



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

**Análisis de la percepción de calidad del Hostal Palm Beach en Salinas -  
Santa Elena, para el diseño de un plan integral de mejora de los  
servicios.**

**AUTOR (ES):**

**Hernández De la A, Milka Fiorella  
Mogollón Maridueña, Daniel Alberto**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Turismo**

**TUTORA:**

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

**Guayaquil, Ecuador  
25 de febrero de 2026**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Hernández De la A, Milka Fiorella y Mogollón Maridueña, Daniel Alberto**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

**TUTOR (A)**



---

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

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**

**Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Hernández De la A, Milka Fiorella**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la percepción de calidad del Hostal Palm Beach en Salinas - Santa Elena, para el diseño de un plan integral de mejora de los servicios**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026**

**EL (LA) AUTOR(A):**

---

**Hernández De la A, Milka Fiorella**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Mogollón Maridueña, Daniel Alberto**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Análisis de la percepción de calidad del Hostal Palm Beach en Salinas - Santa Elena, para el diseño de un plan integral de mejora de los servicios**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026**

**EL AUTOR (A)**

**Mogollón Maridueña, Daniel Alberto**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Hernández De la A, Milka Fiorella**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la percepción de calidad del Hostal Palm Beach en Salinas - Santa Elena, para el diseño de un plan integral de mejora de los servicios**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026**

**EL (LA) AUTOR(A):**

---

**Hernández De la A, Milka Fiorella**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Mogollón Maridueña, Daniel Alberto**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la percepción de calidad del Hostal Palm Beach en Salinas - Santa Elena, para el diseño de un plan integral de mejora de los servicios**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026**

**EL AUTOR (A)**

**Mogollón Maridueña, Daniel Alberto**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

## **Certificación de Compilatio**

Certifico que después de revisar el documento final del Trabajo de Titulación denominado **Análisis de la percepción de calidad del Hostal Palm Beach en Salinas - Santa Elena, para el diseño de un plan integral de mejora de los servicios**, presentado por los estudiantes **Milka Hernandez y Daniel Mogollón**, fue enviado al Sistema Antiplagio Compilatio, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%) por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

**INFORME DE ANÁLISIS**  
registro

**Milka.Hernandez\_Daniel.Mogollon**

**2%**  
Textos sospechosos

**< 1%** Similitudes  
0 % similitudes entre consultas  
0 % entre las fuentes mencionadas  
**2%** Idiomas no reconocidos  
Textos potencialmente generados por la IA

|                                                                                                                                                              |                                                                                                                                             |                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Nombre del documento: Milka.Hernandez_Daniel.Mogollon.docx<br>ID del documento: 120425d3b6d25b8360f18f5ee91d2ab975<br>Tamaño del documento original: 3.46 MB | Depositante: María Belén Salazar Raymond<br>Fecha de depósito: 15/2/2026<br>Tipo de carga: Interface<br>Fecha de fin de análisis: 11/2/2026 | Número de palabras: 28.273<br>Número de caracteres: 129.271 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|

### **TUTOR (A)**



Verificado digitalmente por:  
**MARIA BELEN SALAZAR**  
**RAYMOND**  
Módulo: Guayaquil - Sede Principal

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

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que, de una manera u otra manera, formaron parte de este camino y dejaron una huella significativa durante la elaboración de este trabajo y a lo largo de mi formación universitaria.

Le dedico un especial agradecimiento a mi consejera estudiantil, Carolina Villacreses, por su acompañamiento constante, por ayudarme a sostenerme en los momentos más difíciles y por enseñarme a seguir avanzando incluso cuando el proceso era demasiado pesado emocionalmente, también a mi profesor Ing. José Medina, por su orientación, sus enseñanzas y su disposición para guiarme de manera profesional y personal, ayudándome así con sus conocimientos de todo lo que ha vivido para enseñarme como seguir y avanzar mi vida después de la universidad más que un profesor fue un consejero de vida, de igual manera a la miss Alexandra Murillo, Aline Gutiérrez, Mariela Pinos.

A mi tutora de tesis, María Belen Salazar, por su tiempo, dedicación y guía durante el desarrollo de esta investigación, aportando con sus conocimientos, para que este trabajo pudiera tomar forma.

En mi entorno familiar le debo un gran agradecimiento a mi madre Jazmin Victoria De la A Lindao quien fue un pilar fundamental en mi vida, por su apoyo incondicional, por sus sacrificios silenciosos, por creer siempre en mí, a mi padre que me ha apoyado constantemente y a mi fiel amiga, mi mascota Atenea, por su compañía fiel durante largas noches de trabajo, convirtiéndose en una presencia que me brindo calma.

A mi pareja Kevin vera, mi compañero de vida, por su paciencia, comprensión y respaldo emocional en todo momento.

A mi compañero de tesis y amigo Daniel Mogollón que, junto a mis compañeros de curso, me brindaron el apoyo, la compañía y el aprendizaje continuo.

A la universidad, Católica Santiago de Guayaquil por brindarme la oportunidad de estudiar mediante una beca, finalmente a todas aquellas personas que aparecieron en mi camino durante este proceso, con gestos sencillos pero significativos.

Este logro no es solo mío, es el resultado del apoyo, la guía y el cariño de muchas personas que hicieron posible que pueda culminar esta etapa.

**Milka Fiorella Hernández de la A**

## **Agradecimiento**

Primeramente, me gustaría agradecer a Dios por darme la fuerza y la sabiduría para haber podido afrontar toda la carrera, también agradecerle a él por darle salud y trabajo a mis padres que también estuvieron conmigo en cada parte del camino.

A mis padres seguidamente, por nunca haberme dejado solo en esta etapa universitaria, tanto mi mamá que es la que tengo la fortuna de poder tener cerca de mí cada día mientras escucha mis problemas, enojos y alegrías, y a mi papá, que a pesar de que la distancia nos separe, siempre estuvo a una llamada de distancia de contarle algún problema y que me diera una solución o que simplemente estuviera ahí para apoyarme en lo que sea que me esté pasando.

También le agradezco a los compañeros y amigos que hice a lo largo de la carrera, que puedo decir que me los llevo para lo que me quede de vida, les agradezco a ellos por haber sido mi compañía durante estos cuatro años y haber podido decir que, si no fuera por ellos, el tiempo estudiantil se me hubiera vuelto muy aburrido. Especialmente me gustaría agradecer a Milka y a Rossy que, a lo largo del tiempo, puedo decir con seguridad que se convirtieron en una de mis mejores amigas, ya no solo de la universidad, sino de mi vida en general y serán de ese grupo selecto de personas con las que sé que podría contar en cualquier momento.

Agradezco a los maestros que me enseñaron y fueron un gran apoyo en mi vida universitaria, como lo fueron la Miss Mariela, Miss Aline, Miss Alexandra, Profesor Medina, Profesor Stuart, y como no, a la Miss María Belén, ya que sin ella esta tesis no hubiera podido salir adelante en la manera que se hizo.

Por último, pero no menos importante, me gustaría dejar immortalizado en esta parte de mi trabajo a una persona que lastimosamente, ya no comparte su vida conmigo, pero que no quería dejar de mencionar o dejar en el olvido. Le agradezco a M.G.G.Z por haber pasado dos años maravillosos junto a mí, en los cuales fue un pilar fundamental y muy importante en todo ámbito de mi vida, tanto en lo académico como en lo personal, prestándome su apoyo, su fuerza y todo de ella como persona; y como mencioné, a pesar de que ya no estemos juntos, no quita que fue, es y será una parte muy importante en mi vida.

**Daniel Alberto Mogollón Maridueña**

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo, con todo mi corazón, a mi novio, mi pareja de vida, y a mi mamá.

A mi novio, por ser mi apoyo más grande durante este proceso, por sostenerme en los momentos de cansancio, por escucharme cuando sentía que ya no podía más y por recordarme, una y otra vez, que sí era capaz de lograrlo. Por su paciencia, su comprensión y su presencia constante, que se convirtió en mi refugio en medio de la presión, el estrés y las largas jornadas de trabajo. Este logro también es suyo, porque su amor, su ánimo y su compañía fueron parte fundamental de cada página escrita.

A mi mamá, por su amor incondicional, por sus palabras de aliento, por su confianza en mí y por enseñarme con su ejemplo a no rendirme nunca. Su apoyo silencioso, su preocupación constante y su fe en mis capacidades fueron un motor que me impulsó a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles.

Gracias a ambos por caminar a mi lado y creer en mí incluso cuando yo dudaba.

**Milka Fiorella Hernández de la A**

## **Dedicatoria**

Le dedico este trabajo de titulación a mis padres, ya que ellos siempre supieron de todo lo que era y soy capaz de hacer. Ya que, sin su ayuda, apoyo, amor, regaños y fe depositada en mí, nada de esto hubiera podido dar los frutos que dieron en estos cuatro años de carrera.

**Daniel Alberto Mogollón Maridueña**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

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

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**  
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**Calificación**

| <b>APELLIDOS Y NOMBRES</b> | <b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b> |
|----------------------------|-----------------------------|
|                            |                             |
|                            |                             |

---

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

## Índice General

|                                                                      |              |
|----------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Resumen .....</b>                                                 | <b>XVIII</b> |
| <b>Abstract .....</b>                                                | <b>XIX</b>   |
| <b>Introducción .....</b>                                            | <b>2</b>     |
| <b>Antecedentes.....</b>                                             | <b>3</b>     |
| <b>Brecha de Investigación .....</b>                                 | <b>6</b>     |
| <b>Planteamiento del problema .....</b>                              | <b>7</b>     |
| <b>Formulación del problema.....</b>                                 | <b>8</b>     |
| <b>Justificación.....</b>                                            | <b>8</b>     |
| <b>Objetivos.....</b>                                                | <b>10</b>    |
| <b>Capítulo 1. Marcos de la investigación .....</b>                  | <b>11</b>    |
| <b>Marco Teórico .....</b>                                           | <b>11</b>    |
| <b>Marco Conceptual .....</b>                                        | <b>13</b>    |
| <b>Satisfacción del cliente.....</b>                                 | <b>14</b>    |
| <b>Gestión de la calidad.....</b>                                    | <b>14</b>    |
| <b>Turismo de sol y playa.....</b>                                   | <b>15</b>    |
| <b>Marco Referencial .....</b>                                       | <b>15</b>    |
| <b>Marco Legal .....</b>                                             | <b>18</b>    |
| <b>Capítulo 2. Metodología de la Investigación .....</b>             | <b>24</b>    |
| <b>Enfoque de la Investigación .....</b>                             | <b>24</b>    |
| <b>Contexto Organizacional del Hostal Palm Beach .....</b>           | <b>25</b>    |
| <b>Misión, visión y objetivos generales .....</b>                    | <b>25</b>    |
| <b>Organigrama estructural.....</b>                                  | <b>25</b>    |
| <b>Organigrama Funcional.....</b>                                    | <b>26</b>    |
| <b>Ventaja competitiva del Hostal Palm Beach .....</b>               | <b>26</b>    |
| <b>Análisis comparativo de establecimientos de alojamiento .....</b> | <b>27</b>    |
| <b>Población y Muestra .....</b>                                     | <b>28</b>    |
| <b>Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....</b>         | <b>29</b>    |
| <b>Validez y Confiabilidad .....</b>                                 | <b>30</b>    |
| <b>Consideraciones Éticas .....</b>                                  | <b>30</b>    |
| <b>Capítulo 3. Análisis de resultados .....</b>                      | <b>31</b>    |
| <b>Desde la perspectiva del cliente .....</b>                        | <b>31</b>    |
| <b>Análisis de Resultados del Modelo SERVQUAL .....</b>              | <b>31</b>    |
| <b>Dimensión: Elementos Tangibles .....</b>                          | <b>31</b>    |

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Dimensión: Fiabilidad</b> .....                                                   | 34 |
| <b>Dimensión: Capacidad de Respuesta</b> .....                                       | 37 |
| <b>Dimensión: Seguridad</b> .....                                                    | 39 |
| <b>Dimensión: Empatía</b> .....                                                      | 42 |
| <b>Resultados cualitativos</b> .....                                                 | 45 |
| Entrevista al administrador del Hostal Palm Beach .....                              | 45 |
| Grupo focal con clientes recurrentes .....                                           | 46 |
| Análisis de reseñas digitales de clientes (e-WOM) .....                              | 47 |
| Triangulación de resultados .....                                                    | 48 |
| <b>Análisis FODA del Hostal Palm Beach</b> .....                                     | 48 |
| <b>Foda cruzado</b> .....                                                            | 50 |
| <b>Mapeo de problemas y oportunidades</b> .....                                      | 50 |
| <b>Análisis general</b> .....                                                        | 52 |
| <b>Capítulo 4. Plan Estratégico e Integral de Mejora del Hostal Palm Beach</b> ..... | 55 |
| <b>Objetivo del Plan de Mejora</b> .....                                             | 55 |
| <b>Fundamentación del Plan de Mejora</b> .....                                       | 55 |
| <b>Direccionamiento Estratégico</b> .....                                            | 56 |
| <b>Misión</b> .....                                                                  | 56 |
| <b>Visión</b> .....                                                                  | 56 |
| <b>Política de Calidad</b> .....                                                     | 56 |
| <b>Propuesta de Valor</b> .....                                                      | 57 |
| <b>Líneas Estratégicas del Plan</b> .....                                            | 57 |
| <b>Mapeo de Procesos del Servicio- Rediseñado y Mejorado</b> .....                   | 59 |
| <b>Plan de Intervención Estratégica</b> .....                                        | 60 |
| <b>Plan de Formación y Capacitación</b> .....                                        | 62 |
| <b>Estrategias de Promoción y Posicionamiento</b> .....                              | 63 |
| <b>Inversión de la Propuesta de Mejora</b> .....                                     | 64 |
| <b>Cronograma de Actividades</b> .....                                               | 65 |
| <b>Medición y Análisis de las Mejoras-Sistema de Control</b> .....                   | 66 |
| <b>Conclusiones del Plan de Mejora</b> .....                                         | 68 |
| <b>Conclusiones</b> .....                                                            | 70 |
| <b>Recomendaciones</b> .....                                                         | 72 |
| <b>Referencias</b> .....                                                             | 73 |
| <b>Anexo</b> .....                                                                   | 75 |

## Índice de Tablas

|                                                                         |           |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabla 1 Organigrama.....</b>                                         | <b>26</b> |
| <b>Tabla 2 Comparación de establecimientos.....</b>                     | <b>27</b> |
| <b>Tabla 3 Análisis FODA del hostel .....</b>                           | <b>48</b> |
| <b>Tabla 4 Análisis del FODA cruzado. ....</b>                          | <b>50</b> |
| <b>Tabla 5 Roles y responsabilidades clave.....</b>                     | <b>57</b> |
| <b>Tabla 6 Matriz de plan de intervención estratégica.....</b>          | <b>61</b> |
| <b>Tabla 7 Presupuesto Estimado para la implementación – Año 1.....</b> | <b>64</b> |
| <b>Tabla 8 Cuadro de mando para el seguimiento.....</b>                 | <b>66</b> |

## Índice de Figuras

|                                                                                 |           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Figura 1 Ubicación del establecimiento.</b>                                  | <b>25</b> |
| <b>Figura 2 Infraestructura del hostel.</b>                                     | <b>31</b> |
| <b>Figura 3 Limpieza del hostel.</b>                                            | <b>32</b> |
| <b>Figura 4 Calidad del internet.</b>                                           | <b>32</b> |
| <b>Figura 5 Habitaciones del hostel.</b>                                        | <b>33</b> |
| <b>Figura 6 Baños del hostla.</b>                                               | <b>33</b> |
| <b>Figura 7 Mantenimiento.</b>                                                  | <b>34</b> |
| <b>Figura 8 Atención de solicitudes.</b>                                        | <b>35</b> |
| <b>Figura 9 Diagrama de registro.</b>                                           | <b>35</b> |
| <b>Figura 10 Atención recibida.</b>                                             | <b>36</b> |
| <b>Figura 11 Resolución de inquietudes.</b>                                     | <b>37</b> |
| <b>Figura 12 Confianza.</b>                                                     | <b>37</b> |
| <b>Figura 13 Gráfico de conocimiento.</b>                                       | <b>38</b> |
| <b>Figura 14 Ubicación del hostel.</b>                                          | <b>39</b> |
| <b>Figura 15 Seguridad del hostel.</b>                                          | <b>39</b> |
| <b>Figura 16 Personal capacitado.</b>                                           | <b>40</b> |
| <b>Figura 17 Servicio confiable.</b>                                            | <b>40</b> |
| <b>Figura 18 Uniforme de empleados.</b>                                         | <b>41</b> |
| <b>Figura 19 Diagrama de horarios.</b>                                          | <b>41</b> |
| <b>Figura 20 Cumplimiento de servicios.</b>                                     | <b>42</b> |
| <b>Figura 21 Amabilidad.</b>                                                    | <b>42</b> |
| <b>Figura 22 Atención personalizada.</b>                                        | <b>43</b> |
| <b>Figura 23 Solicitudes.</b>                                                   | <b>43</b> |
| <b>Figura 24 Bienestar.</b>                                                     | <b>44</b> |
| <b>Figura 25 Atención recibida.</b>                                             | <b>44</b> |
| <b>Figura 26 Mapeo de procesos de servicios del hostel actual.</b>              | <b>52</b> |
| <b>Figura 27 Mapeo del proceso de servicios mejorado del Hostel Palm Beach.</b> | <b>59</b> |
| <b>Figura 28 Cronograma de implementación.</b>                                  | <b>62</b> |
| <b>Figura 29 Cronograma de actividades.</b>                                     | <b>65</b> |

## **Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo analizar la percepción de la calidad del servicio en el Hostal Palm Beach, ubicado en la ciudad de Salinas, provincia de Santa Elena, con el fin de diseñar un plan integral de mejora que contribuya a optimizar la satisfacción de los clientes y fortalecer la competitividad del establecimiento.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas. Desde el enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta basada en el modelo SERVQUAL a los huéspedes del hostel, evaluando las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Desde el enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas al personal administrativo y operativo, así como un grupo focal con clientes recurrentes y el análisis de reseñas digitales (e-WOM), con el propósito de profundizar en las percepciones obtenidas.

Los resultados evidencian la existencia de brechas entre las expectativas y percepciones de los clientes, principalmente en aspectos relacionados con la rapidez de respuesta, el estado de las instalaciones y la atención personalizada. No obstante, también se identificaron fortalezas vinculadas con la ubicación estratégica del hostel y la amabilidad del personal.

A partir del diagnóstico obtenido, se diseñó un plan estratégico e integral de mejoras que incluye el rediseño de procesos, capacitación del talento humano, fortalecimiento de la gestión de la calidad, estrategias de promoción y un sistema de control y seguimiento. Se concluye que la implementación de este plan permitirá elevar los estándares de servicio, mejorar la experiencia del huésped y posicionar al Hostal Palm Beach como una alternativa competitiva dentro del sector turístico local.

### **Palabras clave:**

Calidad del servicio, satisfacción del cliente, SERVQUAL, hostales, turismo, mejora continua

## **Abstract**

This research aims to analyze the perception of service quality at Hostal Palm Beach, located in the city of Salinas, Santa Elena Province, in order to design a comprehensive improvement plan that contributes to optimizing customer satisfaction and strengthening the establishment's competitiveness.

The study was conducted under a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative techniques. From the quantitative perspective, a survey based on the SERVQUAL model was administered to the hostel's guests, evaluating the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. From the qualitative perspective, semi-structured interviews were conducted with administrative and operational staff, as well as a focus group with recurring customers and an analysis of digital reviews (e-WOM), with the purpose of gaining deeper insight into the perceptions obtained.

The results reveal the existence of gaps between customers' expectations and perceptions, mainly in aspects related to responsiveness, the condition of the facilities, and personalized attention. However, strengths were also identified, particularly regarding the hostel's strategic location and the friendliness of the staff.

Based on the diagnosis obtained, a comprehensive strategic improvement plan was designed, including process redesign, human talent training, strengthening of quality management, promotional strategies, and a monitoring and control system. It is concluded that the implementation of this plan will raise service standards, enhance the guest experience, and position Hostal Palm Beach as a competitive alternative within the local tourism sector.

**Keywords:** Service quality, customer satisfaction, SERVQUAL, hostels, tourism, continuous improvement.

## **Introducción**

El sector turístico a escala mundial se ha posicionado como una de las actividades económicas con mayor dinamismo y con alta sensibilidad frente a las expectativas del mercado, se puede que, en la actualidad, este sector se desenvuelve en un entorno altamente competitivo, en el que la calidad del servicio se ha convertido en un factor clave para lograr la satisfacción del cliente y, por ende, asegurar la permanencia y sostenibilidad de los establecimientos de alojamiento (OMT, 2022; Kotler, Bowen & Makens, 2020). Los turistas actuales, cada vez más informados y exigentes, ya no se conforman únicamente con un espacio para hospedarse; por el contrario, buscan una experiencia integral que integre comodidad, atención personalizada, limpieza, seguridad y una relación precio-calidad percibida como adecuada, esta valoración de la calidad se ve fuertemente influenciada por el entorno digital, donde las opiniones, calificaciones y recomendaciones difundidas en plataformas especializadas y redes sociales inciden de manera directa en la decisión de elección de futuros huéspedes.

En Ecuador, los destinos que se encuentran en las zonas costeras como Salinas, son un claro ejemplo de esta realidad, el turismo de sol y playa es una actividad que tiene un potencial económico muy elevado, el cual enfrenta desafíos significativos, como la competencia creciente y el hecho de que se desarrolla en determinadas épocas del año. Esto hace la economía local dependa mucho de ella, sin embargo, en este escenario, los alojamientos como el Hostal Palm Beach necesitan distinguirse no solamente por su emplazamiento estratégico o por sus tarifas competitivas, sino también y especialmente por la eficacia y calidad de los servicios que ofrecen.

