mariela, N., & Ramírez, N. (2018). *Análisis y propuesta de mejora de la calidad del servicio de restaurantes de tercera y cuarta categoría de la provincia de Santa Elena*. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL.  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/52107/1/T-108924%20NORIEGA%20-%20RODRIGUEZ.pdf>
- Moreno, D. M. (2014). *IMPORTANCIA DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO EN*. UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA.  
<https://repository.unimilitar.edu.co/server/api/core/bitstreams/6c48ee58-8269-4ae4-9faf-507e7f9807ea/content>
- Navarro, R. (2005). *Trabajar bien, vivir mejor*.  
[https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&scas\\_esv=8785e4754248b691&sxsrf=ADLYWIL4nQ0cfAFuY5\\_yvYzL6R251ncrpA:1718294764259&q=libro+sobre+la+honestidad&tbm=bks&source=lnms&fbs=AE](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&scas_esv=8785e4754248b691&sxsrf=ADLYWIL4nQ0cfAFuY5_yvYzL6R251ncrpA:1718294764259&q=libro+sobre+la+honestidad&tbm=bks&source=lnms&fbs=AE)

QNm0CbCVgAZ5mWEJDg6aoPVcBgWizR0-0aFOH11Sb5tlNhd7Qv31WAq-g3XdD7m281OKzbNK

- Pardo, I. Q. (2014). *Comportamiento del consumidor*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Comportamiento\\_del\\_consumidor/-hwDAwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=tangibilidad&pg=PT18&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Comportamiento_del_consumidor/-hwDAwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=tangibilidad&pg=PT18&printsec=frontcover)
- Parra, E. d. (1997). *La virtud del servicio*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/La\\_virtud\\_del\\_servicio/aiUfbBcovDgC?hl=es-419&gbpv=1&dq=servicio&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/La_virtud_del_servicio/aiUfbBcovDgC?hl=es-419&gbpv=1&dq=servicio&printsec=frontcover)
- Pascual, J. A. (2024). *MODELOS MATEMÁTICOS APLICADOS A LA PREVENCIÓN DEL ABANDONO DE CLIENTES EN FASES TEMPRANAS DE LA RELACIÓN*. ESIC.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/MODELOS\\_MATEM%C3%81TICOS\\_APLICADOS\\_A\\_LA\\_PREV/Y14BEQAAQBAJ?hl=es&gbpv=0](https://www.google.com.ec/books/edition/MODELOS_MATEM%C3%81TICOS_APLICADOS_A_LA_PREV/Y14BEQAAQBAJ?hl=es&gbpv=0)
- Pelayo, N. (2001). *Lenguaje y comunicación*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Lenguaje\\_y\\_comunicaci%C3%B3n/5rqRZJjSZQsC?hl=es-419&gbpv=1&dq=comunicacion&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Lenguaje_y_comunicaci%C3%B3n/5rqRZJjSZQsC?hl=es-419&gbpv=1&dq=comunicacion&printsec=frontcover)
- Pérez, J. F. (2013). *Control de gestión empresarial*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Control\\_de\\_gesti%C3%B3n\\_empresarial/06ptFLzbjMC?hl=es-419&gbpv=1&dq=que+es+el+control&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Control_de_gesti%C3%B3n_empresarial/06ptFLzbjMC?hl=es-419&gbpv=1&dq=que+es+el+control&printsec=frontcover)
- Piattini, M. G. (2019). *Calidad de Servicios*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Calidad\\_de\\_Servicios/p8-4EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=calidad+de+servicio&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Calidad_de_Servicios/p8-4EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=calidad+de+servicio&printsec=frontcover)
- Pozzolo, S. (2018). *Disposición vs. Norma*.  
[https://www.google.com/search?q=que+es+la+Disposici%C3%B3n+&client=firefox-b-d&sca\\_esv=eae7a402c78866a8&biw=681&bih=634&tbm=bks&sxsrf=ADLYWIKT9zv5uoOw30Cb9UnAdBBSZmKu7A%3A1718263860526&ei=NKBqZorsH\\_6XwbkP7IGxiAM&ved=0ahUKEwiK1qXYh9iGAxX-SzABHexADDE4ChDh1Q](https://www.google.com/search?q=que+es+la+Disposici%C3%B3n+&client=firefox-b-d&sca_esv=eae7a402c78866a8&biw=681&bih=634&tbm=bks&sxsrf=ADLYWIKT9zv5uoOw30Cb9UnAdBBSZmKu7A%3A1718263860526&ei=NKBqZorsH_6XwbkP7IGxiAM&ved=0ahUKEwiK1qXYh9iGAxX-SzABHexADDE4ChDh1Q)
- RIVERA, J. (2018). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA CONSORCIO FREDY*. Universidad Autónoma de Perú. [autonoma.edu.pe](http://autonoma.edu.pe):  
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/826/Rivera%20Garcia%2c%20Jenny%20Jhoselyn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. UCSG. [ucsg.edu.ec](http://ucsg.edu.ec):  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Romero, P. A. (2024). La satisfacción del cliente y su incidencia en los tiempos de entrega de productos: Caso Distribuciones JM. *Digital Publisher*, 9(3), 174-183.  
<https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2024.3.2376>
- Ruiz, A. C. (1981). *Principios de mantemiento*.  
[https://www.google.com.ec/books/edition/Principios\\_de\\_Mantenimiento/DYE2jPk6WYAC?hl=es&gbpv=1&dq=mantenimiento&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Principios_de_Mantenimiento/DYE2jPk6WYAC?hl=es&gbpv=1&dq=mantenimiento&printsec=frontcover)