No obstante, se ha evidenciado que, a pesar de los esfuerzos realizados por el hostal, existen percepciones diversas entre los huéspedes, así como ciertas quejas específicas relacionadas con aspectos como la atención al cliente, la rapidez en la respuesta a requerimientos, el estado de las instalaciones y la limpieza de las habitaciones.

En este sentido, la presente investigación se plantea como una herramienta estratégica para el Hostal Palm Beach, ya que tiene como finalidad analizar de manera sistemática la percepción que los huéspedes tienen sobre la calidad del servicio recibido, con el objetivo de proponer un plan integral de mejora continua. Para ello, el estudio se sustenta en modelos y enfoques teóricos ampliamente reconocidos en la literatura

académica, tales como las dimensiones de la calidad del servicio, los factores que determinan la satisfacción del cliente y los principios de la gestión de la calidad total, utilizando instrumentos de medición validados que permitan obtener información confiable y pertinente.

Para el desarrollo de la investigación se adopta un enfoque metodológico mixto, que combina técnicas cuantitativas y cualitativas. Desde el enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta basada en el modelo SERVQUAL a una muestra representativa de huéspedes del hostel, lo que permitirá evaluar estadísticamente su percepción sobre los distintos atributos de la calidad del servicio. De manera complementaria, el enfoque cualitativo incluirá entrevistas semiestructuradas dirigidas al personal administrativo y operativo, así como la realización de grupos focales con clientes recurrentes, con el propósito de profundizar en las causas que originan dichas percepciones y captar aspectos que no siempre pueden ser identificados únicamente a través de datos cuantitativos. Este diseño metodológico integral permitirá obtener un diagnóstico amplio y contextualizado, que sirva de base para la formulación de estrategias de mejora específicas y viables.

Los resultados de este estudio no solo aportarán una guía clara para la optimización de los servicios del hostel, fortaleciendo su competitividad y posicionamiento dentro del mercado local, sino que también pretenden constituirse en un referente metodológico para otros establecimientos de alojamiento de mediana escala en el Ecuador que enfrentan problemáticas similares.

## **Antecedentes**

En el contexto internacional, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022) ha señalado que la calidad del servicio se ha consolidado como un factor fundamental para la sostenibilidad y la competitividad de los destinos turísticos. En un escenario donde los turistas demandan experiencias personalizadas, auténticas y seguras, la percepción de calidad adquiere un papel determinante en los procesos de fidelización y recomendación. En este sentido, la OMT enfatiza que los servicios de alojamiento deben orientarse hacia la mejora continua y la innovación, incorporando estándares internacionales que garanticen condiciones adecuadas de confort, eficiencia, higiene y un trato cordial hacia el visitante.

El concepto de calidad aplicado a los servicios turísticos comenzó a fortalecerse a partir de la década de los años ochenta, con el desarrollo del modelo SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988). Dicho modelo plantea la evaluación de la calidad a partir de la diferencia existente entre las expectativas del cliente y su percepción del servicio efectivamente recibido, considerando cinco dimensiones principales: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. A lo largo del tiempo, este enfoque ha demostrado su utilidad en diversos contextos, particularmente en el sector hotelero, donde la naturaleza intangible del servicio exige herramientas específicas para medir la satisfacción del huésped (Gil et al., 2019).

Desde una perspectiva internacional, la calidad del servicio en el turismo ha evolucionado hasta convertirse en una estrategia competitiva esencial. De acuerdo con Kotler, Bowen y Makens (2020), las empresas turísticas que gestionan de manera adecuada la calidad percibida logran consolidar su posicionamiento en mercados altamente competitivos. Bajo este enfoque, la gestión de la calidad no se limita al cumplimiento de estándares básicos, sino que implica superar las expectativas del cliente a través de procesos de innovación, hospitalidad y la adecuada capacitación del personal.

Diversas investigaciones desarrolladas en países de América Latina evidencian la relación directa entre la gestión de la calidad y el desempeño económico del sector turístico. López y González (2021), en un estudio realizado en hoteles de Perú y Colombia, concluyeron que factores como la capacitación continua del personal, una comunicación interna eficiente y el mantenimiento adecuado de las instalaciones inciden de manera significativa en una percepción positiva del servicio. De forma complementaria, Alvarado (2020) señala que la adopción de normas internacionales de calidad, entre ellas la ISO 9001 y las NTE INEN, contribuye al fortalecimiento de la competitividad, la eficiencia operativa y la fidelización de los clientes.

Por otra parte, la transformación digital ha modificado de manera sustancial la forma en que los turistas evalúan la calidad del servicio. Plataformas como TripAdvisor, Booking y Airbnb se han consolidado como fuentes de información relevantes, donde las opiniones y valoraciones de los usuarios influyen directamente en la reputación de los establecimientos. Según Sigala (2021), la gestión de la calidad percibida debe incorporar el concepto de “reputación digital”, entendido como la imagen colectiva que los

consumidores construyen en entornos virtuales y que condiciona las decisiones de compra.

Asimismo, a raíz de la pandemia de COVID-19, los criterios asociados a la calidad en los servicios de alojamiento han experimentado cambios significativos. Tanto la (OMT, 2022) como la Organización Mundial de la Salud (OMS) resaltan la importancia de implementar protocolos de bioseguridad, reforzar los procesos de limpieza, promover el distanciamiento social y digitalizar procedimientos como el check-in y los pagos electrónicos. En este contexto, la percepción de calidad se vincula estrechamente con la confianza y la seguridad sanitaria, convirtiéndose en un elemento esencial de la experiencia del huésped.

En el ámbito nacional, la calidad del servicio ha sido identificada como un eje estratégico para el fortalecimiento de la oferta turística en Ecuador. El Plan Nacional de Calidad Turística del Ecuador (PNCT), impulsado por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2020), promueve la implementación de sistemas de gestión orientados a la calidad, la sostenibilidad y la innovación en los establecimientos de alojamiento, con el objetivo de mejorar la competitividad del país frente a otros destinos de la región. Este plan resalta la relevancia de la capacitación del talento humano, la estandarización de los procesos y la adopción de normas técnicas nacionales, como las NTE INEN, que guían las buenas prácticas de hospitalidad.

Desde el ámbito académico, Morales y Arteaga (2018) analizaron hoteles de categoría media en la ciudad de Guayaquil, identificando una relación directa entre la calidad del servicio y la fidelización de los clientes. Sus resultados evidenciaron que aspectos como la limpieza, la eficiencia del personal y la comodidad de las habitaciones influyen de manera decisiva en la satisfacción del huésped. De forma similar, Cedeño y Sánchez (2019), en un estudio realizado en la provincia de Manabí, señalaron que la atención personalizada y el adecuado mantenimiento de las instalaciones constituyen elementos clave en la percepción de calidad.

En la provincia de Santa Elena, el turismo representa una de las principales actividades económicas, destacándose destinos como Salinas, Montañita y Ayangue, donde los establecimientos de alojamiento cumplen un rol fundamental en la experiencia del visitante. Jiménez (2022), en su investigación sobre la calidad del servicio en hostales

de Salinas, identificó deficiencias relacionadas con la capacitación del personal y el estado de la infraestructura, aspectos que inciden negativamente en la satisfacción del cliente. Estos hallazgos evidencian la necesidad de implementar estrategias de mejora continua y programas de formación orientados a fortalecer la atención al cliente y elevar los estándares de calidad en la zona.

Por su parte, Silva y Pazmiño (2023) destacan que la reputación digital de los hoteles ecuatorianos influye de manera directa en la percepción de los turistas, tanto nacionales como internacionales. Los autores señalan que factores como la atención oportuna ante reclamos, la cortesía del personal y la limpieza de las instalaciones son los aspectos que mayor impacto generan en las reseñas en línea, influyendo de forma directa en la demanda de los establecimientos.

Finalmente, el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2020) sostiene que el turismo de sol y playa, característico de destinos como Salinas, requiere servicios diferenciados, infraestructura adecuada y personal calificado para mantener la competitividad del destino. En este marco, los establecimientos de alojamiento deben incorporar criterios de sostenibilidad, seguridad y accesibilidad, en respuesta a las exigencias del turismo responsable y de calidad.

### **Brecha de Investigación**

A pesar de que la calidad del servicio es ampliamente reconocida como un factor clave dentro del sector turístico, no se identificaron estudios previos que permitan conocer de manera sistemática la percepción de sus huéspedes. Si bien el establecimiento cuenta con una ubicación estratégica en el balneario de Salinas y una trayectoria consolidada en el mercado, estos elementos no han sido aprovechados mediante evaluaciones periódicas que analicen los niveles de satisfacción del cliente ni el cumplimiento de estándares de calidad. La ausencia de este tipo de información limita la toma de decisiones a nivel gerencial y dificulta el diseño de estrategias orientadas a la fidelización de los clientes y al fortalecimiento de procesos de mejora continua.

En respuesta a esta problemática, la presente investigación tiene como propósito cubrir dicho vacío de información, mediante el análisis de la percepción de la calidad del servicio en el Hostal Palm Beach, a través de la aplicación del modelo SERVQUAL adaptado al contexto ecuatoriano. Los resultados permitirán identificar las brechas entre

las expectativas y percepciones de los clientes, establecer indicadores de desempeño y proponer un plan integral de mejoras que fortalezca la gestión de la calidad.

De esta forma, el estudio no solo contribuirá al crecimiento del establecimiento, sino que también ofrecerá una base metodológica replicable en otros alojamientos similares dentro de la provincia de Santa Elena y en el conjunto del litoral ecuatoriano, aportando al desarrollo sostenible y competitivo del turismo nacional.

### **Planteamiento del problema**

La calidad en el servicio se ha convertido dentro del sector turístico, en uno de los componentes más importantes para que los clientes estén satisfechos y los hoteles tengan éxito. Los turistas no pretenden ir únicamente a un sitio para hospedarse, sino que anhelan una experiencia integral que comprenda confort, atención personalizada, higiene, seguridad y una buena relación entre costo y calidad. El Hostal Palm Beach se enfrenta a un sector muy competitivo, el cual lo obliga brindar un servicio que cumpla con las exigencias cambiantes de sus huéspedes. Estas demandas están influenciadas por la diversidad en el mercado turístico y por la información y opiniones que se difunden en los medios digitales.

A pesar de que el hostal se esfuerza por brindar un servicio de alta calidad, se ha observado que algunos huéspedes tienen diferentes opiniones sobre su experiencia durante su estadía. Las variaciones pueden estar relacionadas con diversos factores, como el cuidado que ofrece el personal, la celeridad en dar respuesta a las solicitudes, la limpieza de las habitaciones, la condición de las instalaciones y la disponibilidad de servicios extra. En ciertas circunstancias, estas percepciones negativas afectan directamente el grado de satisfacción general del cliente y, por ende, la reputación e imagen del establecimiento.

El problema central se origina en la ausencia de un diagnóstico sistemático que permita conocer, de manera objetiva, cómo los huéspedes perciben la calidad de los servicios ofrecidos por el Hostal Palm Beach. La falta de información estructurada dificulta la formulación de estrategias de mejora efectivas, ya que no se dispone de datos precisos que identifiquen con claridad las fortalezas que deben mantenerse y potenciarse, así como las debilidades que requieren una atención prioritaria. En otras palabras, el

hostal carece de una evaluación concreta que oriente la toma de decisiones hacia la mejora continua del servicio.

Además, la competencia dentro del sector turístico obliga a los establecimientos a diferenciarse no solo por sus precios, sino principalmente por la calidad de la atención al cliente. En la actualidad, los comentarios y valoraciones en plataformas digitales, redes sociales y sitios de reservas influyen de manera significativa en la elección del hospedaje. Por tanto, una mala percepción del servicio puede repercutir directamente en la demanda y en la fidelidad de los huéspedes.

Por lo expuesto, se considera necesario realizar un análisis detallado de la calidad del servicio percibida por los huéspedes del Hostal Palm Beach, con el objetivo de identificar las principales fortalezas y debilidades del establecimiento, así como definir estrategias orientadas a mejorar la satisfacción del cliente. Dicho análisis permitirá contar con una base sólida para el diseño de un plan integral de mejora continua, enfocado no solo en atender las problemáticas actuales, sino también en fortalecer la competitividad del hostal dentro del mercado turístico local.

En resumen, el problema que da origen a esta investigación radica en la falta de información precisa y sistematizada sobre la percepción que tienen los huéspedes respecto a la calidad del servicio ofrecido por el Hostal Palm Beach. Esta situación restringe la capacidad del establecimiento para implementar acciones orientadas a incrementar la satisfacción del cliente y, en consecuencia, dificulta su consolidación y posicionamiento como una alternativa de hospedaje de calidad dentro del sector turístico.

### **Formulación del problema**

¿Cómo perciben los huéspedes la calidad de los servicios del Hostal Palm Beach y qué acciones pueden implementarse para mejorar su satisfacción?

### **Justificación**

Esta investigación resulta relevante porque le dará al Hostal Palm Beach una perspectiva más clara, objetiva y fundamentada sobre la manera en que los huéspedes consideran la calidad de los servicios que se les ofrecen. Para garantizar el desarrollo y sustentabilidad de un establecimiento en un ambiente turístico cada vez más competitivo, en el que los clientes aprecian tanto la atención personalizada como la experiencia

completa de alojamiento, es esencial contar con información fiable acerca de los niveles de satisfacción.

El análisis sobre la manera en que consideran los huéspedes los servicios permitirá determinar qué aspectos generan mayor bienestar y cuáles son las áreas que poseen debilidades. Dependiendo de estos resultados, el hostel tendrá la capacidad de crear y poner en marcha estrategias de mejora continua que busquen perfeccionar la atención al cliente, robustecer los procedimientos internos y aumentar los niveles de calidad. Así, el estudio no solo proporcionará datos significativos para la administración, sino que además se convertirá en una herramienta eficiente para adoptar decisiones estratégicas.

Asimismo, esta investigación tiene un impacto directo en la competitividad del hostel. Actualmente, muchos turistas eligen su lugar de hospedaje a partir de la reputación digital y de las recomendaciones compartidas por otros usuarios en plataformas en línea. Un servicio de calidad no solo incrementa la satisfacción del huésped, sino que también favorece la generación de opiniones positivas y la fidelización de los clientes, lo cual se traduce en mayores niveles de ocupación, ingresos y reconocimiento dentro del mercado turístico.

El estudio se justifica porque impulsa una cultura de evaluación constante y mejora continua, indispensable en las organizaciones turísticas modernas. La aplicación de un plan de acción basado en los resultados del análisis permitirá al hostel optimizar el uso de sus recursos, fortalecer la capacitación del personal, mejorar la comunicación interna y ofrecer una experiencia más alineada con las expectativas del visitante. Todo ello contribuirá al desarrollo sostenible del establecimiento y, de manera indirecta, al fortalecimiento del destino turístico en el que se inserta.

Finalmente, desde un punto de vista académico, la investigación aporta conocimientos sobre la aplicación de herramientas de medición de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en establecimientos de hospedaje de tamaño mediano. Estos resultados pueden servir como referencia para otros negocios turísticos que enfrenten problemáticas similares. En conclusión, este estudio no solo busca evaluar la percepción de los huéspedes del Hostel Palm Beach, sino también generar un proceso de mejora que permita al establecimiento ofrecer un servicio más eficiente, competitivo y orientado a la excelencia

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la percepción de calidad del servicio en el Hostal Palm Beach de Salinas, con el fin de diseñar un plan integral de mejora que contribuya a optimizar la satisfacción de los clientes y la competitividad del establecimiento.

### **Objetivos específicos**

- Identificar los principales factores que influyen en la percepción de calidad del servicio por parte de los clientes del Hostal Palm Beach.
- Evaluar el nivel de satisfacción de los huéspedes en relación con los diferentes atributos de servicio mediante la aplicación de instrumentos de medición adecuados.
- Determinar las principales fortalezas y debilidades del servicio del hostel a partir de la comparación entre las expectativas y percepciones de los clientes.
- Diseñar un plan integral de mejora de los servicios basado en los resultados del análisis, orientado al fortalecimiento de la calidad y fidelización del cliente.

## **Capítulo 1. Marcos de la investigación**

### **Marco Teórico**

#### **Fundamentación Teórica de la Calidad de Servicios en establecimientos hoteleros**

##### **Teoría de la Calidad del Servicio**

La calidad del servicio ha sido objeto de estudio desde diversas perspectivas teóricas. Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), la calidad del servicio se define como la discrepancia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente prestado. Estos autores desarrollaron el modelo SERVQUAL, que identifica cinco dimensiones determinantes en la calidad del servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Grönroos (2007) sostiene que, en el contexto de los establecimientos hoteleros, la calidad del servicio se compone de dos dimensiones primordiales: la calidad técnica (la cual se proporciona) y la calidad funcional (de qué manera se proporciona). La calidad funcional conlleva los elementos intangibles del servicio, como el servicio al cliente, la amabilidad y la rapidez en el servicio; de esta manera, la calidad técnica se refiere a los componentes tangibles del mismo, tales como las instalaciones, el equipo y la infraestructura.

##### **Satisfacción del Cliente en la Industria Hotelera**

Liver (1997) define la satisfacción del cliente como el juicio que realiza el consumidor respecto a si un producto o servicio le proporciona un nivel de cumplimiento placentero asociado a su experiencia de consumo. En el sector hotelero, este concepto se vincula de manera directa con el grado en que las expectativas del huésped son cumplidas o superadas durante su estadía.

Por su parte, Kandampully y Suhartanto (2000) señalan que la satisfacción del cliente en la industria hotelera está determinada por diversos factores, entre los que destacan la limpieza, el nivel de confort, la ubicación, la seguridad, la atención personalizada y los precios. Estos elementos guardan relación con algunas de las áreas críticas identificadas en el establecimiento Palm Beach, lo que refuerza la pertinencia de su análisis dentro del presente estudio.

La teoría de la confirmación–desconfirmación sostiene que la satisfacción del cliente se genera a partir de la comparación entre las expectativas previas y el desempeño percibido del producto o servicio. Cuando el rendimiento supera dichas expectativas, se produce una desconfirmación positiva que deriva en satisfacción; en cambio, cuando el desempeño no alcanza lo esperado, se origina una desconfirmación negativa que conduce a la insatisfacción (Oliver, 1980).

### **Gestión de la Calidad Total en Establecimientos Hoteleros**

Deming (1986) desarrolló los principios de la Gestión de la Calidad Total (TQM), que enfatizan la importancia de la mejora continua, la participación de todos los miembros de la organización y la orientación hacia la satisfacción del cliente. Estos principios han sido adaptados a la industria hotelera por autores como Camisón (1996), quien destaca la necesidad de implementar sistemas de gestión de calidad que abarquen todos los procesos y servicios del hotel.

La norma ISO 9001 proporciona un marco para la implementación de sistemas de gestión de calidad en organizaciones de servicios, incluyendo los establecimientos hoteleros. Esta norma se basa en siete principios: enfoque al cliente, liderazgo, compromiso de las personas, enfoque a procesos, mejora, toma de decisiones basada en la evidencia y gestión de las relaciones.

### **Competitividad en el Sector Hotelero**

Porter (1985) define la ventaja competitiva como el valor que una empresa es capaz de generar para sus clientes por encima de los costos necesarios para crearlo. En el ámbito hotelero, la competitividad se encuentra asociada a la capacidad de los establecimientos para diferenciarse y posicionarse favorablemente frente a sus competidores. En este sentido, Tsai, Song y Wong (2009) identifican como factores determinantes de la competitividad hotelera elementos como la localización, el nivel de precios, la calidad de las instalaciones, la imagen de marca, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Desde una perspectiva más amplia, el modelo de competitividad de destinos turísticos propuesto por Ritchie y Crouch (2003) resalta la relevancia de los factores de apoyo y recursos, los atractivos centrales, la gestión del destino, así como la política, planificación y desarrollo turístico. Este enfoque puede adaptarse a un nivel micro para analizar la competitividad de un establecimiento hotelero específico dentro de un destino

turístico, como es el caso de Salinas, permitiendo comprender cómo influyen el entorno y la gestión interna en su desempeño competitivo.

### **Reputación Online y Gestión de la Experiencia del Cliente**

Hennig y Thureau (2004) evalúan la manera en que el intercambio de información digital (eWOM) influye en el comportamiento de los consumidores, mostrando como las opiniones que se intercambian en entornos digitales tienen un impacto importante en las decisiones de compra. En el ámbito hotelero, las redes sociales y los sistemas de reservas a través de internet se han transformado en medios fundamentales para compartir las experiencias de los clientes, lo que impacta directamente en la imagen y reputación del establecimiento frente a huéspedes potenciales.

Dentro de este contexto, el control de la experiencia del cliente (Customer Experience Management, CEM) se ha convertido en una estrategia esencial para reforzar la fidelidad y el contenido. De acuerdo con Schmitt (1999), existen cinco dimensiones que componen la experiencia del cliente: la afectiva, la cognitiva, la física, la sensorial y la social. En los servicios hoteleros, estas vivencias acontecen en todos los puntos de contacto entre el cliente y el establecimiento, desde la reserva hasta el check-out, impactando de manera directa de la valoración integral del servicio.

### **Marco Conceptual**

Con el fin de asegurar una comprensión clara y consistente de los principales conceptos que sustentan la presente investigación, a continuación, se definen operativamente los términos clave que serán utilizados a lo largo del estudio.

### **Calidad de Servicio**

En este estudio, la calidad del servicio se considera la comparación que el huésped hace entre sus expectativas preliminares y lo que realmente adquiere durante su estancia. Esta concepción se basa en el modelo planteado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), que sostienen que la calidad percibida proviene de esa comparación y se revela en cinco dimensiones: confiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad y empatía., estos elementos, en el sector hotelero, se evidencian en elementos tangibles como la infraestructura, el equipamiento y la limpieza, así como en aspectos intangibles vinculados con la confianza, la atención y el trato personalizado. Allí todos definen la experiencia completa del huésped.

## **Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente se concibe como un estado psicológico que resulta del proceso de comparación entre las expectativas previas al consumo y la percepción del desempeño real del producto o servicio una vez utilizado (Oliver, 1997). En el caso de un hotel, un huésped satisfecho es aquel cuya experiencia general durante la estadía ha cumplido o superado lo que anticipaba inicialmente (Kandampully & Suhartanto, 2000).

La satisfacción del cliente se encuentra estrechamente relacionada con comportamientos posteriores favorables para el establecimiento, tales como la intención de regresar, la lealtad hacia la marca y la disposición a recomendar el servicio de manera positiva a otros consumidores, lo cual contribuye al fortalecimiento de la reputación y la competitividad del negocio (Fernández, 2023).

## **Gestión de la calidad**

La gestión de la calidad se define como el conjunto de actividades coordinadas que permiten dirigir y controlar una organización en relación con la calidad de sus procesos y servicios (ISO 9001, 2015). Estas actividades incluyen la formulación de políticas y objetivos de calidad, la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora continua de los procesos (Deming, 1986).

Este enfoque sistemático involucra a todos los miembros de la organización y se aplica de manera transversal a sus procesos, con el propósito de lograr una gestión eficiente que garantice de forma sostenida la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los estándares establecidos (Camisón, 1996).

## **Competitividad hotelera**

La competitividad hotelera se entiende como la capacidad que tiene un establecimiento de alojamiento para sostener y fortalecer su posición dentro del mercado, logrando atraer y retener clientes de manera rentable frente a sus competidores, tanto directos como indirectos (Porter, 1985). Esta competitividad no se fundamenta únicamente en el factor precio, sino en la construcción de una propuesta de valor diferenciada que integre elementos como la calidad del servicio, la ubicación estratégica, la experiencia ofrecida al huésped, la reputación del establecimiento, la fortaleza de la marca y la eficiencia en la gestión de costos (Tsai, Song & Wong, 2009).

## **Reputación online**

La reputación online se determina a partir de lo que los usuarios piensan, comentan y valoran sobre un hotel, así como las experiencias compartidas mediante los usuarios en el sector digital (Hennig-Thurau et al., 2004). Dentro de estos entornos se encuentran las plataformas de reservas en línea, los foros especializados en turismo y las redes sociales. En la actualidad, la reputación online tiene un impacto directo en la fiabilidad del establecimiento y en las decisiones de compra de los clientes potenciales, lo que lo convierte en un elemento crucial para seleccionar el alojamiento (Silva & Pazmiño, 2023).

## **Turismo de sol y playa**

El turismo de sol y playa se define como una modalidad turística cuya principal motivación es el disfrute y la recreación en espacios costeros, centrada en actividades relacionadas con el sol, el mar y la arena (MINTUR, 2020). Este tipo de turismo, característico de destinos como Salinas, suele presentar un comportamiento estacional marcado, con mayores niveles de demanda durante los periodos vacacionales y la temporada de verano. Esta dinámica genera retos específicos para los establecimientos ubicados en zonas costeras, especialmente en lo relacionado con la gestión de la capacidad instalada, la planificación del personal y la administración eficiente de los recursos disponibles (Mendoza, 2021).

## **Marco Referencial**

Diversas investigaciones realizadas en el Ecuador han abordado el análisis de la calidad del servicio en establecimientos de alojamiento, evidenciando su relevancia tanto en la experiencia turística como en la competitividad de la oferta. Un estudio pionero desarrollado en la ciudad de Baños de Agua Santa evaluó la calidad de la atención en dos hostales de tercera categoría, concluyendo que factores como la calidez del personal, la rapidez en la atención y el adecuado mantenimiento de las instalaciones resultan determinantes para la satisfacción del huésped (Freire Valverde, 2014). Los resultados de esta investigación indican que, en establecimientos de menor tamaño, la calidad percibida no depende exclusivamente de la infraestructura, sino del contacto directo que el cliente mantiene con el personal, lo que pone de manifiesto el papel clave del comportamiento de los trabajadores en la percepción del servicio.

De manera similar, en el archipiélago de Galápagos se analizó la percepción de la calidad del servicio en hoteles y hostales de tres y cuatro estrellas, identificándose que los turistas valoran principalmente aspectos como la limpieza, la atención personalizada y la seguridad durante su estadía (Chacón Velasco & Pillajo Valencia, 2018). Este estudio destaca que, en destinos con alta demanda turística, la reputación digital adquiere un papel fundamental en la elección del alojamiento, debido a la influencia directa que ejercen las reseñas publicadas en plataformas como TripAdvisor y Booking sobre la competitividad de los establecimientos.

En la región costera del país, investigaciones más recientes han aplicado modelos específicos para la evaluación de la calidad en los servicios hoteleros. Tal es el caso del estudio realizado en la ciudad de Manta, donde se utilizó el modelo HOTELQUAL, concluyéndose que una valoración positiva de la atención del personal, el estado de las instalaciones y la adecuada organización del servicio inciden directamente en la fidelización de los clientes (Loor Moreira et al., 2020). De forma complementaria, una investigación enfocada en hoteles de tres y cuatro estrellas evidenció que la capacitación continua del personal constituye un factor determinante para mejorar la atención y corregir deficiencias en el servicio, especialmente en la dimensión funcional del mismo (Cedeño Cedeño, 2024).

Asimismo, estudios recientes desarrollados en hosterías de la provincia del Azuay refuerzan la importancia de gestionar la calidad del servicio en establecimientos pequeños y medianos desde un enfoque organizacional. Prado Navas y Vázquez Ávila (2025) concluyen que la aplicación de herramientas como HOTELQUAL permite identificar debilidades estructurales relacionadas con el mantenimiento de las instalaciones y la comunicación con los clientes, recomendando la implementación de planes de mejora sustentados en estándares técnicos y programas de capacitación del talento humano. En conjunto, estos hallazgos evidencian que la calidad del servicio en alojamientos de menor escala, como hostales y hosterías, puede fortalecerse mediante procesos sistemáticos de medición y una gestión adecuada de la experiencia del huésped.

### **Tendencias Actuales en la Gestión de la Calidad Hotelera**

La administración de la calidad dentro del sector hotelero ha incorporado en los últimos años varias tendencias que buscan mejorar la experiencia del cliente, basándose sobre todo en métodos para personalizar el servicio junto con la implementación de herramientas tecnológicas. La importancia de implementar sistemas de retroalimentación

en tiempo real, como encuestas digitales y el estudio de comentarios subidos a plataformas online, se enfatiza en investigaciones recientes. Dichos sistemas posibilitan detectar de manera oportuna áreas que demandan mejoras y dar respuestas más rápidas a los requerimientos del cliente. Asimismo, la adopción de tecnologías como el check-in automatizado, aplicaciones móviles para la atención al huésped y sistemas de gestión energética ha demostrado contribuir tanto a una mejor percepción de la calidad del servicio como a una mayor eficiencia operativa en los establecimientos hoteleros.

### **Impacto de la Calidad de Servicio en la Competitividad Turística**

La literatura especializada coincide en señalar que la calidad del servicio constituye un factor determinante para la competitividad de los destinos turísticos. En el contexto ecuatoriano, diversos autores sostienen que la mejora continua de los servicios hoteleros incide directamente en la reputación del destino, lo cual favorece el incremento de la llegada de turistas tanto nacionales como internacionales. La calidad del servicio no solo promueve la fidelización de los clientes, sino que también fortalece la imagen del país en los mercados externos, posicionándolo como un destino confiable, seguro y orientado a la satisfacción del visitante. En este sentido, una gestión hotelera sustentada en estándares de calidad contribuye al desarrollo sostenible del sector y a la generación de ventajas competitivas a largo plazo.

En síntesis, los estudios revisados, los modelos de evaluación y las experiencias exitosas en la hotelería Ecuatoriana permiten comprender que la calidad del servicio es un elemento de carácter multidimensional, que integra la gestión organizacional, el uso estratégico de herramientas tecnológicas y una clara orientación al cliente. La evidencia analizada demuestra que los establecimientos que adoptan procesos de mejora continua, programas de capacitación permanente y estándares de servicio bien definidos logran incrementar significativamente la satisfacción del huésped y fortalecer su competitividad. De este modo, el conjunto de conceptos abordados constituye un marco teórico sólido para analizar la realidad actual del sector y proponer estrategias orientadas a un servicio hotelero más eficiente, humano y sostenible.

## **Marco Legal**

### **Ley de Turismo del Ecuador**

La Ley de Turismo (Ley No. 97, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 733 del 10 de diciembre de 2002) constituye el principal marco jurídico que regula las actividades turísticas en el Ecuador. Su objetivo fundamental es promover el desarrollo sostenible del turismo, asegurando que las actividades del sector se desarrollen bajo condiciones adecuadas de calidad, seguridad y respeto tanto al medio ambiente como a las comunidades locales (Asamblea Nacional del Ecuador, 2002).

En este marco normativo, el artículo 3 establece los principios rectores que rigen la actividad turística en el país, entre los que se destacan la sostenibilidad, la competitividad, la accesibilidad y la calidad. Por su parte, el artículo 25 dispone que toda persona natural o jurídica que desarrolle actividades turísticas debe inscribirse de manera obligatoria en el Registro de Turismo del Ministerio de Turismo, constituyéndose este requisito en una condición esencial para la legalidad de su operación. Además, el artículo 33 considera que los sitios turísticos tienen que seguir las normas sanitarias y reglamentarias que son emitidas por las entidades pertinentes.

La Ley de Defensa del Consumidor es la principal referencia para el establecimiento Palm Beach, porque determina los requisitos legales de funcionamiento y calidad que deben cumplir todos los alojamientos. Su observancia asegura que el hostel funcione conforme a los estándares oficiales correspondientes al Ministerio de Turismo y mejora su posicionamiento como un negocio formal y competitivo en Salinas.

### **Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador**

El Reglamento de Alojamiento Turístico (Acuerdo Ministerial No. 2015-024-A, Registro Oficial Suplemento No. 465 del 24 de marzo de 2015) desarrolla y complementa la Ley de Turismo, especificando las condiciones que deben cumplir los diferentes tipos de establecimientos de hospedaje en el país (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

Define el alojamiento turístico como el conjunto de bienes destinados a prestar servicios de hospedaje con o sin alimentación. Establece además una clasificación por tipo (hoteles, hostales, hosterías, lodges, casas de huéspedes, refugios, entre otros) y por

categorías de estrellas. En el caso de los hostales, el artículo 14 los define como establecimientos que pueden ofrecer habitaciones privadas o compartidas con baño privado o compartido, y los clasifica de una a tres estrellas según su nivel de infraestructura, mobiliario, mantenimiento, atención al cliente y servicios complementarios.

El reglamento establece tres tipos de requisitos: obligatorios, de categorización y distintivos, que se evalúan mediante inspecciones técnicas del Ministerio de Turismo. Además, en su artículo 30, faculta al Ministerio a sancionar o cerrar los establecimientos que incumplan las condiciones mínimas exigidas.

Para el Hostal Palm Beach, este reglamento es una guía fundamental que permite identificar si el establecimiento cumple con las disposiciones referentes a infraestructura, equipamiento, seguridad, higiene y calidad de atención, siendo clave para el diseño del plan integral de mejoras.

### **Reglamento de Alojamiento Turístico en Inmuebles Habitacionales**

El Acuerdo Ministerial No. 2023-011 (Registro Oficial Suplemento No. 402 del 22 de septiembre de 2023) regula el alquiler turístico temporal en inmuebles residenciales, como departamentos, casas y suites. Aunque está enfocado en la formalización de la oferta turística digital (Airbnb, Booking, etc.), amplía el marco regulatorio del alojamiento en Ecuador y busca evitar la competencia desleal frente a establecimientos formalmente registrados (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023).

Este reglamento exige que los propietarios obtengan su Registro de Turismo, cumplan normas de seguridad y cuenten con el Permiso Sanitario y el LUAF correspondiente. Su relevancia para el Hostal Palm Beach radica en que refuerza la importancia de operar dentro de la legalidad y bajo parámetros técnicos, garantizando la transparencia y seguridad del servicio frente a los turistas.

### **Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN 2451:2008**

La NTE INEN 2451:2008 – Turismo. Hospitalidad. Requisitos de competencia laboral fue emitida por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) con el objetivo de estandarizar las competencias del personal que labora en servicios de alojamiento y restauración.

Esta norma especifica las habilidades, actitudes y conocimientos que deben poseer trabajadores como recepcionistas, camareras de piso, botones, cocineros y personal de limpieza (INEN, 2008).

Incluye competencias relacionadas con la atención al cliente, comunicación efectiva, empatía, manejo de conflictos, presentación personal y cumplimiento de normas de seguridad. En el caso del Hostal Palm Beach, aplicar esta norma garantiza un servicio profesional, homogéneo y eficiente, lo que influye directamente en la percepción de calidad del huésped.

### **Plan Nacional de Calidad Turística del Ecuador (PNCT)**

El Plan Nacional de Calidad Turística del Ecuador (PNCT), implementado por el Ministerio de Turismo, tiene como propósito elevar los estándares del sector a través de programas de mejora continua, sostenibilidad y certificación.

Dentro de este plan se destacan iniciativas como el Distintivo Q, el SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional) y la Certificación de Buenas Prácticas Turísticas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

El PNCT propone una cultura de calidad que abarca la atención al cliente, el mantenimiento de las instalaciones, la capacitación del personal y la innovación en la gestión para el Hostal Palm Beach, el PNCT constituye una herramienta clave para estructurar un plan integral de mejoras alineado con los lineamientos nacionales,

### **Reglamento de Seguridad y Prevención de Incendios**

El Reglamento General de Prevención y Protección contra Incendios (Cuerpo de Bomberos del Ecuador, 2019) establece las condiciones de seguridad que deben cumplir los establecimientos abiertos al público.

Entre sus principales exigencias se encuentran la instalación de sistemas de alarma, extintores, señalética visible, rutas de evacuación, luces de emergencia y la elaboración de un plan de contingencia con simulacros periódicos, por otro lado el incumplimiento de estas medidas puede implicar sanciones, clausura temporal e incluso revocatoria del permiso de funcionamiento, en el Hostal Palm Beach, este reglamento garantiza la seguridad de los huéspedes y personal, reforzando la percepción de confiabilidad y compromiso del establecimiento con la protección del usuario.

### **Código Orgánico de Salud (COS)**

El Código Orgánico de Salud (Registro Oficial Suplemento No. 465 del 22 de agosto de 2020) regula las normas sanitarias aplicables a los establecimientos turísticos. El artículo 163 dispone que estos deben mantener ambientes limpios, ventilados y libres de contaminación, mientras que el artículo 166 exige la obtención del Permiso Sanitario de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud Pública.

En el contexto del Hostal Palm Beach, el cumplimiento de este código asegura la higiene en áreas comunes, habitaciones, cocinas y baños, generando una experiencia segura y confortable para los huéspedes.

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

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (Registro Oficial Suplemento No. 116 del 10 de julio de 2000) protege los derechos de los usuarios frente a los proveedores de bienes y servicios. El artículo 3 garantiza el derecho a recibir productos y servicios de calidad, mientras que el artículo 10 obliga a los prestadores a ofrecer condiciones seguras, idóneas y equitativas.

En el sector turístico, esta ley vela porque los establecimientos cumplan con lo ofrecido en publicidad y no incurran en prácticas engañosas, para el Hostal Palm Beach, representa una obligación ética y legal de mantener la coherencia entre lo prometido y lo entregado, asegurando la confianza y fidelidad del huésped.

### **Código Orgánico del Ambiente (COA)**

El Código Orgánico del Ambiente (Ley No. 0, Registro Oficial Suplemento No. 983 del 12 de abril de 2017) promueve la gestión ambiental responsable en las actividades económicas. El artículo 4 menciona el principio de “producción y consumo sostenibles”, y el artículo 35 obliga a los prestadores turísticos a adoptar medidas que reduzcan la contaminación y promuevan el uso racional de los recursos naturales.

En el Hostal Palm Beach, incorporar prácticas ambientales como el ahorro de agua, energía y el manejo adecuado de residuos contribuye no solo al cumplimiento legal, sino también a mejorar la imagen institucional y la satisfacción de los clientes.

## **Norma ISO 9001:2015 – Sistemas de Gestión de la Calidad**

La ISO 9001:2015, elaborada por la International Organization for Standardization (ISO), establece los requisitos para implementar un sistema de gestión de calidad enfocado en la satisfacción del cliente, el liderazgo, la gestión por procesos y la mejora continua, aunque no es de cumplimiento obligatorio, su adopción voluntaria en el sector turístico ecuatoriano ha demostrado beneficios tangibles en la eficiencia operativa y la fidelización del cliente (ISO, 2015).

El Hostal Palm Beach puede usar esta norma como referencia metodológica para diseñar su Plan Integral de Mejoras, estructurando políticas de calidad medibles y sostenibles.

## **Código del Trabajo del Ecuador**

Las relaciones de trabajo se rigen por la normativa del Trabajo (Registro Oficial Suplemento No. 167, 2005), el cual define los derechos y las obligaciones entre los empleadores y los trabajadores. Incluye regulaciones sobre la capacitación, la remuneración equitativa, la estabilidad laboral, la seguridad en el trabajo y las jornadas laborales.

Para el Hostal Palm Beach, el cumplimiento de esta normativa garantiza un entorno laboral digno y motivador, lo cual tiene un impacto beneficioso en la calidad del servicio y en la atención al cliente.

## **Ley Orgánica de Cultura**

La Ley Orgánica de Cultura (Registro Oficial Suplemento No. 913 del 30 de diciembre de 2016) reconoce la importancia del patrimonio cultural en el desarrollo turístico. Promueve el uso sostenible de los recursos culturales y la difusión de las identidades locales.

Para el Hostal Palm Beach, representa la oportunidad de integrar elementos culturales locales (decoración, gastronomía, experiencias) que fortalezcan su identidad y atractivo turístico.

## **Reglamento del Sistema de Registro Turístico**

A partir de una publicación del Ministerio de Turismo en 2018, se determinan los requisitos y procedimientos para inscribirse, actualizar y supervisar a las organizaciones

que prestan servicios turísticos. Determina que el registro debe hacerse trimestralmente y que, en caso de no cumplirlo, podrían imponerse sanciones o suspenderse la licencia. Para operar de manera legal y aparecer en las redes oficiales del Ministerio, el Hostal Palm Beach necesita disponer de su Registro de Turismo actualizado; esto incrementa su credibilidad y visibilidad ante los visitantes.

En resumen, el marco legal que rige la actividad turística en Ecuador constituye una base firme que guía el desempeño responsable, seguro y competitivo de los centros de hospedaje. Cada una de las leyes, normas y reglamentos analizados ofrece directrices detalladas en temas de calidad, seguridad, sostenibilidad, manejo laboral y defensa del consumidor. Esto crea un sistema global que tiene como objetivo incrementar la confianza del viajero y profesionalizar la oferta del sector.

Para el Hostal Palm Beach, el cumplimiento de estas disposiciones constituye no solamente un deber legal, sino además una oportunidad estratégica para mejorar la calidad de sus servicios, fortalecer su reputación y adecuarse a las normas nacionales que fomentan un turismo responsable y de alta gama. Por lo tanto, este marco legal se vuelve un soporte esencial para el diseño de un plan de mejoras que asegure el desarrollo organizado, eficaz y sostenible del establecimiento.

## **Capítulo 2. Metodología de la Investigación**

### **Enfoque de la Investigación**

La presente investigación se desarrolló bajo el enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas con el fin de obtener una comprensión integral de la percepción de calidad del servicio en el Hostal Palm Beach.

El componente cuantitativo permitió medir objetivamente las percepciones de los huéspedes mediante la aplicación del modelo SERVQUAL, evaluando las brechas entre expectativas y percepciones. El componente cualitativo, por su parte, permitió profundizar en las razones que explican dichas percepciones, a través de entrevistas y un grupo focal.

Este enfoque resulta idóneo para estudios de calidad de servicio en turismo, donde es necesario medir indicadores, analizar experiencias y comprender los factores determinantes del servicio (Parasuraman et al., 1988; Grönroos, 2007; Creswell, 2014).

### **Tipo y Diseño de Investigación**

La presente investigación fue de tipo descriptiva y aplicada. Es descriptiva porque se orienta a analizar las percepciones, opiniones y valoraciones de los huéspedes respecto a la calidad del servicio recibido en el Hostal Palm Beach. Es aplicada debido a que los resultados obtenidos se destinarán a la formulación de un plan integral de mejoras, orientado a optimizar la gestión del establecimiento y elevar el nivel de satisfacción del cliente (Camisón, 1996).

El diseño de la investigación fue no experimental y transversal, dado que no se manipularon deliberadamente las variables de estudio, y la recolección de los datos se realizó en un único momento del tiempo durante el periodo establecido para el levantamiento de la información (Hernández, Fernández & Baptista, 2014)

### **Ubicación del estudio**

El estudio se realizó en el Hostal Palm Beach, ubicado en la ciudad de Salinas, provincia de Santa Elena, específicamente en la calle Enríquez Gallo, a una cuadra del malecón, zona caracterizada por una alta afluencia turística. Este establecimiento inició sus actividades en el año 2001 y fue remodelado en el año 2023.

**Figura 1.**  
*Ubicación del establecimiento.*



Tomado de Google Maps.