- Salas Bedoya, E. D. (2021). “*CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN EL POLICLÍNICO BLUE MEDICAL S.R.L. EN LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2020*”. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA. <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a0ae6136-ce52-4bb7-a5fc-f22faf1415f5/content>
- Sinay, S. (2006). *Elogio de la responsabilidad*. [https://www.google.com.ec/books/edition/Elogio\\_de\\_la\\_responsabilidad/M93\\_1Ec2BJQC?hl=es-419&gbpv=1&dq=responsabilidad&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Elogio_de_la_responsabilidad/M93_1Ec2BJQC?hl=es-419&gbpv=1&dq=responsabilidad&printsec=frontcover)
- Tarodo, C. (2011). *Comunicación Empresarial y Atención al cliente*. [https://www.google.com.ec/books/edition/Comunicaci%C3%B3n\\_empresarial\\_y\\_atenci%C3%B3n\\_al/56W6EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&kptab=overview](https://www.google.com.ec/books/edition/Comunicaci%C3%B3n_empresarial_y_atenci%C3%B3n_al/56W6EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&kptab=overview)
- Terán Ayay, N. T., Gonzáles Vásquez, J., Ramirez López, R., & Palomino Alvarado, G. d. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Multidisclipar*, 5(1), 1184-1197. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i1.320](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320)
- Tucunango, Y. Y. (2020). Análisis de la calidad de servicio en atención del usuario en el Ministerio de Trabajo Regional Guayaquil- Ecuador. *Tesis de Maestría en Administración Pública con mención Desarrollo Institucional*, párrafo 1. <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5231/1/ARTICULO%20CIENENOTIFICO-%20YEANYNE%20MOSQUERA%20TUCUNANGO.pdf>
- Valls, I. C. (2020). *¿Qué es el diseño?* [https://www.google.com.ec/books/edition/Qu%C3%A9\\_es\\_el\\_dise%C3%B1o/KaIXEQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+el+dise%C3%B1o&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Qu%C3%A9_es_el_dise%C3%B1o/KaIXEQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+el+dise%C3%B1o&printsec=frontcover)
- Zárraga Cano, L., Molina Morejón, V. M., & Corona Sandoval, E. (2018). *La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio*. Retrieved 21 de mayo de 2024, from redalyc.org: <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>
- Zavala, J. B., & Hasing, D. M. (2022). Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero cinco estrellas de la ciudad de Guayaquil. *Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil*. [https://www.2.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/5\\_art.2022.pdf](https://www.2.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/5_art.2022.pdf)