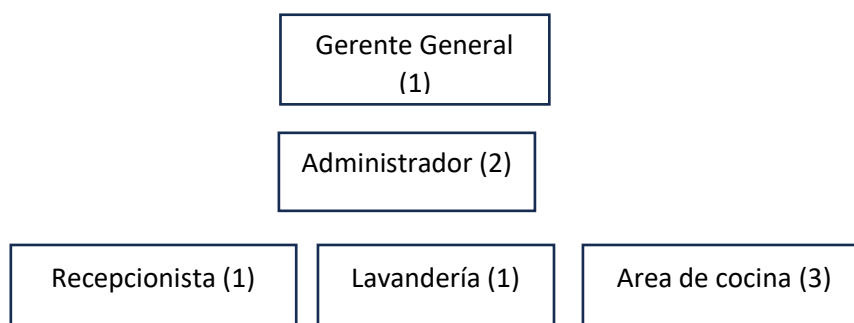
## Contexto Organizacional del Hostal Palm Beach

### Misión, visión y objetivos generales

Al momento de que se realizó esta investigación, el Hostal Palm Beach no contaba formalmente con una misión, visión ni objetivos generales definidos de manera institucional. Esta ausencia de lineamientos estratégicos constituye un aspecto relevante a considerar dentro del diagnóstico organizacional, ya que limita la orientación de las acciones internas hacia una gestión estructurada y una mejora continua del servicio.

Este aspecto fue tomado en cuenta dentro del plan integral de mejoras, como una oportunidad para fortalecer la gestión administrativa y la identidad organizacional del establecimiento.

### Organigrama estructural



## Organigrama Funcional

**Tabla 1.**  
*Organigrama*

| <b>Cargo</b>                | <b>Función</b>                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gerente</b>              | Es el responsable de la dirección general del hostel. Supervisa el funcionamiento integral del establecimiento.                                                                                                                                                                  |
| <b>Administrador</b>        | Se encarga de mantener el orden y coordinar las actividades del hostel incluyendo contratar eventuales.                                                                                                                                                                          |
| <b>Área de lavandería</b>   | Encargado de todo el funcionamiento del área de lavandería.                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Área de recepción</b>    | Se encarga de recibir a los huéspedes y llevar el registro de reservas.                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Área del restaurante</b> | Área destinada a la preparación y servicio ocasional de alimentos, principalmente desayunos, almuerzos y meriendas, según la demanda del establecimiento. Su función es complementar el servicio de alojamiento, ofreciendo opciones básicas de alimentación para los huéspedes. |

## Ventaja competitiva del Hostal Palm Beach

(a)**Ubicación estratégica:** El Hostal Palm Beach se sitúa cerca del Malecón y de zonas turísticas centrales de Salinas, lo que lo hace accesible a pie a restaurantes, playa y actividades recreativas, a diferencia de otros alojamientos más alejados del centro (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

(b)**Precio competitivo en temporada baja:** Ofrece tarifas competitivas por persona o por habitación en comparación con hoteles cercanos de mayor categoría, atrayendo a turistas con presupuestos ajustados durante todo el año (comparación de tarifas locales).

(c)**Experiencia más personalizada:** Al ser un hostel con atención directa del personal, puede ofrecer una atención más familiar y cercana que hoteles grandes, lo cual muchas veces es valorado por turistas que buscan experiencias más auténticas (Grönroos, 2007).

(d)**Adaptación a familias y grupos grandes:** La oferta de habitaciones de 2 a 5 personas permite atender a familias y grupos, a diferencia de muchos hostales pequeños que solo tienen habitaciones individuales o dobles (comparación con Fogata Hostel y Hostel Haziél).

(e)**Cercanía a puntos turísticos y servicios:** La proximidad a atracciones como el Malecón, sitios gastronómicos y entretenimiento nocturno es un activo diferencial frente a alojamientos en zonas más residenciales.

### **Análisis comparativo de establecimientos de alojamiento**

La matriz comparativa permite analizar el desempeño del Hostel Palm Beach en relación con otros establecimientos de alojamiento turístico ubicados en el sector, considerando criterios relevantes para la toma de decisiones del cliente. A través de este análisis se comparan aspectos como la oferta de servicios, el tipo de habitaciones, el nivel de atención, los precios y la ubicación, con el objetivo de comprender el posicionamiento del hostel dentro del mercado local.

El estudio comparativo evidenció que, si bien existen características compartidas entre los establecimientos analizados, también se identifican elementos diferenciadores que influyen en la percepción del huésped y en la competitividad del Hostel Palm Beach. Estos resultados constituyen un insumo clave para identificar oportunidades de mejora y fortalecer las ventajas competitivas del establecimiento, orientadas a elevar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

**Tabla 2.**

*Comparación de establecimientos.*

| <b>Alojamiento</b>       | <b>Tipo</b> | <b>Precio Aproximado</b>  | <b>Ubicación</b>    | <b>Servicios básicos</b> | <b>Valoración general</b> |
|--------------------------|-------------|---------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------------|
| <b>Hostal Palm Beach</b> | Hostal      | \$30–\$50 por hab. aprox. | Centro / Malecón    | Wifi, limpieza, atención | Base para tu estudio      |
| <b>Fogata Hostel</b>     | Hostal      | \$42                      | Cerca del centro    | Wifi, baño privado       | Alta                      |
| <b>Hostal Haziél</b>     | Hostal      | \$30                      | Av. Carlos Espinoza | Wifi, básico             | Buena                     |

|                                             |             |       |                 |                            |           |
|---------------------------------------------|-------------|-------|-----------------|----------------------------|-----------|
| <b>Hostal Montecarlos</b>                   | Hostal      | \$28  | Zona urbana     | Wifi, básico               | Buena     |
| <b>Hostal Sea Horse</b>                     | Alojamiento | \$44  | Salinas central | Wifi, confort              | Muy buena |
| <b>Chescos Restobar &amp; Hotel Salinas</b> | Hotel       | \$42  | Malecón         | Piscina, bar, wifi         | Muy buena |
| <b>Hotel White Sand</b>                     | Hotel       | \$55  | Salinas         | Piscina, servicios         | Buena     |
| <b>Hotel Casablanca Salinas</b>             | Hotel       | \$48  | Malecón         | Wifi, confort              | Muy buena |
| <b>Hotel costa linda salinas</b>            | Hotel       | \$32  | Salinas         | Wifi, baño                 | Buena     |
| <b>Hostería Ecológica El Faro</b>           | Hostería    | \$120 | Alta categoría  | Piscina, servicios premium | Muy buena |
| <b>Hostería La Costanera</b>                | Hostería    | \$50  | Salinas         | Wifi, confort              | Buena     |

## Población y Muestra

La población del estudio estuvo conformado por todos los huéspedes que se alojaron en el Hostal Palm Beach durante el año 2025. Con base en estimaciones realizadas a partir de la capacidad del establecimiento, que cuenta con 16 habitaciones con un promedio de 3 personas por habitación, y considerando una ocupación media anual aproximada del 65%, se estimó que el hostel registra alrededor de 11.388 personas-noche al año.

Tomando en cuenta una estancia promedio de 3 noches por huésped, esta cifra equivale aproximadamente a 3.796 huéspedes únicos anuales, valor que se redondea metodológicamente a un universo estimado de 3.800 huéspedes. Esta población presenta una marcada variabilidad estacional, propia de destinos turísticos de sol y playa como Salinas, donde la ocupación se incrementa significativamente durante feriados y temporadas altas.

Debido a la naturaleza operativa del hostel y a la inexistencia de un marco muestral que permitió identificar anticipadamente a los huéspedes, no fue posible aplicar

métodos de muestreo probabilístico. En consecuencia, la población se consideró de carácter dinámico, tal como ocurre en investigaciones aplicadas en establecimientos de alojamiento con alta rotación de visitantes (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Para la selección de los participantes, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando a los huéspedes que se encontraban alojados en el hostel durante el periodo de recolección de datos y que aceptaron participar voluntariamente en el estudio. Este tipo de muestreo resultó pertinente cuando el acceso a los participantes depende del momento de aplicación y la disponibilidad de los usuarios (Malhotra, 2008).

En el componente cuantitativo se aplicaron un mínimo de 50 encuestas, cifra adecuada para obtener resultados descriptivos confiables en estudios basados en el modelo SERVQUAL en establecimientos de alojamiento de mediana escala. No obstante, se procuró alcanzar el mayor número posible de participantes para fortalecer la fiabilidad de los resultados.

El componente cualitativo incluyó la participación de actores clave, con el objetivo de complementar e interpretar los resultados cuantitativos, mediante:

- Una entrevista dirigida al círculo administrativo del hostel.
- 1 grupo focal conformado por 6 a 8 huéspedes, preferiblemente clientes recurrentes o con experiencias recientes de hospedaje.

Este diseño de población y muestra permitió obtener una visión integral del servicio, combinando amplitud cuantitativa con profundidad cualitativa, en coherencia con el enfoque mixto del estudio.

### **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

- (a) Encuesta estructurada: Encuesta estructurada: Basada en el modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), que evalúa cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El instrumento incluye preguntas cerradas con escala Likert de cinco puntos, desde “Malo” hasta “Muy bueno”, haciendo que se calcule de mejor manera el área más crítica con la que se deba empezar a trabajar.
- (b) Entrevistas semiestructuradas: Entrevistas semiestructuradas: Dirigidas al personal del hostel, con el fin de conocer sus percepciones sobre los procesos internos, atención al cliente y áreas de mejora (Grönroos, 2007).

- (c) Grupo focal: Se realizará un grupo focal conformado por entre 6 y 8 clientes recurrentes, con el objetivo de profundizar en sus experiencias de servicio, explorar percepciones detalladas y validar los resultados obtenidos en el componente cuantitativo (Schmitt, 1999).
- (d) Revisión documental: Se analizarán registros internos del hostel, quejas, comentarios en redes sociales y plataformas como Booking.com y TripAdvisor, considerando la importancia del boca a boca electrónico (Hennig-Thurau et al., 2004)

### **Validez y Confiabilidad**

Para garantizar la validez del instrumento de investigación, el cuestionario fue revisado por expertos en turismo y gestión hotelera. La confiabilidad se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, aceptando valores superiores a 0,70 como indicativos de una adecuada consistencia interna (Parasuraman et al., 1988; Oliver, 1997)

### **Consideraciones Éticas**

La investigación respetó los principios de confidencialidad, consentimiento informado y anonimato de los participantes. La información recolectada se utilizó exclusivamente con fines académicos, garantizando la protección de la identidad de los huéspedes y del personal del hostel, en cumplimiento de los principios éticos de la investigación social (ISO, 2015).

### Capítulo 3. Análisis de resultados

#### Desde la perspectiva del cliente

Para el análisis desde la perspectiva del cliente, se recopiló información mediante encuestas aplicadas a los huéspedes del Hostal Palm Beach, con el propósito de conocer su perfil, expectativas y percepción sobre la calidad del servicio recibido. Este enfoque permitió identificar los gustos, preferencias y nivel de satisfacción de los clientes en relación con aspectos clave del alojamiento, tales como la atención, las instalaciones, la seguridad y la relación calidad–precio.

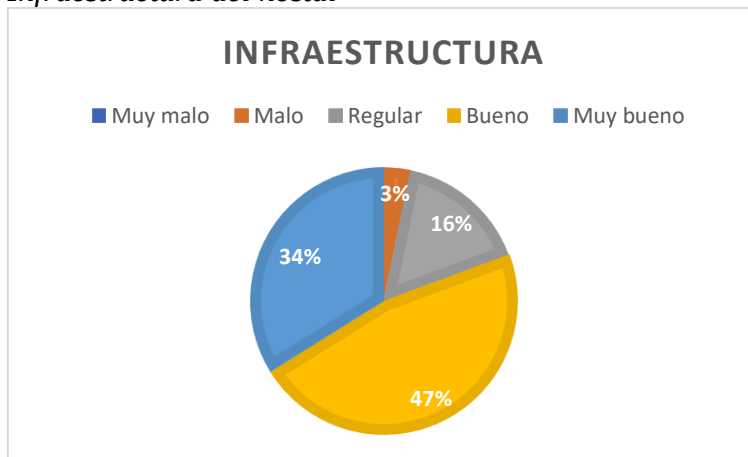
La información obtenida constituyó un insumo fundamental para evaluar el desempeño del establecimiento desde la visión del usuario final y sirvió como base para la formulación de estrategias orientadas a la mejora continua de los servicios, el fortalecimiento de la experiencia del huésped y el incremento de los estándares de calidad.

#### Análisis de Resultados del Modelo SERVQUAL

##### Dimensión: Elementos Tangibles

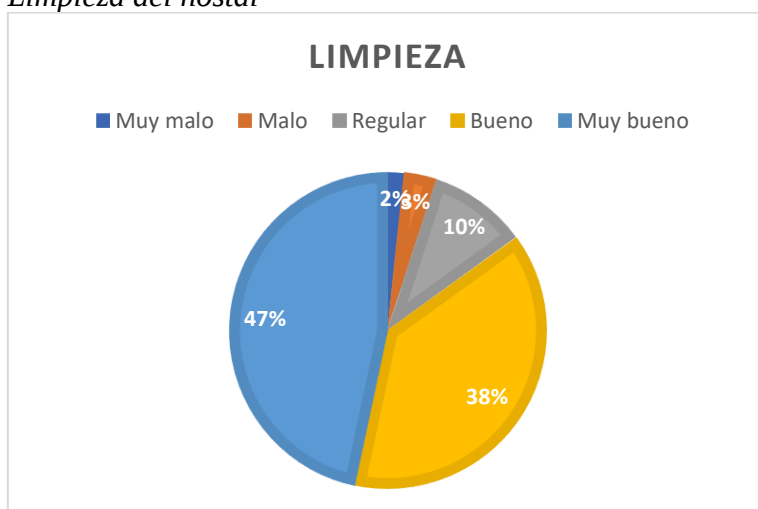
**Figura 2.**

*Infraestructura del hostal*



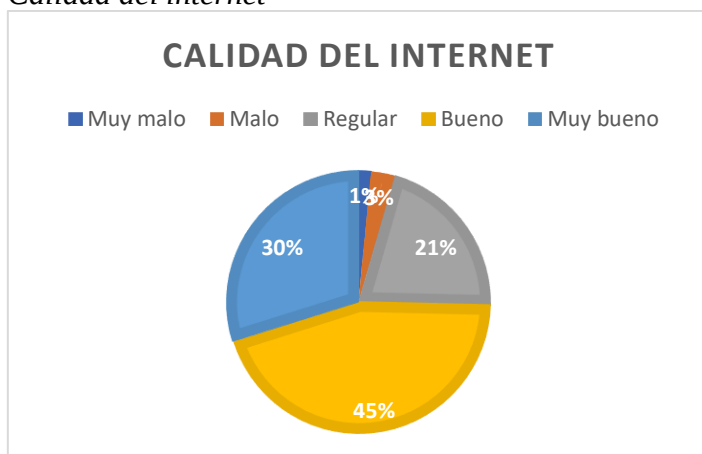
La figura 2 que hace referencia a la infraestructura, muestra que el 47% de los encuestados califican como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

**Figura 3.**  
*Limpieza del hostel*



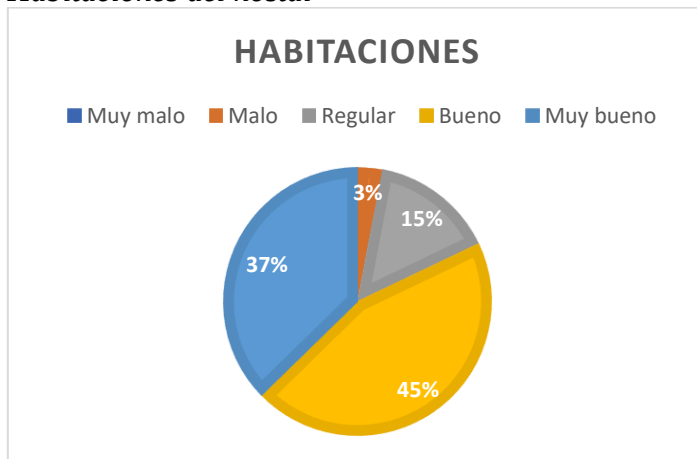
La figura 3 que hace referencia al nivel de limpieza del hostel, muestra que el 47% de los encuestados califica como “Muy bueno” el nivel de limpieza que encontraron al momento de hospedarse en el hostel.

**Figura 4.**  
*Calidad del internet*



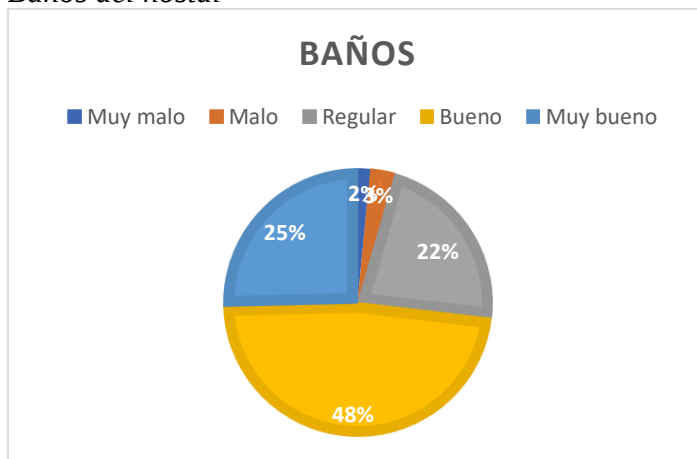
La figura 4 que hace referencia a la calidad del internet, muestra que el 45% de los encuestados califica como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

**Figura 5.**  
*Habitaciones del hostel*



La figura 5 que hace referencia a la comodidad de las habitaciones, muestra que el 45% de los encuestados califica como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

**Figura 6.**  
*Baños del hostel*



La figura 6 que hace referencia al estado de los baños, muestra que el 48% de los encuestados lo califica como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

### **Análisis de resultados**

La dimensión Elementos Tangibles evaluó aspectos físicos del servicio, tales como la infraestructura general del hostel, el estado de las habitaciones, baños, limpieza, presentación visual y condiciones del equipamiento.

Los resultados obtenidos mostraron que la mayoría de los encuestados califica estos aspectos entre “Bueno” y “Muy bueno”, lo que evidencia una percepción positiva respecto a la comodidad general y la ubicación del establecimiento. En particular, se

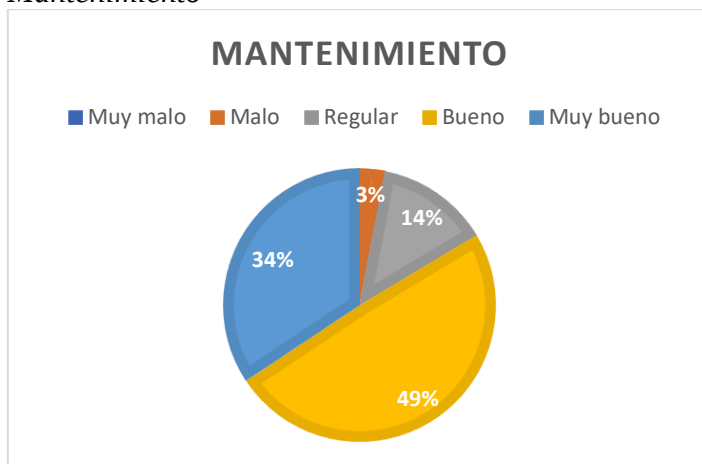
destaca la valoración favorable de las habitaciones y de la infraestructura en términos generales.

No obstante, se identificaron puntuaciones ligeramente menores en variables relacionadas con el mantenimiento de baños, presentación visual y estado de ciertas instalaciones, lo que sugiere la existencia de detalles estructurales que requieren intervención. Estos resultados coinciden con comentarios cualitativos de los huéspedes, quienes señalan la necesidad de mejorar algunos elementos físicos como techos, acabados y textiles.

En conjunto, la dimensión tangible presentó una valoración aceptable; sin embargo, se evidencian oportunidades de mejora que permitirían elevar la percepción global de calidad del servicio y reforzar la imagen del hostel.

#### **Dimensión: Fiabilidad**

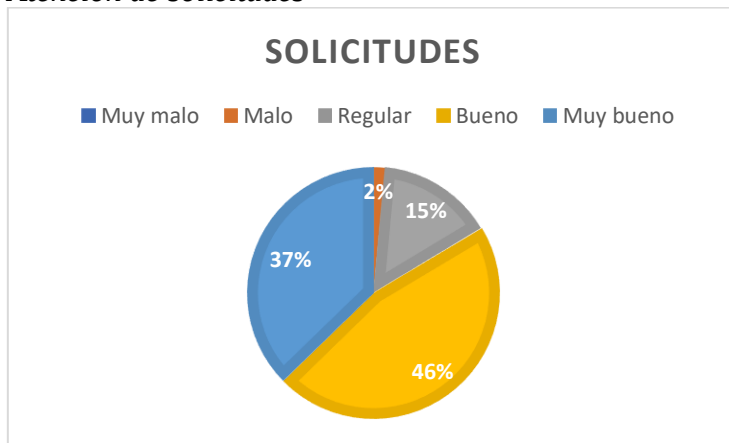
**Figura 7.**  
*Mantenimiento*



La figura 7 que hace referencia a la presentación visual y mantenimiento del hostel, muestra que el 49% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

**Figura 8.**

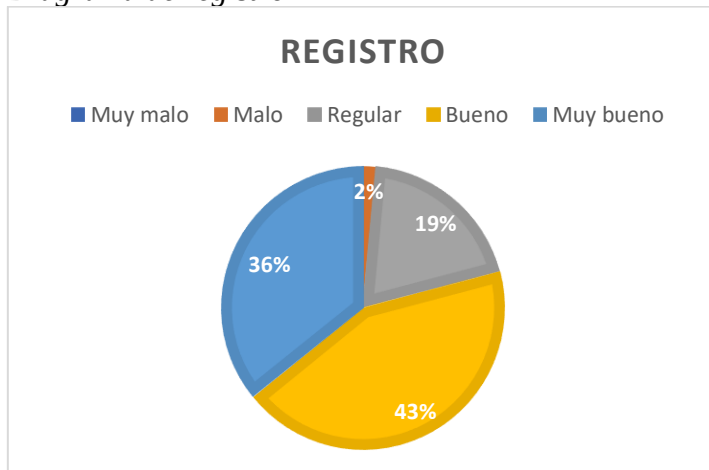
*Atención de solicitudes*



La figura 8 que hace referencia a la atención de solicitudes y requerimientos, muestra que el 46% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

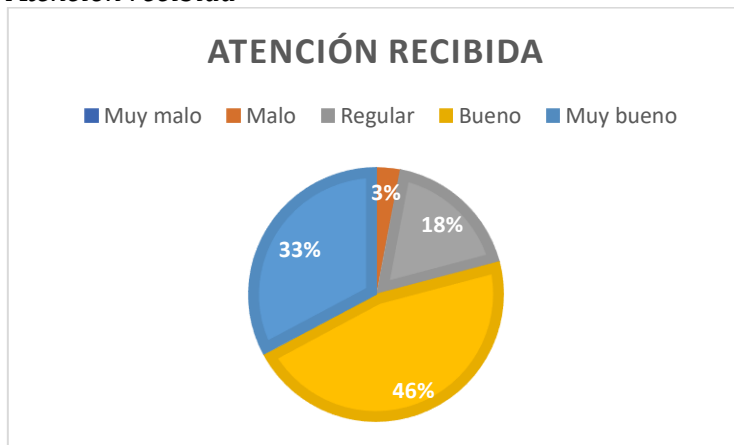
**Figura 9.**

*Diagrama de registro*



La figura 9 que hace referencia a la velocidad de registro, muestra que el 43% de los encuestados lo señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

**Figura 10.**  
*Atención recibida*



La figura 10 que hace referencia a la satisfacción con la atención recibida en los momentos de alta demanda, muestra que el 46% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

### **Análisis de resultados**

La dimensión Fiabilidad hace referencia al cumplimiento de los servicios ofrecidos, la puntualidad en los procesos y la consistencia del servicio desde la reserva hasta la salida del huésped.

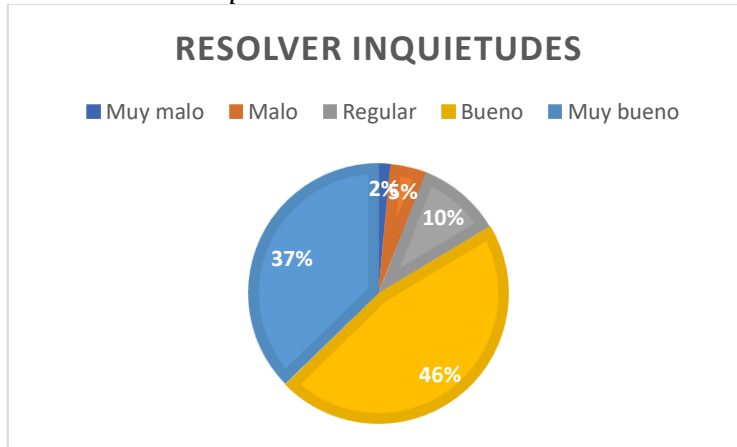
Los resultados reflejan que los encuestados perciben un alto nivel de fiabilidad, destacando el cumplimiento adecuado de los horarios de check-in y check-out, así como la coherencia entre lo ofrecido y lo recibido durante la estadía. La mayoría de las respuestas se concentraron en las categorías “Bueno” y “Muy bueno”, lo que indica confianza en el servicio brindado.

Estos resultados evidencian que el Hostal Palm Beach cumple de manera efectiva con sus compromisos, fortaleciendo la credibilidad del establecimiento frente a los huéspedes y contribuyendo a una experiencia satisfactoria

## Dimensión: Capacidad de Respuesta

**Figura 11.**

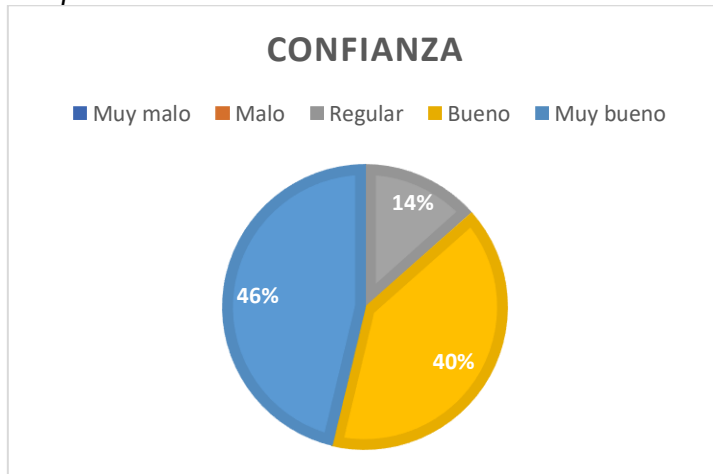
*Resolución de inquietudes*



La figura 11 que hace referencia al nivel de interés que hay al resolver inquietudes de manera oportuna, muestra que el 46% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

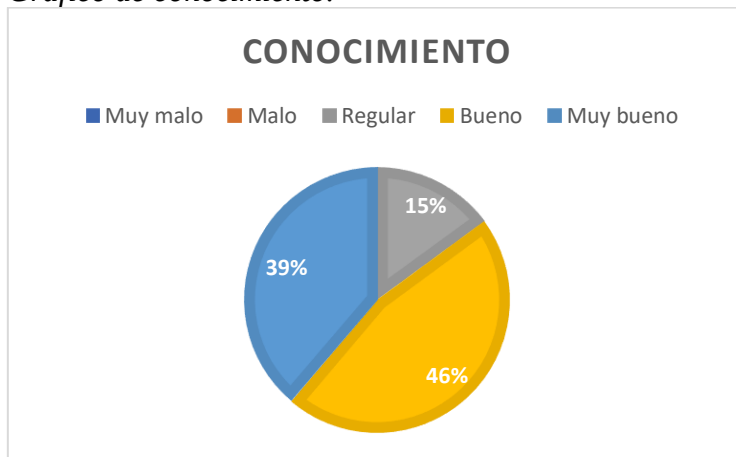
**Figura 12.**

*Confianza*



La figura 12 que hace referencia al nivel de confianza y profesionalismo en la atención, muestra que el 46% de los encuestados la señala como “Muy bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

**Figura 13.**  
*Gráfico de conocimiento.*



La figura 13 que hace referencia a la satisfacción en base al conocimiento del personal para responder preguntas, muestra que el 46% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

### **Análisis de resultados**

La dimensión Capacidad de Respuesta evaluó la rapidez y disposición del personal para atender solicitudes, resolver inquietudes y brindar apoyo durante la estadía.

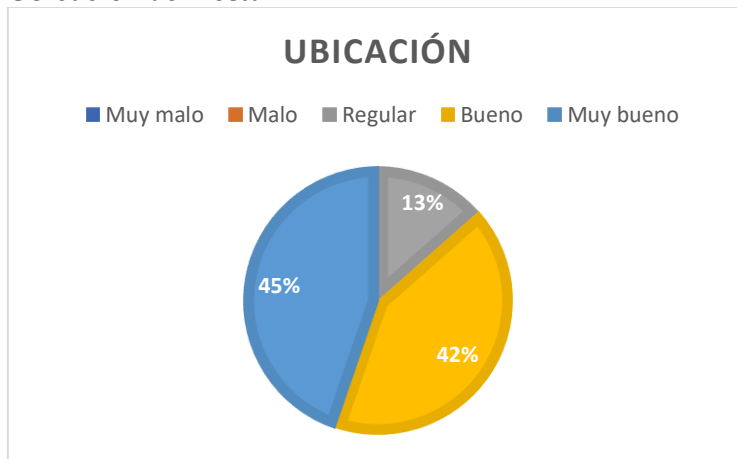
Los resultados mostraron una valoración altamente positiva, evidenciando que los huéspedes consideran que el personal responde de manera rápida y eficiente a sus requerimientos, incluso en momentos de alta demanda. La atención oportuna es uno de los aspectos mejor evaluados dentro del estudio.

Este comportamiento refuerza la percepción de un servicio ágil y orientado al cliente, convirtiéndose en una de las principales fortalezas del hostel.

## Dimensión: Seguridad

**Figura 14.**

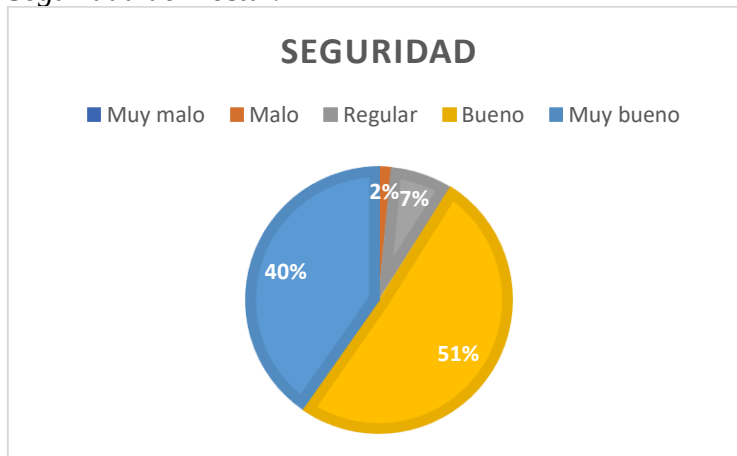
*Ubicación del hostel*



La figura 14 que hace referencia a la seguridad de la ubicación, muestra que el 45% de los encuestados la señala como “Muy bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

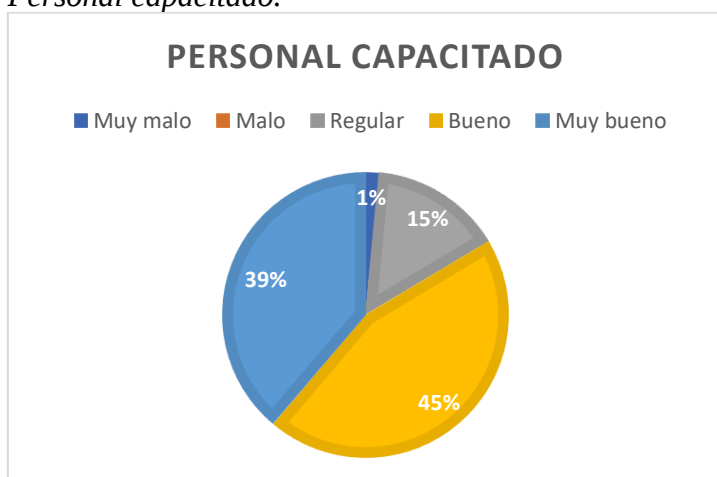
**Figura 15.**

*Seguridad del hostel.*



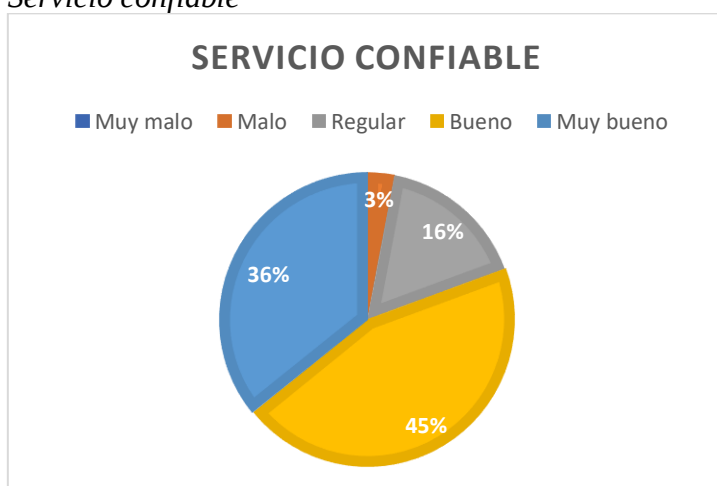
La figura 15 que hace referencia al nivel de seguridad en las habitaciones, muestra que el 51% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

**Figura 16.**  
*Personal capacitado.*



La figura 16 que hace referencia al nivel de capacidad del personal, muestra que el 45% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

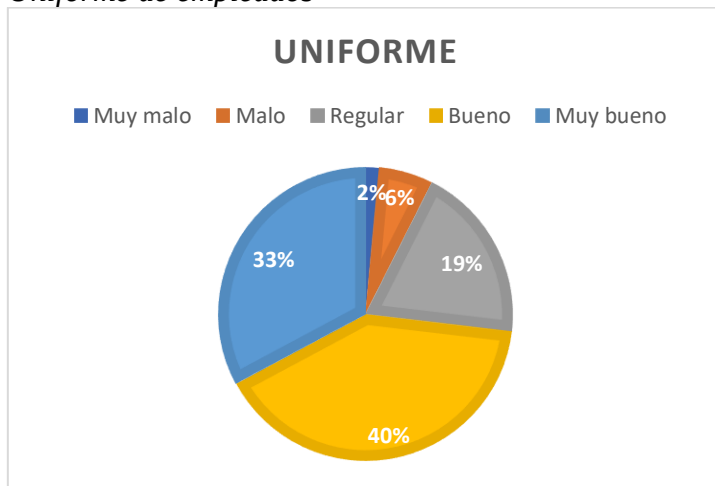
**Figura 17.**  
*Servicio confiable*



La figura 17 que hace referencia al nivel de confiabilidad del servicio al momento de la reserva, muestra que el 45% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostel.

**Figura 18.**

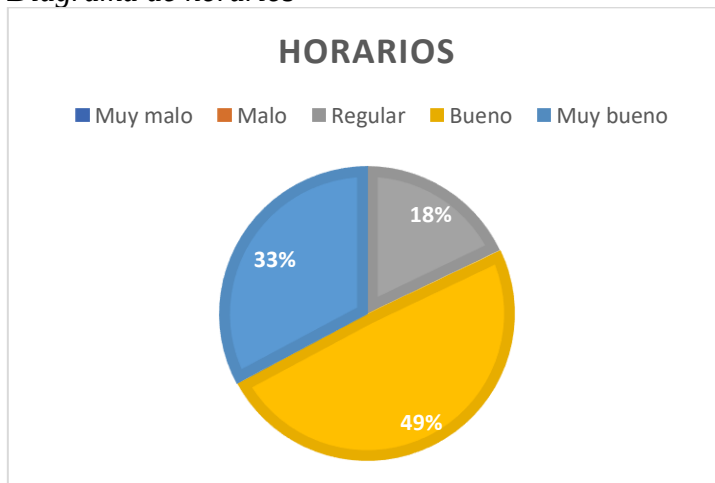
*Uniforme de empleados*



La figura 18 que hace referencia a si el personal está correctamente uniformado, muestra que el 40% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

**Figura 19.**

*Diagrama de horarios*



La figura 19 que hace referencia a los cumplimientos de horarios de entradas y salidas, muestra que el 49% de los encuestados la señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

### **Análisis de resultados**

La dimensión Seguridad se relaciona con la confianza, profesionalismo del personal y la sensación de seguridad que percibe el huésped durante su estadía.

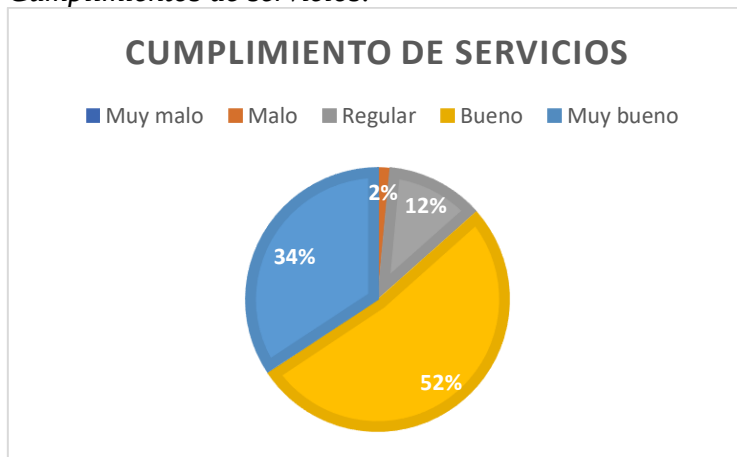
Los resultados indicaron que los huéspedes se sienten seguros y confiados, tanto en las instalaciones como en la interacción con el personal. La mayoría de las respuestas se ubicaron en los niveles superiores de satisfacción, lo que refleja un entorno percibido como confiable y adecuado para la estancia.

Este resultado se ve reforzado por la presencia constante de los administradores y la atención personalizada, factores que incrementan la tranquilidad del huésped.

### **Dimensión: Empatía**

**Figura 20.**

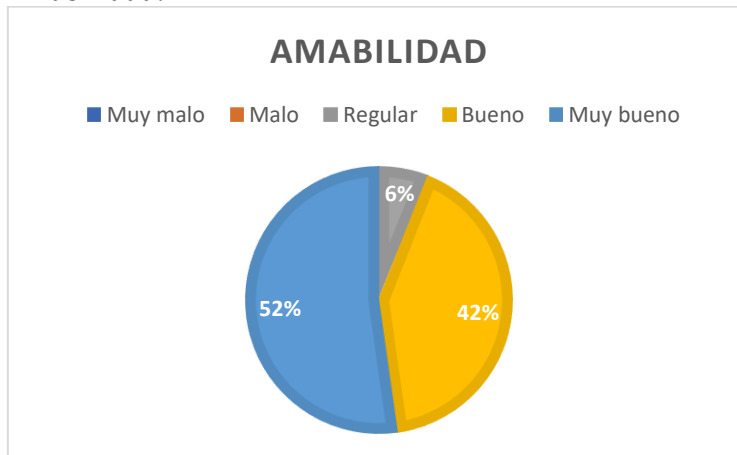
*Cumplimientos de servicios.*



La figura 20 que hace referencia al nivel de cumplimiento de servicios ofrecidos, muestra que el 52% de los encuestados lo señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

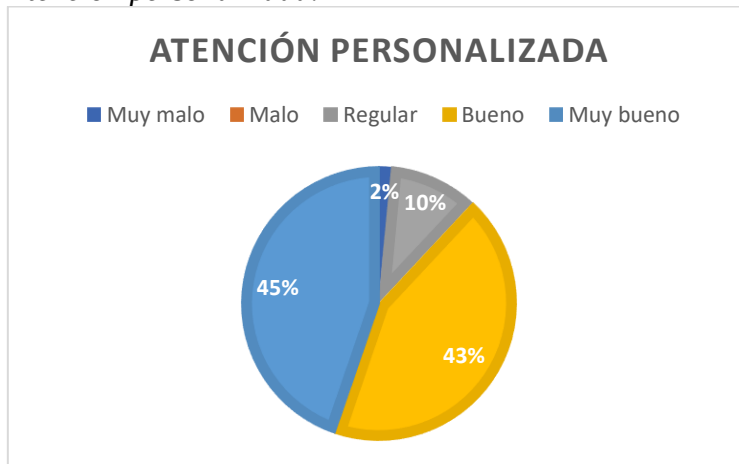
**Figura 21.**

*Amabilidad.*



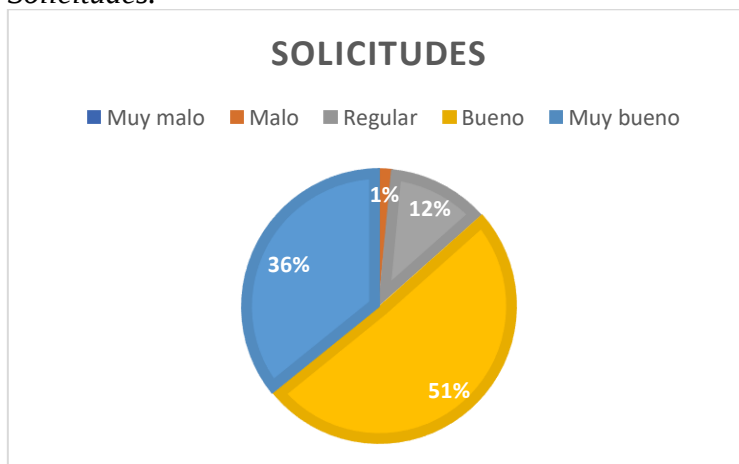
La figura 21 que hace referencia al trato amable y cortés al momento de la estadía, muestra que el 52% de los encuestados lo señala como “Muy bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

**Figura 22.**  
*Atención personalizada.*



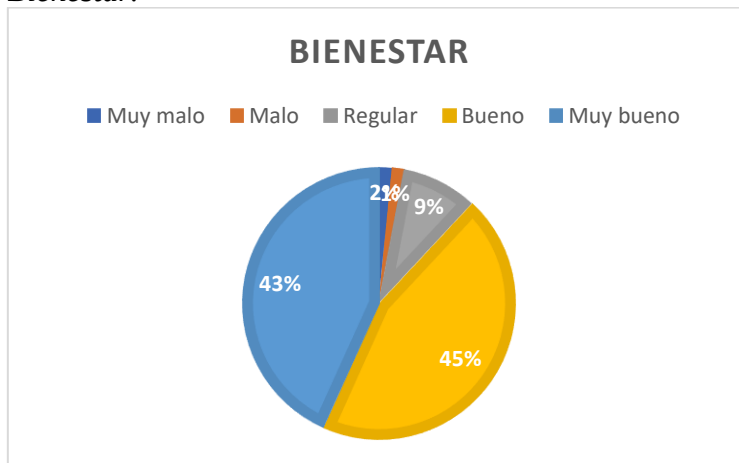
La figura 22 que hace referencia al nivel de atención personalizada recibida, muestra que el 45% de los encuestados lo señala como “Muy bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

**Figura 23.**  
*Solicitudes.*



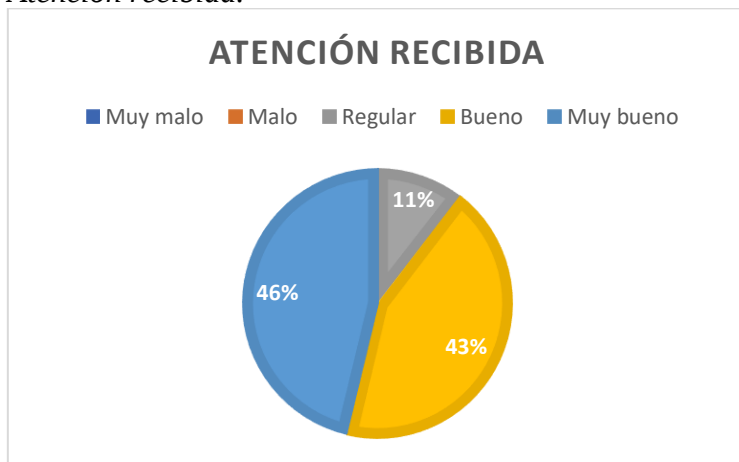
La figura 23 que hace referencia al nivel de comprensión ante solicitudes especiales, muestra que el 51% de los encuestados lo señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

**Figura 24.**  
*Bienestar.*



La figura 24 que hace referencia al nivel de preocupación por el bienestar del huésped, señala que el 45% de los encuestados lo señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

**Figura 25.**  
*Atención recibida.*



La figura 25 que hace referencia al nivel de satisfacción con la atención recibida, muestra que el 46% de los encuestados lo señala como “Bueno” al momento de hospedarse en el hostal.