## Apéndice

## Apéndice 1. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<b>Calidad del servicio y Satisfacción del cliente externo en el hostel "Pukekos" de Ayangue, provincia de Santa Elena, año 2024</b>	<b>Formulación del problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	La aplicación adecuada de acciones contribuirá de manera significativa en el mejoramiento de la calidad del servicio enfocada en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo del hostel "Pukekos".	Calidad del Servicio	Capacidad de respuesta	-Eficiencia - Disposición - Atención	<b>Diseño de la investigación:</b> No experimental Descriptivo Cuantitativo Cualitativo
	¿De qué manera la calidad del servicio contribuye con la satisfacción del cliente externo del hostel "Pukekos" de Ayangue?	Analizar la calidad del servicio y su contribución en la satisfacción del cliente externo del hostel "Pukekos" de Ayangue mediante el modelo SERVPERF					
	<b>Sistematización del problema</b>	<b>Objetivos específicos</b>					
	¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio que brinda el hostel "Pukekos" de Ayangue?	Diagnosticar la calidad del servicio que actualmente brinda el hostel "Pukekos" de Ayangue.					
	¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente externo en el hostel "Pukekos"?	Analizar el nivel de satisfacción del cliente externo en el hostel "Pukekos" de Ayangue		Satisfacción del cliente	Seguridad	-control - mantenimiento - vigilancia	<b>Método de investigación:</b> Analítico Inductivo
	¿Qué acciones son factibles para el mejoramiento de la calidad del servicio enfocadas en fortalecer la satisfacción del cliente en el hostel "Pukekos"?	Plantear acciones para el mejoramiento de la calidad del servicio enfocadas en el fortalecimiento de la satisfacción del cliente externo en el hostel "Pukekos".			Fiabilidad	- comunicación - responsabilidad - servicio	<b>Diseño de muestreo:</b> Población muestra
					Empatía	- Amabilidad - Honestidad - Confianza	<b>Recolección y procesamiento de Datos:</b> Encuesta Entrevista

*Apéndice 2. Cronograma de Actividades*

UPSE		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR																						
		PERÍODO ACADÉMICO 2024-2																				
		2023																				
		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		
No.	Actividades planificadas																					
	Presentación de Anteproyecto																					
	Designación de tutores y especialistas																					
	Aprobación de temas																					
1	<i>Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:</i>																					
2	Introducción																					
3	Capítulo I Marco Referencial																					
4	Capítulo II Metodología																					
5	Capítulo III Resultados y Discusión																					
6	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																					
7	Certificado Antiplagio																					
8	Entrega de informe por parte de los tutores																					
9	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																					
10	Entrega de trabajos de titulación a los especialistas																					
11	Revisión y calificación de los trabajos																					
12	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																					
13	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																					
14	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																					
15	Aplicación recuperación y publicación de resultados																					
16	Informe final UIC 2024-2																					

### Apéndice 3.

#### Solicitud Carta Aval



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 423- JXTU-ADE-2024  
Libertad, 24 de octubre del 2024

Sr.  
Jorge Moreno  
**DUEÑO/GERENTE DE HOSTAL "PUKEKOS"**  
En su despacho. -

De mi consideración:

Estimado Señor reciba un cordial y atento saludo de quienes conformamos la carrera de Administración de Empresas.

Es grato dirigirme a usted para poner en conocimiento que he recibido solicitud del señor Torres Rodríguez Anthony Kenneth, con Cédula de Ciudadanía N° 2450134040, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas; que manifiesta la posibilidad de desarrollar el Trabajo de Titulación con el tema "**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN EL HOSTAL PUKEKOS DE AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024**" en la empresa que acertadamente usted dirige, motivo por el cual respetuosamente elevo mi petición, para que mediante una CARTA AVAL ratifique la aceptación de parte vuestra en brindar las facilidades para el desarrollo del estudio y a su vez autorice para que sea publicado en la página de la UPSE, el resumen del trabajo práctico.

Sin otro particular esperando su oportuna respuesta ante el pedido que realizamos, me suscribo de usted.

Atentamente,



Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.  
**DIRECTOR DE CARRERA**  
C.c. archivo  
JXTU/JG.

**Apéndice 4.***Carta aval*

Ayangue, 27 de Octubre de 2024

Lcdo.

José Xavier Tomalá Uribe

DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Reciba cordiales saludos por parte de quienes conforman el **Hostal "Pukekos"** ubicado en la comunidad de Ayangue, deseándole éxitos en sus labores diarias en favor de comunidad universitaria.

Sr. **JORGE MORENO, DUEÑO/GERENTE DEL HOSTAL "PUKEKOS"**, extiende su AUTORIZACIÓN ante la solicitud del estudiante **TORRES RODRÍGUEZ ANTHONY KENNETH** con cédula de identidad **2450134040**, para desarrollar el trabajo de integración curricular con el tema **"CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN EL HOSTAL "PUKEKOS" DE AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024"**.