### **Análisis de resultados**

La dimensión Empatía evaluó el trato personalizado, la amabilidad y la comprensión del personal frente a las necesidades del huésped.

Los resultados evidenciaron que esta es una de las dimensiones mejor valoradas del Hostal Palm Beach. Los encuestados destacaron el trato cordial, la atención cercana

y la disposición del personal para ayudar, lo que genera una experiencia cálida y satisfactoria.

Este aspecto se constituyó como una ventaja competitiva clave del hostel, ya que compensa algunas limitaciones físicas y fortalece la percepción general de calidad del servicio.

### **Resultados cualitativos**

Con el fin de complementar la información cuantitativa obtenida mediante el modelo SERVQUAL, se emplearon técnicas cualitativas como entrevistas semiestructuradas al administrador del hostel, un grupo focal con clientes recurrentes y el análisis de reseñas digitales publicadas en plataformas en línea:

#### **Entrevista al administrador del Hostel Palm Beach**

La entrevista fue realizada al administrador del Hostel Palm Beach, quien cuenta con más de veinte años de experiencia en la gestión del establecimiento desde su apertura. Su trayectoria le ha permitido conocer de manera directa la evolución del hostel, el comportamiento de la demanda y los principales desafíos que enfrenta el servicio de alojamiento en la ciudad de Salinas.

Desde la perspectiva de la gestión interna, el administrador señaló que el hostel prioriza la atención personalizada y la ubicación estratégica como sus principales fortalezas. No obstante, reconoció que, durante temporadas de alta demanda, especialmente en feriados y fines de semana largos, se presentan dificultades relacionadas con la capacidad operativa, la rapidez en la atención y la disponibilidad del personal, lo cual puede afectar la percepción del servicio por parte de los huéspedes.

En relación con la calidad del servicio, el entrevistado indicó que uno de los principales retos es la capacitación continua del personal, ya que la rotación laboral y la contratación temporal limitan la estandarización de los procesos de atención. Esta situación guarda relación directa con las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta del modelo SERVQUAL, en las cuales los huéspedes suelen ser más exigentes.

Asimismo, el administrador destacó la importancia del mantenimiento de las instalaciones y la limpieza de las habitaciones como factores determinantes para la satisfacción del cliente. Aunque se realizan acciones correctivas de manera periódica, manifestó que el presupuesto disponible restringe la implementación de mejoras

estructurales a corto plazo, lo cual incide en la percepción de los elementos tangibles del servicio.

Finalmente, el entrevistado reconoció la necesidad de implementar un plan integral de mejoras que permita fortalecer la calidad del servicio, optimizar los procesos internos y mejorar la experiencia del huésped. En este sentido, la información obtenida a través de la entrevista constituye un aporte fundamental para el diseño de propuestas orientadas a elevar los estándares de calidad del Hostal Palm Beach y su competitividad dentro del mercado turístico local.

### **Grupo focal con clientes recurrentes**

Con el propósito de profundizar en la percepción de la calidad del servicio y complementar los resultados del análisis cuantitativo, se realizó un grupo focal presencial conformado por ocho clientes recurrentes del Hostal Palm Beach, identificados con nombres ficticios para resguardar su anonimato: Ana M., Carlos R., Luisa P., Jorge V., Daniela S., Miguel A., Rosa T. y Kevin L. La dinámica permitió recoger opiniones detalladas sobre la experiencia de hospedaje, identificando fortalezas y aspectos susceptibles de mejora desde la perspectiva del cliente.

De manera general, los participantes manifestaron una alta satisfacción con el establecimiento, destacando principalmente su ubicación estratégica, al encontrarse a una cuadra del malecón y de la playa. Ana M. y Jorge V. coincidieron en que esta cercanía facilita el acceso a los principales atractivos turísticos de Salinas sin verse afectados por el ruido excesivo durante la noche. Asimismo, Carlos R. y Rosa T. resaltaron el precio económico del hostal en comparación con otros alojamientos del sector, lo que genera una percepción positiva de la relación calidad-precio.

Otro aspecto ampliamente valorado fue la atención del personal, la cual fue calificada de forma unánime como excelente. Luisa P., Daniela S. y Miguel A. coincidieron en señalar que el trato recibido es cordial, respetuoso y personalizado, lo que se relaciona directamente con las dimensiones de empatía y seguridad del modelo SERVQUAL. En este sentido, varios clientes, entre ellos Kevin L. y Rosa T., manifestaron sentirse seguros durante su estadía, ya que los propietarios permanecen atentos durante la noche, generando confianza y tranquilidad.

No obstante, el grupo focal también permitió identificar oportunidades de mejora, principalmente en la dimensión de elementos tangibles. Jorge V. y Miguel A. señalaron

la existencia de ciertos daños en las habitaciones, como techos cuarteados, tanto en áreas de alojamiento como en la recepción. Asimismo, Ana M. y Daniela S. mencionaron la presencia de toallas con manchas visibles, lo que afecta la percepción de limpieza. Si bien se reconoció que la limpieza está presente, Luisa P. indicó que requiere mayor cuidado y estandarización para cumplir plenamente con las expectativas del huésped.

Adicionalmente, los clientes mencionaron la ausencia de amenities básicos, como shampoo y jabón en las habitaciones. Carlos R. y Kevin L. señalaron que estos productos solo son entregados cuando se solicitan, lo cual genera una percepción de servicio incompleto frente a otros establecimientos similares.

Finalmente, pese a los aspectos señalados, los participantes coincidieron en que el hostel mantiene una percepción general positiva, ya que la ubicación, el trato del personal y los precios accesibles compensan las deficiencias identificadas. Como sugerencias de mejora, Rosa T. y Miguel A. recomendaron la incorporación de una piscina, mientras que Jorge V. y Daniela S. enfatizaron la necesidad de mejorar la infraestructura de habitaciones, baños y recepción, acciones que consideran fortalecerían significativamente la experiencia del huésped y la competitividad del establecimiento.

### **Análisis de reseñas digitales de clientes (e-WOM)**

Con el fin de complementar el análisis de la percepción de la calidad del servicio, se realizó una revisión de reseñas publicadas por clientes del Hostel Palm Beach en la plataforma Google Maps. Estas opiniones constituyeron una fuente secundaria de información que refleja experiencias reales de los huéspedes y permite identificar patrones recurrentes en la valoración del servicio.

De manera general, las reseñas evidenciaron una percepción mayoritariamente positiva del establecimiento, destacándose la amabilidad del personal, la ubicación cercana al malecón, los precios accesibles y la atención personalizada. Estos aspectos se relacionan con las dimensiones de empatía, seguridad y relación calidad-precio.

No obstante, también se identificaron comentarios aislados que señalan deficiencias en el mantenimiento de la infraestructura y en la provisión de ciertos servicios básicos, lo cual coincide con los hallazgos obtenidos a través del grupo focal y la entrevista al administrador. En conjunto, las reseñas digitales reforzaron los resultados del estudio y aportan información relevante para el diseño del plan integral de mejoras.

## Triangulación de resultados

La triangulación de la información permitió contrastar los resultados obtenidos a través de las encuestas SERVQUAL, las entrevistas al administrador, el grupo focal y las reseñas digitales. Los hallazgos cuantitativos y cualitativos coinciden en señalar que la atención del personal, la empatía y la seguridad son las principales fortalezas del Hostal Palm Beach.

De igual manera, las debilidades relacionadas con los elementos tangibles y el mantenimiento de la infraestructura se repiten en las diferentes fuentes de información, lo que valida la necesidad de implementar acciones de mejora enfocadas en estos aspectos.

## Análisis FODA del Hostal Palm Beach

**Tabla 3.**

*Análisis FODA del hostal.*

| <b>Fortalezas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Debilidades</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación en una zona estratégica, a una cuadra del malecón de Salinas, fácil acceso para las personas que quieran llegar al Hostal para poder hospedarse.</li><li>• Tarifas de hospedaje accesibles en comparación con hoteles tradicionales, especialmente en temporadas altas.</li><li>• Variedad de habitaciones privadas y compartidas, que se ajustan a diferentes presupuestos y tipos de huéspedes.</li><li>• Buen clima laboral entre administración y personal, reflejado en una atención cordial y cercana al huésped.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ausencia de misión, visión y valores institucionales que orienten la gestión del establecimiento.</li><li>• Limitada promoción y publicidad, tanto física como en medios digitales y redes sociales.</li><li>• No cuentan con servicios de entretenimiento actualizados que cumplan con las necesidades de los huéspedes que se queden en el Hostal (Netflix, Hbo Max, Disney+, etc).</li><li>• Insuficiente capacitación del personal, especialmente en atención a clientes extranjeros y dominio del idioma inglés.</li></ul> |

| <b>Oportunidades</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Amenazas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento del turismo en Salinas impulsado por iniciativas del GAD Municipal y autoridades locales.</li> <li>• Recomendación del destino y del establecimiento por parte de turistas extranjeros, fortaleciendo el boca a boca.</li> <li>• Promoción turística nacional impulsada por el Ministerio de Turismo, que incrementa la afluencia de visitantes.</li> <li>• Crecimiento del turismo de sol, playa y deportes acuáticos, que diversifica la demanda y beneficia a los establecimientos de alojamiento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia de alojamientos no regulados, como plataformas tipo Airbnb, que ofrecen precios competitivos</li> <li>• Limitaciones en medios de pago electrónicos y digitales, que pueden afectar la decisión de reserva de los clientes.</li> <li>• Problemas en la provisión de servicios básicos, como el suministro de agua durante temporadas de alta demanda.</li> <li>• Percepción de inseguridad en el sector, que puede influir negativamente en la experiencia turística y en la elección del alojamiento</li> </ul> |

A partir de los resultados obtenidos, se realizó el análisis FODA con el objetivo de identificar la situación interna y externa del establecimiento.

- Fortalezas: atención personalizada, personal amable, ubicación estratégica, precios accesibles y ambiente seguro.
- Debilidades: infraestructura con necesidad de mantenimiento, ausencia de amenities estándar y limitaciones en medios de pago.
- Oportunidades: crecimiento del turismo en Salinas, uso de plataformas digitales y demanda de alojamientos económicos.
- Amenazas: competencia de Airbnb, hostales informales y variación de la demanda por estacionalidad.

## Foda cruzado

El análisis FODA cruzado permitió formular estrategias orientadas a potenciar las fortalezas, aprovechar oportunidades y minimizar debilidades y amenazas. Estas estrategias constituyen la base para el diseño del plan integral de mejoras que se desarrollará en el siguiente capítulo.

**Tabla 4.**

*Análisis del FODA cruzado.*

| <b>Estrategia Ofensiva (F + O)</b>                                                                                                                                       | <b>Estrategia de Reorientación (D + O)</b>                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>F1/O1.</b> Potenciar la ubicación estratégica del hostel mediante promoción digital en redes sociales y plataformas turísticas para atraer mayor flujo de visitantes. | <b>D1/O1.</b> Implementar un plan progresivo de mantenimiento de infraestructura para mejorar la presentación visual del hostel y responder al crecimiento del turismo en Salinas. |
| <b>F2/O2.</b> Aprovechar la atención personalizada y el trato amable del personal para fomentar la fidelización de clientes y recomendaciones positivas                  | <b>D2/O2.</b> Incorporar amenities básicos (shampoo, jabón, toallas en buen estado) para elevar la percepción de calidad del servicio.                                             |
| <b>Estrategia Defensiva (F + A)</b>                                                                                                                                      | <b>Estrategia de supervivencia (D + A)</b>                                                                                                                                         |
| <b>F3/A1.</b> Utilizar la percepción positiva de seguridad y confianza para diferenciarse de alojamientos informales y plataformas como Airbnb.                          | <b>D3/A1.</b> Ejecutar un plan de mantenimiento preventivo para reducir reseñas negativas relacionadas con infraestructura y conservación.                                         |
| <b>F4/A2.</b> Mantener precios accesibles sin descuidar la calidad del servicio, fortaleciendo la relación costo–beneficio frente a la competencia.                      | <b>D4/A2.</b> Estandarizar procesos operativos y de atención al cliente para minimizar el impacto de la estacionalidad turística y la alta competencia.                            |

## Mapeo de problemas y oportunidades

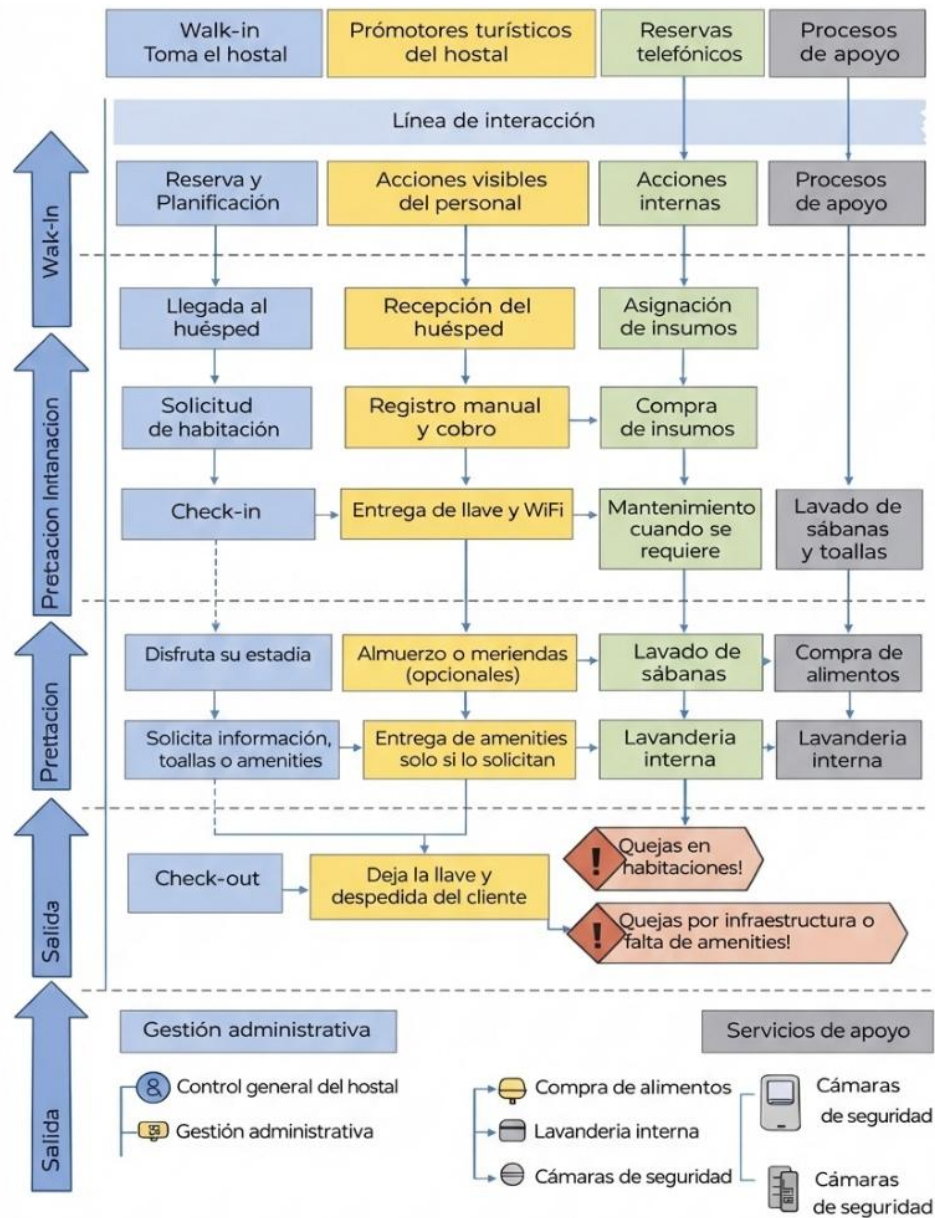
Con base en los resultados del modelo SERVQUAL, el análisis cualitativo y el FODA, se realizó un mapeo de los principales problemas y oportunidades del Hostel Palm

Beach, con el propósito de identificar de manera clara los aspectos críticos que deben ser atendidos dentro del plan integral de mejoras.

El mapeo permitió relacionar las debilidades detectadas con acciones concretas de mejora, así como reconocer aquellas fortalezas que pueden ser potenciadas estratégicamente. Entre los principales problemas identificados se encuentran las deficiencias en el mantenimiento de la infraestructura, la ausencia de amenities estándar y la limitada modernización de ciertos procesos operativos.

Por otro lado, se identificaron oportunidades asociadas a la ubicación estratégica del hostel, la alta valoración de la atención del personal y la creciente demanda de alojamientos económicos en el destino Salinas. Este mapeo constituye un insumo fundamental para la formulación del plan integral de mejoras presentado en el siguiente capítulo.

**Figura 26.**  
*Mapeo de procesos de servicios del hostel actual.*



### Análisis general

El capítulo tuvo como finalidad analizar la calidad del servicio del Hostel Palm Beach desde la perspectiva del cliente, comenzando por un enfoque integral que combina métodos cualitativos y cuantitativos. Para ello, se empleó el modelo SERVQUAL como instrumento principal de medición, complementado con entrevistas al administrador, un grupo focal con clientes recurrentes y un análisis estratégico mediante las herramientas FODA, FODA cruzado, Matriz CAME y el mapeo de procesos.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada evidencian que la percepción de los clientes respecto al servicio brindado por el hostel es relativamente positiva en dimensiones como empatía, seguridad y capacidad de respuesta las cuales presentan buenos niveles de satisfacción, lo que demuestra que el trato de personal, la atención personalizada y la sensación de seguridad en la estadía.

En primer lugar, los resultados obtenidos a través de la encuesta SERVQUAL evidencian que, en términos generales, la percepción de los clientes respecto al servicio brindado por el hostel es positiva, el resultado de estas dimensiones demuestra que los huéspedes valoran especialmente la amabilidad del personal, la disposición para atender requerimientos y la cercanía en el trato, aspectos que influyen directamente en la experiencia global del cliente.

Sin embargo, el análisis de la dimensión de elementos tangibles pone en evidencia oportunidades claras de mejora. Si bien la infraestructura cumple con los requerimientos básicos para la prestación del servicio, se identificaron aspectos relacionados con el mantenimiento de habitaciones, baños y áreas comunes que inciden negativamente en la percepción de la calidad. Situaciones como el uso de toallas deterioradas, la presencia de techos cuarteados y ciertos detalles en la presentación visual del hostel generan brechas entre las expectativas de los huéspedes y el servicio efectivamente recibido. De manera similar, la dimensión de fiabilidad presenta resultados aceptables, aunque susceptibles de fortalecerse mediante una mayor estandarización de los procesos y el cumplimiento constante de los servicios ofrecidos.

Los resultados cuantitativos se ven reforzados por la información obtenida a partir de la entrevista al administrador, en la cual se reconocen las principales limitaciones operativas del hostel, especialmente aquellas relacionadas con la disponibilidad de recursos financieros y el mantenimiento de la infraestructura. Además, se enfatiza la importancia atribuida a la seguridad y al vínculo directo con los visitantes, así como el compromiso de los propietarios y del personal con la atención al cliente, esta perspectiva interna facilita comprender de manera más profunda las causas de algunas deficiencias detectadas en la encuesta, proporcionando contexto y solidez al análisis.

Por su parte, el grupo focal facilitó una exploración más detallada de las percepciones y experiencias de los clientes frecuentes, los participantes coincidieron en indicar que la ubicación estratégica del hostel, los precios accesibles y la calidad humana

del personal logran compensar varias de las deficiencias estructurales identificadas, sin embargo, también manifestaron la necesidad de realizar mejoras en la infraestructura, reforzar la limpieza de manera más detallada e incorporar servicios complementarios, como amenities básicos y, a largo plazo, una piscina. Estas apreciaciones confirman los resultados obtenidos anteriormente en el modelo ya mencionado, estos evidencian la coherencia entre los distintos instrumentos aplicados.

A partir de la información recopilada, se elaboró el análisis FODA, el cual permitió identificar de manera estructurada las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del Hostal Palm Beach. Entre las fortalezas destacan la atención al cliente, la seguridad percibida y la ubicación estratégica, mientras que las debilidades se concentran principalmente en la infraestructura, el mantenimiento y la ausencia de ciertos servicios adicionales, en cuanto a las oportunidades, el crecimiento del turismo en la zona y el uso de plataformas digitales representan un potencial significativo, mientras que la competencia creciente y las expectativas cada vez más exigentes de los clientes constituyen amenazas relevantes.

El análisis FODA cruzado permitió integrar los factores internos y externos, orientando el diagnóstico hacia la formulación de estrategias. Este proceso dio lugar a la elaboración de la Matriz CAME, la cual traduce el diagnóstico en acciones concretas enfocadas en corregir debilidades, afrontar amenazas, mantener fortalezas y aprovechar oportunidades. De esta manera, esta matriz se ha transformado en una herramienta esencial para la creación del plan de mejora que se propone en el próximo capítulo. El mapeo de procedimientos ayudo a observar con precisión la operación funcional del hostel, desde la reserva hasta el registro de salida del usuario, este análisis demostró que se requería estandarizar varios procesos, particularmente aquellos relacionados con la limpieza, el mantenimiento y la recepción, para asegurar una experiencia de servicio más uniforme y acorde a lo que el cliente espera.

Para concluir, el análisis detallado que se ha hecho en este capítulo prueba que el Hostal Palm Beach cuenta con una base sólida respecto a la atención al cliente y a la ubicación estratégica; aunque, enfrenta desafíos importantes relacionados con la infraestructura y con la administración del estándar del servicio. La triangulación de los resultados cualitativos y cuantitativos facilitó la autenticación de los hallazgos y el refuerzo de la fiabilidad del estudio, durante esta línea, los descubrimientos logrados son el fundamento para elaborar el Plan de Mejora que se presenta en el Capítulo 4. El

objetivo es mejorar la calidad del servicio, incrementar la satisfacción del cliente y reforzar la competitividad del hostel en el mercado turístico local.

#### **Capítulo 4. Plan Estratégico e Integral de Mejora del Hostel Palm Beach**

El presente capítulo expone el plan estratégico e integral de mejora propuesto para el Hostel Palm Beach, el cual surge como una respuesta estructurada a los hallazgos identificados en el diagnóstico desarrollado en el capítulo anterior. Dicho diagnóstico permitió comprender, desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa, cómo es percibida la calidad del servicio por parte de los huéspedes y cuáles son los factores que inciden de manera directa en su experiencia.

A partir de esta comprensión, el plan no se concibe como un conjunto aislado de propuestas, sino como una consecuencia lógica del análisis realizado, orientada a intervenir de manera priorizada en las debilidades detectadas y a fortalecer los aspectos que constituyen ventajas del establecimiento. De esta forma, se busca que el hostel adopte una gestión más organizada, planificada y centrada en la mejora continua del servicio.

##### **Objetivo del Plan de Mejora**

Diseñar e integrar acciones estratégicas y operativas que permitan mejorar la calidad del servicio del Hostel Palm Beach, mediante intervenciones orientadas a optimizar los elementos tangibles del establecimiento, formalizar los procesos de atención y fortalecer la experiencia del huésped a través de una gestión estructurada.

Este objetivo pretende que el hostel no solo solucione problemas puntuales evidenciados en el diagnóstico, sino que incorpore una cultura organizacional orientada a la calidad, en la cual cada acción esté alineada con la satisfacción del cliente y la competitividad del establecimiento.

##### **Fundamentación del Plan de Mejora**

La fundamentación del plan se basa en los resultados obtenidos mediante la aplicación del modelo SERVQUAL, el análisis FODA, el mapeo de procesos, la entrevista al administrador y el grupo focal realizado con huéspedes. Estos instrumentos permitieron analizar el servicio desde diferentes perspectivas, evidenciando tanto fortalezas como debilidades que afectan la percepción del cliente.

Los hallazgos mostraron que el hostel posee una fortaleza significativa en la atención personalizada, la empatía y la confianza que transmite el personal. Sin embargo, también se identificaron debilidades relacionadas con la infraestructura, el mantenimiento, la ausencia de amenities visibles y la falta de procesos estandarizados que garanticen una atención uniforme.

En este sentido, el plan se diseña como una respuesta directa a estas necesidades, estableciendo acciones que buscan cerrar las brechas detectadas y consolidar las fortalezas existentes como parte de la propuesta de valor del establecimiento

### **Direccionamiento Estratégico**

Como se identificó en el diagnóstico organizacional, el establecimiento carece de una definición formal de su identidad estratégica. Por ello, este apartado establece los pilares que guiarán todas las decisiones, inversiones y acciones de mejora propuestas.

### **Misión**

Brindar una experiencia de hospedaje accesible, segura y memorable en Salinas, distinguiéndose por una atención cálida y personalizada, instalaciones limpias y funcionales, y un compromiso inquebrantable con la satisfacción total del huésped, contribuyendo positivamente a su experiencia en la costa ecuatoriana.

### **Visión**

Consolidarse para el año 2028 como el hostel de referencia en Salinas para el viajero que busca autenticidad y valor, reconocido por su excelencia en servicio al cliente, la mejora continua de sus instalaciones y su contribución activa al desarrollo de un turismo sostenible y de calidad en la provincia de Santa Elena.

### **Política de Calidad**

El Hostel Palm Beach adopta una política de calidad fundamentada en los siguientes principios irrenunciables:

- 1) Enfoque absoluto en el huésped
- 2) Liderazgo comprometido con la mejora continua
- 3) Competencia y bienestar de nuestro personal
- 4) Gestión basada en procesos estandarizados

5) Toma de decisiones fundamentada en datos

6) Relaciones mutuamente beneficiosas con proveedores y la comunidad local.

### **Propuesta de Valor**

Ofrecemos la combinación óptima entre ubicación privilegiada, precio accesible y trato humano excepcional. A una cuadra del malecón, garantizamos una estadía cómoda y segura, donde el verdadero diferenciador es la atención cercana y familiar que transforma una simple noche de alojamiento en una experiencia positiva y personal, generando una percepción de valor superior a la inversión.

El direccionamiento estratégico proporciona el marco que orienta todas las acciones del plan. La misión y visión del hostel permiten que las mejoras propuestas no solo respondan a problemas actuales, sino que proyecten al establecimiento hacia un servicio más competitivo, organizado y centrado en la experiencia del huésped.

### **Líneas Estratégicas del Plan**

Con base en el diagnóstico, el plan se organiza en líneas estratégicas que agrupan las acciones según su naturaleza y el tipo de intervención que requieren. Esta organización facilita la priorización y permite visualizar con claridad cómo cada proyecto responde a una necesidad específica detectada.

**Tabla 5.**

*Roles y responsabilidades clave.*

| <b>Cargo / Área</b>             | <b>Responsabilidades Principales (Tradicionales)</b>  | <b>Nuevas Responsabilidades (Plan de Mejora)</b>                                                                                                                                       |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gerente/ Propietario</b>     | Dirección estratégica, supervisión general, finanzas. | Líder del plan de calidad. Define KPIs, aprueba presupuesto de mejora, realiza auditorías internas, es el "Cliente Misterioso" ocasional.                                              |
| <b>Administrador/ Recepción</b> | Check-in/out, reservas, atención al cliente.          | Gestor Principal de la Experiencia. Aplica nuevos protocolos, recoge feedback sistemático (encuestas QR), gestiona quejas con el manual, coordina comunicación interna en tiempo real. |

|                                  |                                        |                                                                                                                                                         |
|----------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Personal de Limpieza</b>      | Aseo de habitaciones y áreas comunes.  | Garante de los Elementos Tangibles. Sigue checklist de limpieza profunda, reporta daños/varios vía app de mensajería, gestiona inventario de amenities. |
| <b>Área de Cocina (eventual)</b> | Preparación de alimentos bajo demanda. | Integrante del Servicio Integral. Comunica menús y horarios claramente, sigue protocolos de higiene certificados, sugiere paquetes con el alojamiento.  |

La tabla 5 permite visualizar claramente la transformación organizacional que requiere el Hostal Palm Beach para ejecutar el plan de mejora propuesto. No se trata únicamente de redefinir tareas, sino de reorientar la mentalidad operativa del personal hacia un enfoque basado en la calidad del servicio y la experiencia del huésped.

En el esquema tradicional del hostel, varias funciones se desarrollaban de manera informal y simultánea, observándose que el administrador apoyaba en cocina, recepción y otras actividades según la necesidad del momento. Si bien esta dinámica refleja colaboración, también genera desorden operativo, falta de especialización y variaciones en la calidad del servicio, especialmente en áreas sensibles como la preparación de alimentos y la atención al cliente.

Con la nueva propuesta, cada rol asume responsabilidades específicas vinculadas directamente a las dimensiones del modelo SERVQUAL. El gerente deja de cumplir únicamente una función administrativa y financiera para convertirse en el líder del sistema de calidad, encargado de supervisar indicadores, aprobar inversiones y verificar el cumplimiento de los procesos.

Por su parte, el área de recepción evoluciona hacia el rol de gestor principal de la experiencia del huésped, siendo el punto clave de interacción, retroalimentación y resolución de problemas. El personal de limpieza pasa de ejecutar únicamente tareas de aseo a convertirse en garante de los elementos tangibles, con el uso de checklist estandarizados y reporte inmediato de daños.

Finalmente, el área de cocina deja de ser un apoyo eventual y se integra como parte del servicio integral, entendiendo que la experiencia del huésped no se limita a la habitación, sino que incluye todos los puntos de contacto dentro del establecimiento.

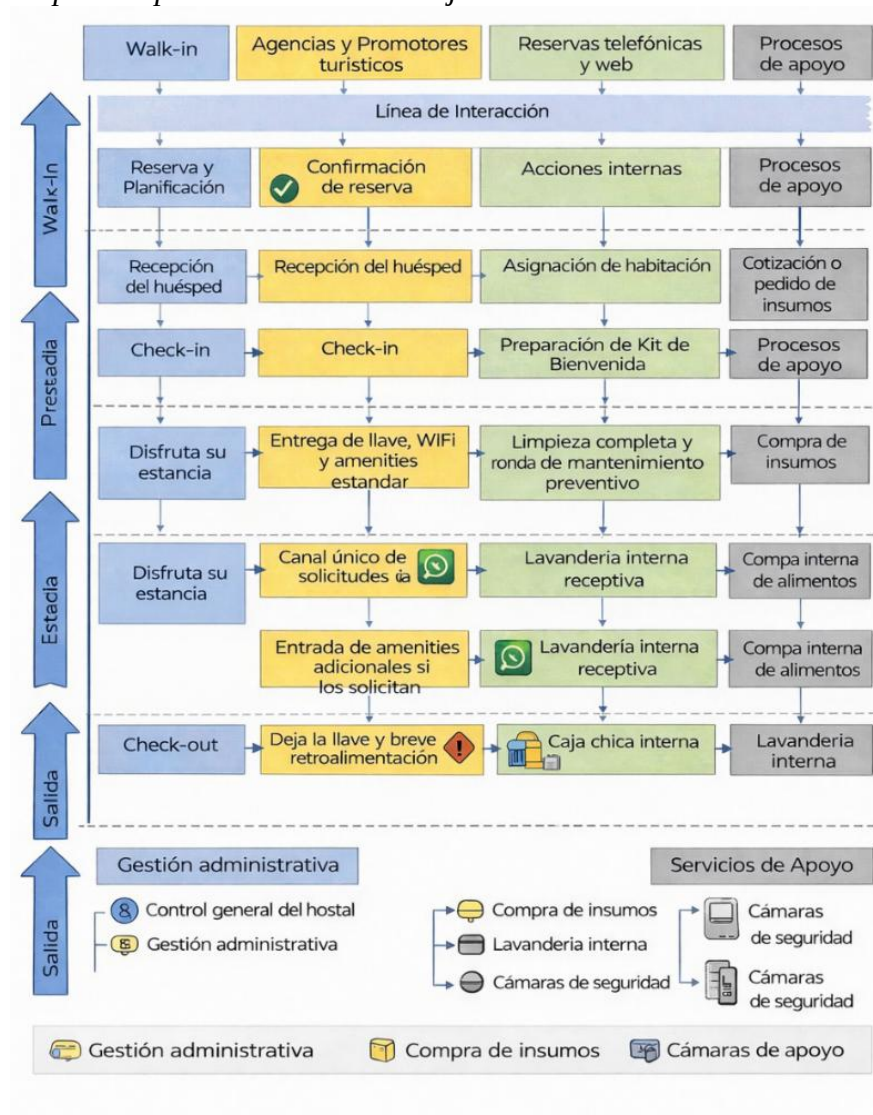
Este cuadro, por tanto, no solo organiza funciones, sino que establece la base para una cultura organizacional enfocada en la calidad, la responsabilidad y la coherencia operativa.

### Mapecto de Procesos del Servicio- Rediseño y Mejorado

El análisis del proceso actual reveló ineficiencias. A continuación, se presenta el Proceso de Servicio Rediseñado del Hostel Palm Beach, centrado en el huésped y optimizado para calidad y eficiencia.

**Figura 27.**

*Mapecto del proceso de servicio mejorado del Hostel Palm Beach*



La Figura 27 representa gráficamente el rediseño del proceso de servicio del Hostal Palm Beach, estructurado en cinco momentos de la verdad que marcan la experiencia completa del huésped: reserva, check-in, estadía, check-out y post-estadía.

A diferencia del proceso anterior, caracterizado por acciones reactivas y ausencia de protocolos, el nuevo mapeo propone una secuencia anticipativa y estandarizada. Desde la etapa de reserva, se introduce el pre check-in digital, lo que permite reducir tiempos de espera y generar una expectativa clara antes de la llegada del huésped.

Durante el check-in, se prioriza la rapidez y la calidez, logrando que el primer contacto físico con el establecimiento sea eficiente y positivo. En la etapa de estadía, el uso de un canal único de comunicación (WhatsApp) facilita la gestión inmediata de solicitudes, reduciendo la percepción de abandono que puede generarse cuando el huésped no sabe a quién acudir.

El check-out y la post-estadía dejan de ser simples acciones administrativas y se convierten en oportunidades estratégicas para recoger retroalimentación, incentivar reseñas y fortalecer la fidelización.

Este rediseño del proceso permite eliminar puntos críticos donde anteriormente se generaban quejas relacionadas con falta de amenities, demoras o problemas de mantenimiento, demostrando que una correcta organización del flujo del servicio impacta directamente en la percepción de calidad.

### **Plan de Intervención Estratégica**

Este es el núcleo operativo. Las acciones se priorizan según el análisis FODA cruzado y se agrupan en proyectos. A continuación, se presenta la tabla 6, donde se sintetiza de manera estructurada las acciones prioritarias que el Hostal Palm Beach debe implementar para cerrar las brechas identificadas en el diagnóstico.

Cada proyecto presentado responde directamente a un hallazgo específico del modelo SERVQUAL, del grupo focal y del análisis FODA cruzado.

El Proyecto 1, enfocado en infraestructura, responde a las debilidades detectadas en los elementos tangibles, tales como daños en techos, estado de toallas y mantenimiento general. Su prioridad alta se justifica en que estos aspectos son visibles inmediatamente por el huésped y afectan de forma directa su percepción inicial del establecimiento.

**Tabla 6.**  
*Matriz de plan de intervención estratégica*

| <b>Proyecto</b>                      | <b>Objetivo<br/>(Vinculado a Hallazgo)</b>                       | <b>Acciones<br/>Concretas<br/>(CORTO <math>\leq 6M</math><br/>/ MEDIANO<br/><math>\leq 18M</math>)</b> | <b>Indicador de<br/>Éxito (KPI)</b>                                                          | <b>Responsable</b>           |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| <b>INFRAESTRUCTURA<br/>CONFIABLE</b> | Cerrar brecha en "Elementos Tangibles" (Toallas, mantenimiento). | Reparación urgente techos/paredes.                                                                     | 1. Quejas por infraestructura 60%.<br>2. Puntuación SERVQUAL tangibles $>4.0$ .              | Administrador / Gerente      |
| <b>SERVICIO<br/>ESTANDARIZADO</b>    | Mejorar "Fiabilidad" y "Capacidad de Respuesta".                 | Crear Manual Básico de Calidad                                                                         | 1. Tiempo respuesta a solicitudes $<10$ min.<br>2. Consistencia en evaluaciones de limpieza. | Recepción / Todo el personal |
| <b>FIDELIZACIÓN<br/>ACTIVA</b>       | Potenciar "Empatía" para generar lealtad.                        | Crear Programa Huésped Frecuente                                                                       | 1. Tasa de clientes recurrentes 15%.<br>2. Incremento del Net Promoter Score (NPS).          | Recepción                    |

El Proyecto 2, orientado a la estandarización del servicio, aborda la fiabilidad y capacidad de respuesta, proponiendo la creación de un manual básico de calidad y checklist operativos que permitan mantener consistencia en la atención, independientemente de quién se encuentre de turno.

El Proyecto 3 se centra en la fidelización activa, aprovechando la fortaleza del trato humano y la empatía del personal para transformarla en una estrategia que genere clientes recurrentes y recomendaciones constantes.

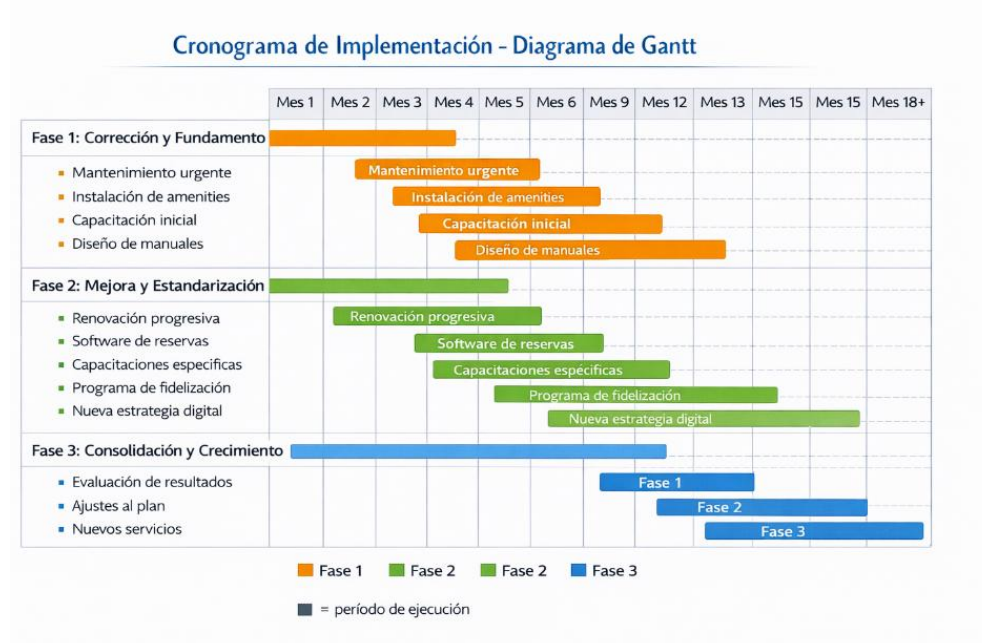
La inclusión de indicadores de éxito (KPIs) en el cuadro permite que el plan no se quede en propuestas teóricas, sino que pueda medirse objetivamente a lo largo del tiempo, garantizando el seguimiento y control de las mejoras implementadas.

## Plan de Formación y Capacitación

El proceso de mejora de la calidad del servicio no puede sostenerse únicamente en cambios físicos o en la estandarización de procesos. La verdadera transformación ocurre cuando el personal comprende, interioriza y aplica la nueva cultura de servicio. Por esta razón, el plan de formación y capacitación constituye un eje transversal dentro del plan de mejora, ya que busca fortalecer las competencias del equipo humano del Hostal Palm Beach y garantizar la correcta ejecución de los nuevos protocolos establecidos.

El gráfico presentado a continuación detalla la planificación progresiva de las actividades de capacitación, organizadas por fases y distribuidas en el tiempo, de manera que el aprendizaje acompañe el proceso de implementación de mejoras y no se presente como un evento aislado

**Figura 28.**  
*Cronograma de implementación*



La figura 28 muestra cómo la capacitación se estructura en tres fases coherentes con el avance del plan de mejora:

- Fase 1: Corrección y Fundamento (Meses 1–3)

En esta etapa inicial, la capacitación se orienta a sentar las bases del nuevo modelo de servicio. Se prioriza la formación en atención al cliente, uso de protocolos, manejo de amenities y comprensión del manual de calidad. Esta fase

coincide con las acciones de mantenimiento urgente y diseño de manuales, permitiendo que el personal aprenda mientras se implementan los primeros cambios visibles.

- Fase 2: Mejora y Estandarización (Meses 4–12)

En esta etapa, la capacitación se vuelve más específica y técnica. Se trabaja en la estandarización de procesos, el uso del software de reservas, la aplicación de checklist de limpieza y el fortalecimiento del programa de fidelización. Aquí el personal ya no solo aprende, sino que perfecciona la ejecución del servicio.

- Fase 3: Consolidación y Crecimiento (Mes 13 en adelante)

La capacitación se enfoca en la evaluación de resultados, ajustes al plan y preparación para la incorporación de nuevos servicios complementarios. Esta fase busca que el equipo esté preparado para sostener el crecimiento del hostel a largo plazo.

Este plan demuestra que la capacitación no es puntual, sino continua, progresiva y alineada estratégicamente con cada fase del plan de mejora.