Atentamente



Sr. Jorge Moreno

**Dueño/Gerente del Hostal "PUKEKOS"**

## Apéndice 5.

### Formato entrevista



## UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

### FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### ENTREVISTA AL DUEÑO O GERENTE DEL HOSTAL “PUKEKOS” DE AYANGUE

**Objetivo:** Analizar la calidad del servicio y su contribución en la satisfacción del cliente externo del hostal “Pukekos” de Ayangue mediante el modelo SERVPERF

#### Preguntas:

1. ¿Cómo considera usted la situación actual en cuanto al servicio del hostal?
2. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta o afecta el servicio que brinda el hostal?
3. ¿Qué hace usted para satisfacer los requerimientos o necesidades de sus clientes?
4. ¿Por qué es importante para usted que el cliente se sienta satisfecho?
5. ¿De qué manera perciben los clientes la atención que el personal del hostal brinda?
6. ¿Cómo define la infraestructura del hostal?
7. ¿Cómo es la capacidad de respuesta por parte de las personas que ofrecen el servicio del hostal?
8. ¿De qué manera aplica la empatía frente a sus clientes en el hostal?
9. ¿Cómo define el entorno o lugar donde se encuentra el hostal?
10. ¿Qué cosas considera usted que puede mejorar en cuanto al servicio que ofrece el hostal?

## **Apéndice 6.**

### *Formato entrevista*



## **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

### **FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

### **CARRERA ADMINTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **ENTREVISTA A ESPECIALISTA EN CALIDAD DEL SERVICIO**

#### **Preguntas:**

1. ¿Cómo define usted la calidad del servicio en la actualidad?
2. ¿Cómo ha sido el servicio que a usted le han brindado en negocios empresas u organizaciones?
3. ¿Cuáles han sido los desafíos a los que se ha enfrentado usted respecto a la calidad del servicio?
4. Según su perspectiva. ¿Cómo considera usted las capacidades de las personas que le han brindado un servicio?
5. ¿Cómo ve el desarrollo de la calidad del servicio en los últimos años?
6. ¿Qué cree usted que esperan los clientes en términos de la calidad del servicio en un futuro cercano?
7. ¿Cuáles considera usted que son los principales puntos débiles en el proceso de atención al cliente de un servicio en nuestro entorno?
8. ¿Qué elementos o acciones considera usted que son esenciales para garantizar un buen servicio al cliente de manera excepcional?
9. ¿Qué ideas innovadoras ha visto en las empresas u organizaciones para el mejoramiento de la calidad del servicio?
10. Si tuviera la oportunidad de proponer cambios significativos para mejorar la calidad del servicio ¿Cuáles serían y por qué?

*Apéndice 7.*

*Formato encuesta*



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES QUE ADQUIEREN EL SERVICIO DE  
ALOJAMIENTO EN EL HOSTAL “PUKEKOS” DE AYANGUE**

**Objetivo:** Analizar la calidad del servicio y su contribución en la satisfacción del cliente externo del hostel “Pukekos” de Ayangue mediante el modelo SERVPERF

Edad

Género	
Femenino	
Masculino	
Otro	

Preguntas	Criterios de Respuesta				
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo/ ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
<b>Calidad del Servicio</b>					
<b>Capacidad de respuesta</b>					
El personal del Hostel estuvo disponible de manera inmediata para ayudar en lo que necesitaba					
La atención del servicio en cuanto al tiempo de respuesta fue eficiente					

<b>Tangibilidad</b>					
Las instalaciones del Hostal están en buen estado					
Los equipos proporcionados por el hostal (wifi, televisión, a/c, etc.) funcionan correctamente					
<b>Seguridad</b>					
El Hostal tiene un buen sistema de control de seguridad y vigilancia					
El hostal protege adecuadamente la información y privacidad de sus clientes					
<b>Satisfacción del cliente</b>					
<b>Fiabilidad</b>					
El personal del hostal cumple de manera responsable con lo prometido en cuanto a servicios y atención					
La comunicación fue precisa y clara para resolver cual duda o inconveniente					
<b>Empatía</b>					
El personal de trabajo del hostal fue empático.					
Hubo honestidad y amabilidad por parte del personal del hostal durante su estadía					



## Apéndice 8.

### Solicitud de validación de instrumento



## Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

La Libertad, 5 de noviembre de 2024

**Ingeniera:**  
**Libi Caamaño López MSc.**  
Docente de la Carrera de Administración de Empresas

Reciba un cordial saludo.

Yo, **Torres Rodríguez Anthony Kenneth** con C.I. **2450134040**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, conocedor de su alta capacidad profesional, me permito solicitar a usted, su valiosa colaboración como experto en validación de los instrumentos de recolección de datos para su respectiva aplicación del área de competencia, importante para el desarrollo de la siguiente investigación: "Calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el hostel "Pukekos" de Ayangue, provincia de Santa Elena, año 2024", trabajo presentado como requisito para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutoría académica de la Ing. Sabina Villón Perero, MSc.

Por lo anteriormente expuesto, adjunto la matriz de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo a usted.

Atentamente.

Torres Rodríguez Anthony Kenneth  
C.I.: 2450134040

*UPSE, crece sin límites*

## Apéndice 9.

### Aprobación del instrumento.



## Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

#### 4. DATOS GENERALES:

**Título de la investigación:** “Calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos” de Ayangue, provincia de Santa Elena, año 2024”

**Autor del instrumento:** Torres Rodríguez Anthony Kenneth

**Nombre del instrumento:** Entrevista

#### 5. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
2. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					✓
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					✓

#### 6. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (✓) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

**Lugar y fecha:** La Libertad, 5 de noviembre del 2024

  
 Firma del Experto Informante  
 Ing. Libi Caamaño López, MSc.

## Apéndice 10.

### Aprobación del instrumento



## Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

#### 1. DATOS GENERALES:

**Título de la investigación:** “Calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos” de Ayangue, provincia de Santa Elena, año 2024”

**Autor del instrumento:** Torres Rodríguez Anthony Kenneth

**Nombre del instrumento:** Encuesta

#### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					/
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					/
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					/
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					/
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					/
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					/
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					/
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					/
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					/
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					/

#### 3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- ( / ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

**Lugar y fecha:** La Libertad, 5 de noviembre del 2024

  
 Firma del Experto Informante  
 Ing. Libi Caamaño López, MSc.

**Apéndice II.***Certificado de validación*

**Facultad de Ciencias Administrativas  
Administración de Empresas**

**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE  
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:**

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **“Calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el hostel “Pukekos” de Ayangue, provincia de Santa Elena, año 2024”**, planteado por el estudiante Anthony Kenneth Torres Rodríguez, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Encuesta
2. Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 5 de noviembre de 2024

**Ing. Libi Caamaño López, MSc.**  
Docente de la Carrera de Administración de Empresa

*UPSE, crece sin límites*

## Apéndice 12.

### Certificado Antiplagio



Biblioteca General

Formato No. BIB-009

### CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 29 de noviembre de 2024

#### 012-TUTOR SGVP -2024

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado "*Calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el hostel Pukekos de Ayangue, provincia de Santa Elena, año 2024*", elaborado por el estudiante *Anthony Kenneth Torres Rodríguez*, de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 2% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,



Ing. Sabina Gisella Villón Perero, MSc.

C.I.: 0914849112

DOCENTE TUTOR



## Biblioteca General

Formato No. BIB-009

### CERTIFICADO ANTIPLAGIO

#### Reporte de análisis.

**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

### Torres Rodríguez Anthony

**2%**  
Textos sospechosos

**2% Similitudes**  
 < 1% similitudes entre familias  
 0% entre las fuentes reconocidas

**< 1% Idiomas no reconocidos**  
**0% Textos potencialmente generados por la IA**

Nombre del documento: Torres Rodríguez Anthony.docx  
 ID del documento: b475d36287378f66842071acc5a21c796cf70d3a  
 Tamaño del documento original: 174,91 KB  
 Autores: []

Depositante: SABINA GISELLA VILLON PERERO  
 Fecha de depósito: 1/12/2024  
 Tipo de carga: interface  
 fecha de fin de análisis: 1/12/2024

Número de palabras: 15.883  
 Número de caracteres: 99.365

Ubicación de las similitudes en el documento:

**Fuentes principales detectadas**

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Documento de otro usuario</b> <small>4875402</small> El documento proviene de otro grupo 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (0 palabras)
2	<b>Documento de otro usuario</b> <small>4875402</small> El documento proviene de otro grupo 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (0 palabras)

*Apéndice 13.*

*Entrevista al gerente o propietario del hostel “Pukekos”*



Ejecución de la respectiva entrevista al propietario del hostel “Pukekos”

### *Apéndice 14.*

#### *Evidencias del desarrollo del trabajo de investigación*



El día 30 de septiembre se realizó la revisión del capítulo I



El día 15 de octubre se realizaron las correcciones respectivas del avance del capítulo I.





El día 20 de octubre revisión y preguntas sobre el tema al especialista.



El 29 de octubre se realizó la revisión del capítulo II.



El día 12 de noviembre se realizaron las correcciones respectivas del avance del capítulo II.



El día 21 de noviembre se realizó la revisión del capítulo III y posteriormente las correcciones respectivas.