### **Estrategias de Promoción y Posicionamiento**

La comunicación debe reflejar las transformaciones.

- Estrategia Digital de Relanzamiento:

1. Contenido "Antes/Después": Publicar en redes sociales fotos de las habitaciones renovadas, los nuevos amenities, el personal uniformado.
2. Testimonios Auténticos: Compilar video-testimonios de clientes recurrentes hablando del "trato familiar".
3. Google My Business Optimizado: Subir fotos profesionales, actualizar la descripción con la nueva misión y propuesta de valor, responder a todas las reseñas.
4. Publicidad Local Online: Inversión pequeña en Google Ads para palabras clave como "hostel económico Salinas malecón" o "mejor hostel familiar Salinas".

## Inversión de la Propuesta de Mejora

**Tabla 7.**

*Presupuesto Estimado para la Implementación - Año 1*

| Concepto de Inversión                  | Descripción / Justificación                                                                                       | USD               | Prioridad               |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------|
| <b>Mantenimiento Correctivo</b>        | Pintura, reparaciones estructurales menores, sellado de humedades.                                                | \$1,200 - \$1,800 | ALTA                    |
| <b>Renovación de Inventario Textil</b> | Compra de toallas, sábanas y cubrecamas nuevos (lote completo).                                                   | \$800 - \$1,200   | ALTA                    |
| <b>Amenities Estandarizados</b>        | Compra e instalación de dispensadores de pared y productos de baño para todas las habitaciones.                   | \$400 - \$600     | ALTA                    |
| <b>Mejoras de Seguridad</b>            | Adquisición e instalación de luces LED exteriores y 3 cámaras para áreas comunes.                                 | \$600 - \$900     | MEDIA                   |
| <b>Capacitación</b>                    | Honorarios de facilitador externo para talleres y material de apoyo.                                              | \$500 - \$800     | MEDIA                   |
| <b>Promoción Digital (Fondo Anual)</b> | Creación de contenido profesional y presupuesto para publicidad en redes/Google.                                  | \$300 - \$500     | MEDIA                   |
| <b>Software de Gestión</b>             | Suscripción anual a herramienta básica de gestión de reservas y tareas (ej., Trello + Google Sheets profesional). | \$100 - \$200     | BAJA (pero estratégica) |
| <b>TOTAL, ESTIMADO (Año 1)</b>         | -                                                                                                                 | \$3,900 - \$6,000 | -                       |

El cuadro de mando integral propuesto constituye el sistema de control que permitirá evaluar la efectividad real del plan de mejora. A través de indicadores medibles, el hostel podrá verificar si las acciones implementadas están generando cambios en la percepción del huésped y en la eficiencia operativa.

Desde la perspectiva del cliente, los indicadores seleccionados (satisfacción, NPS y tasa de recurrencia) permiten medir la experiencia global y la lealtad generada. Desde la perspectiva de procesos internos, los KPIs relacionados con quejas, tiempos de

respuesta y cumplimiento de checklist aseguran que la mejora no sea subjetiva, sino verificable.

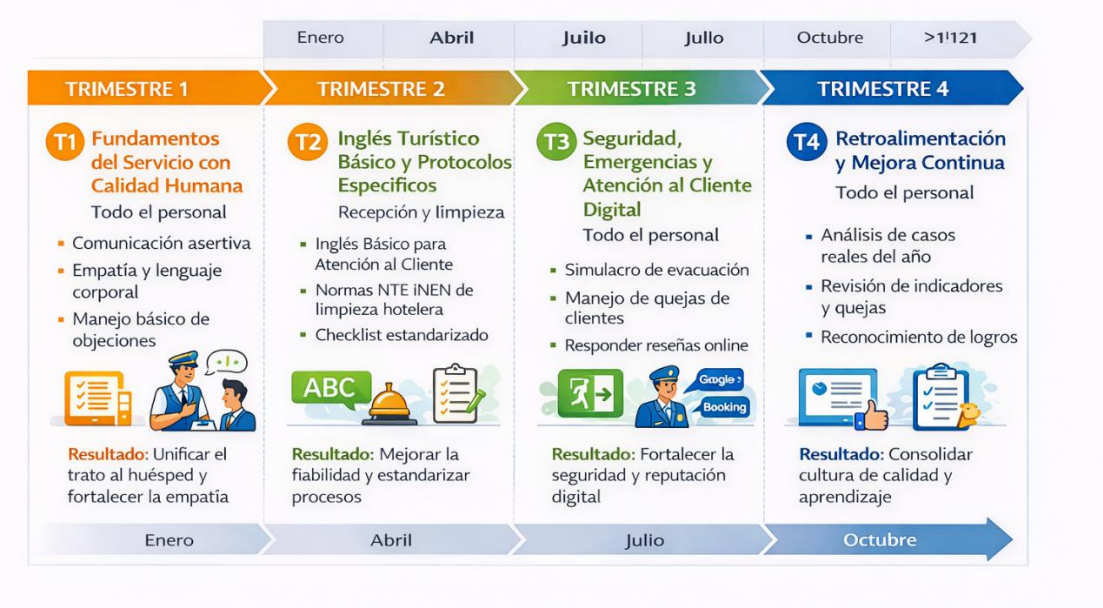
Este cuadro permite pasar de una gestión intuitiva a una gestión basada en datos, alineada con la política de calidad planteada en la propuesta estratégica.

### Cronograma de Actividades

Con el propósito de garantizar que las mejoras propuestas en el plan estratégico se traduzcan en resultados reales y sostenibles en el tiempo, se establece un **Plan Anual de Capacitación** dirigido a todo el personal del Hostal Palm Beach. La capacitación constituye el eje que permite transformar la buena disposición y calidez humana del equipo en **competencias profesionales estandarizadas**, alineadas con los principios de calidad del servicio.

Este plan formativo no solo busca fortalecer conocimientos técnicos, sino también consolidar habilidades comunicativas, protocolos de atención, manejo de situaciones críticas y gestión de la reputación digital, aspectos directamente vinculados con las dimensiones evaluadas.

**Figura 29.**  
*Cronograma de actividades*



Como se observa en la figura, el plan de capacitación se distribuye estratégicamente a lo largo de cuatro trimestres, cada uno enfocado en aspectos clave para el fortalecimiento progresivo de la calidad del servicio.

En el primer trimestre, la formación se centra en los fundamentos del servicio con calidad humana, reforzando la comunicación asertiva, la empatía y el manejo básico de objeciones, con el fin de unificar el trato hacia el huésped y potenciar la principal fortaleza del hostel: la atención personalizada.

Durante el segundo trimestre, la capacitación adquiere un enfoque más técnico, incorporando el inglés turístico básico para el personal de recepción y la aplicación de protocolos estandarizados de limpieza basados en normas reconocidas, lo cual contribuye directamente a mejorar la fiabilidad y la percepción de los elementos tangibles.

El tercer trimestre aborda la seguridad, la gestión de emergencias y la atención al cliente digital, incluyendo simulacros y lineamientos para responder adecuadamente a reseñas y comentarios en plataformas online, fortaleciendo así la reputación del establecimiento.

Finalmente, el cuarto trimestre se orienta a la retroalimentación y mejora continua, analizando casos reales, revisando indicadores y reconociendo logros alcanzados, con el propósito de consolidar una cultura organizacional basada en la calidad y el aprendizaje permanente.

Este plan garantiza que el proceso de mejora no se limite a intervenciones físicas o estructurales, sino que esté respaldado por un equipo humano capacitado, comprometido y alineado con los objetivos estratégicos del Hostal Palm Beach.

### **Medición y Análisis de las Mejoras-Sistema de Control**

La mejora debe medirse para gestionarse. Se propone un Cuadro de Mando Integral simplificado:

**Tabla 8.**

*Cuadro de mando para el seguimiento*

| <b>Perspectiva</b> | <b>Objetivo</b>                 | <b>Indicador Clave (KPI)</b>              | <b>Meta (12 meses)</b> | <b>Frecuencia de Medición</b> |
|--------------------|---------------------------------|-------------------------------------------|------------------------|-------------------------------|
| <b>Cliente</b>     | Aumentar Satisfacción y Lealtad | 1. Puntuación Media Encuesta Post-Estadía | 1. >4.5/5              | Mensual / Trimestral          |
|                    |                                 | 2. Net Promoter Score (NPS)               | 2. >50                 |                               |
|                    |                                 | 3. Tasa de Clientes Recurrentes           | 3. +15%                |                               |

|                          |                                       |                                                  |                |                      |
|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------|----------------------|
| <b>Procesos Internos</b> | Mejorar<br>Fiabilidad y<br>Eficiencia | 1. % Quejas por<br>Infraestructura/Limpieza      | 1. -60%        | Semanal /<br>Mensual |
|                          |                                       | 2. Tiempo Promedio de<br>Respuesta a Solicitudes | 2. <10<br>min. |                      |
|                          |                                       | 3. Cumplimiento<br>Checklist Limpieza            | 3. >95%        |                      |
|                          |                                       |                                                  |                |                      |

El Cuadro de Mando Integral propuesto para el Hostal Palm Beach constituye el mecanismo formal de control y evaluación del Plan de Mejora, permitiendo transformar las acciones estratégicas en resultados medibles a lo largo del tiempo. Su inclusión responde a uno de los principios establecidos en la Política de Calidad: la toma de decisiones fundamentada en datos y no en percepciones subjetivas.

Este cuadro organiza los indicadores en dos perspectivas fundamentales: la perspectiva del cliente y la perspectiva de los procesos internos, ambas directamente relacionadas con las dimensiones del modelo SERVQUAL analizadas en el diagnóstico.

En la perspectiva del cliente, los indicadores seleccionados (puntuación media de la encuesta post-estadía, Net Promoter Score (NPS) y tasa de clientes recurrentes) permiten evaluar la percepción real del huésped respecto al servicio recibido. Estos indicadores no solo miden satisfacción, sino también lealtad y recomendación, elementos esenciales para un establecimiento pequeño cuya principal estrategia de crecimiento depende del boca a boca y de la reputación digital.

Por su parte, la perspectiva de procesos internos se enfoca en verificar si las mejoras operativas están siendo aplicadas correctamente. Indicadores como el porcentaje de quejas por infraestructura y limpieza, el tiempo promedio de respuesta a solicitudes y el cumplimiento del checklist de limpieza permiten monitorear la fiabilidad del servicio y la capacidad de respuesta del personal. Estos aspectos fueron identificados como brechas críticas en el diagnóstico y, por tanto, requieren seguimiento constante.

La frecuencia de medición propuesta (semanal, mensual y trimestral) facilita una supervisión continua, permitiendo realizar ajustes oportunos antes de que los problemas se conviertan en quejas recurrentes. Además, este sistema promueve una cultura organizacional orientada a resultados, donde cada miembro del personal comprende que su trabajo impacta directamente en indicadores concretos.

## **Conclusiones del Plan de Mejora**

Este capítulo materializa de forma práctica todo el proceso de diagnóstico desarrollado a lo largo de la investigación, al traducir los resultados obtenidos mediante el modelo SERVQUAL, las entrevistas, el grupo focal, el análisis FODA, el FODA cruzado y el mapeo de procesos en un plan estratégico integral de mejora, alineado con la realidad operativa del Hostal Palm Beach. Más que proponer acciones aisladas, se plantea una ruta clara, estructurada y viable que permita elevar gradualmente la calidad del servicio y avanzar hacia una gestión más profesional del establecimiento.

La propuesta estratégica formulada (misión, visión, política de calidad y propuesta de valor), surge como respuesta directa a uno de los principales vacíos identificados durante el diagnóstico: la inexistencia de una identidad organizacional formal. Estos elementos se convierten en el eje orientador de las decisiones y acciones del hostal, proporcionando una dirección clara para su desarrollo futuro y contribuyendo a fortalecer su posicionamiento dentro del mercado turístico de Salinas.

Sobre esta base, la definición de roles y responsabilidades, junto con el rediseño del mapeo de procesos del servicio, permite organizar el funcionamiento interno, disminuir la improvisación en las actividades diarias y establecer lineamientos que aseguren mayor coherencia en la experiencia del huésped. Este aspecto resulta especialmente relevante, ya que el diagnóstico evidenció la necesidad de estandarizar los procesos como un factor clave para reforzar la dimensión de fiabilidad del servicio.

Asimismo, la Matriz de Intervención Estratégica transforma las debilidades detectadas en acciones concretas, priorizadas y alcanzables, enfocadas en reducir brechas relacionadas con los elementos tangibles, mejorar la consistencia del servicio y fortalecer la fidelización de los clientes. Estas acciones se ven reforzadas por el plan anual de capacitación, el cual reconoce que la calidad del servicio no depende únicamente de la infraestructura, sino también del desarrollo de las competencias del personal, aprovechando una de las principales fortalezas del hostal: la calidez humana en la atención.

El capítulo integra, además, componentes operativos fundamentales como las estrategias de promoción digital, el presupuesto estimado de inversión, el cronograma de implementación y el cuadro de mando integral con indicadores de seguimiento. La inclusión de estos elementos demuestra que la propuesta no se limita al plano teórico,

sino que incorpora herramientas prácticas que facilitan su ejecución, evaluación y ajuste continuo, garantizando la sostenibilidad de las mejoras en el tiempo.

En conjunto, este capítulo consolida una propuesta realista, coherente y acorde con la capacidad económica y operativa del Hostal Palm Beach. La articulación entre la mejora de la infraestructura, la estandarización de procesos, la capacitación del personal y el fortalecimiento de la identidad organizacional sienta bases sólidas para elevar la calidad percibida por los huéspedes, incrementar su nivel de satisfacción y reforzar la competitividad del establecimiento en el ámbito local.

De esta manera, el Capítulo 4 no solo cierra el ciclo del diagnóstico realizado, sino que marca el inicio de una nueva etapa para el hostal, orientada a la mejora continua, la profesionalización del servicio y la construcción de una ventaja competitiva sustentada en la combinación de calidez humana y una gestión organizada de la calidad.

## Conclusiones

La presente investigación permitió analizar de manera integral la calidad del servicio en el Hostal Palm Beach, considerando la percepción de los huéspedes como eje central para comprender el desempeño del establecimiento dentro del contexto turístico de Salinas. A lo largo del estudio se evidenció que la calidad del servicio no es un concepto aislado ni estático, sino un proceso dinámico que se construye a partir de la interacción constante entre los clientes, el personal y la organización interna del hostel.

El análisis realizado puso en evidencia que la percepción del huésped está influenciada por diversos factores que van más allá de las condiciones físicas del establecimiento. Si bien los aspectos tangibles cumplen un rol importante en la experiencia de hospedaje, la atención recibida, la actitud del personal y la capacidad del establecimiento para responder de manera oportuna a las necesidades del cliente resultan determinantes en la valoración global del servicio. Esta situación demuestra que la calidad percibida se configura como un equilibrio entre elementos visibles e intangibles, los cuales deben gestionarse de manera conjunta y coherente.

Asimismo, los resultados obtenidos reflejan que el Hostal Palm Beach posee fortalezas significativas vinculadas principalmente al trato personalizado y a la cercanía con el huésped, lo cual genera un ambiente de confianza y bienestar durante la estadía. Sin embargo, también se identificó que la falta de estandarización en los procesos y la ausencia de lineamientos organizacionales claros pueden generar variaciones en la experiencia del cliente, especialmente en periodos de alta demanda. Esta condición evidencia la necesidad de fortalecer la gestión interna para garantizar una prestación del servicio más uniforme y consistente.

De igual manera, la investigación permitió comprender que la satisfacción del cliente se ve directamente relacionada con la coherencia entre lo que el establecimiento comunica y lo que efectivamente ofrece. Cuando el servicio se brinda de forma organizada y alineada con las expectativas del huésped, se fortalecen la confianza, la intención de recompra y la recomendación positiva, aspectos fundamentales en un entorno turístico donde la reputación y las opiniones compartidas en medios digitales influyen de manera significativa en la toma de decisiones.

En este sentido, el estudio pone de manifiesto la importancia de adoptar un enfoque de gestión orientado a la mejora continua, que permita identificar de manera

oportuna áreas susceptibles de optimización y aprovechar las fortalezas existentes. La organización de los procesos, la asignación clara de responsabilidades y el fortalecimiento de las competencias del personal se presentan como elementos clave para elevar la calidad del servicio sin comprometer la viabilidad operativa del establecimiento.

Por otra parte, el análisis desarrollado demuestra que la calidad del servicio constituye un factor estratégico para la competitividad del hostel dentro del mercado local. En un destino caracterizado por una oferta amplia y diversa de alojamientos, la capacidad de ofrecer una experiencia satisfactoria, coherente y confiable se convierte en un elemento diferenciador que incide directamente en la permanencia y sostenibilidad del negocio. Bajo esta perspectiva, la gestión de la calidad deja de ser un aspecto operativo para convertirse en una herramienta estratégica de posicionamiento.

Finalmente, la investigación aporta una visión estructurada que facilita la toma de decisiones orientadas al fortalecimiento del servicio y al desarrollo organizacional del Hostel Palm Beach. Los resultados obtenidos constituyen una base sólida para impulsar acciones que permitan mejorar la experiencia del huésped, optimizar los procesos internos y consolidar una cultura de calidad orientada al cliente. De esta manera, el estudio no solo cumple un propósito académico, sino que también contribuye de forma práctica al fortalecimiento de la gestión del establecimiento y al desarrollo competitivo del turismo local.

## **Recomendaciones**

Se recomienda que el Hostal Palm Beach implemente una gestión orientada a la planificación y organización de sus actividades internas, incorporando lineamientos claros que permitan guiar el accionar diario del personal. Contar con directrices definidas facilitará la toma de decisiones, reducirá la improvisación operativa y contribuirá a ofrecer un servicio más coherente para los huéspedes.

Es aconsejable fortalecer la estandarización de los procesos vinculados a la atención al cliente, desde el ingreso hasta la salida del establecimiento, con el propósito de asegurar una experiencia homogénea durante toda la estadía. La formalización de procedimientos permitirá mantener niveles constantes de calidad, especialmente en temporadas de alta afluencia turística.

Asimismo, se sugiere priorizar programas de formación continua dirigidos al talento humano, enfocados no solo en aspectos técnicos, sino también en habilidades blandas como comunicación, trato personalizado y resolución de situaciones imprevistas. El desarrollo de estas competencias favorecerá una atención más eficiente y alineada con las expectativas de los visitantes.

Resulta pertinente realizar mejoras progresivas en las condiciones físicas del establecimiento, atendiendo principalmente aquellos detalles que influyen en la percepción general del servicio. Una adecuada planificación de mantenimiento permitirá optimizar los recursos disponibles y elevar la imagen del hostal sin comprometer su estabilidad financiera.

Es importante además incorporar mecanismos de evaluación periódica que permitan recopilar la opinión de los huéspedes de manera sistemática. El uso de herramientas de retroalimentación facilitará la identificación temprana de oportunidades de mejora y fortalecerá una cultura organizacional orientada al cliente.

Finalmente, se sugiere reforzar la presencia del hostal en los canales digitales, gestionando de forma activa la reputación en línea y promoviendo una comunicación coherente con la experiencia ofrecida. Una adecuada gestión de la imagen digital contribuirá a mejorar el posicionamiento del establecimiento y a consolidar relaciones duraderas con los clientes.

## Referencias

- Bowie, D., & Chang, J. (2005). *Hospitality management in action*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Bryson, J. M. (2018). *Strategic planning for public and nonprofit organizations* (5th ed.). Wiley.
- Camisón, C. (1996). *La gestión de la calidad total: Conceptos y metodologías*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. MIT Press.
- Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer management in service competition* (3rd ed.). Wiley.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: The role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346–351.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2016). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson.
- Morrison, A. (2013). *Hospitality and travel marketing* (4th ed.). Delmar Cengage Learning.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

## **Anexo**

### **Encuesta**

¿Qué tan satisfecho está con la infraestructura general del hostel?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la limpieza del hostel?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Cómo encuentra la recepción de la calidad del Internet?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Encontró cómodas las habitaciones al momento de su estadía?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Qué tan adecuado encontró el estado de los baños?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno  
Muy bueno

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la presentación visual y mantenimiento del hostel?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno  
Muy bueno

¿Qué tan rápido considera que el personal atiende sus solicitudes o requerimientos?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno  
Muy bueno

¿Qué tan rápido considera que se hace su registro al entrar al hostel?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno  
Muy bueno

¿Qué tan satisfecho/a está con la atención recibida en momentos de alta demanda?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno

Muy bueno

¿El personal mostró interés en resolver sus inquietudes de manera oportuna?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿El personal le transmitió confianza y profesionalismo en la atención?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Qué tan satisfecho/a está con el conocimiento del personal para responder preguntas?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Usted considera que el hostel se encuentra en una ubicación segura?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Qué tan seguro/a se sintió en su habitación durante su estadía en el Hostal?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno  
Muy bueno

¿Usted considera que el personal está altamente capacitado?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno  
Muy bueno

¿Qué tan confiable considera el servicio brindado desde el momento de la reserva?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno  
Muy bueno

¿Usted considera que el personal del Hostal está correctamente vestido o uniformado?

Muy malo  
Malo  
Regular  
Bueno  
Muy bueno

¿Qué tan confiable considera los cumplimientos de horarios y procesos (Check-in / Check-out)?

Muy malo  
Malo  
Regular

Bueno

Muy bueno

¿Se han cumplido de manera adecuada los servicios que se le han ofrecido?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿El personal mostró un trato amable y cortés al momento de su estadía?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Qué tan satisfecho/a está con la atención personalizada recibida?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿El personal se mostró comprensivo ante sus necesidades o solicitudes especiales?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Qué tan bien considera que el hostel se preocupa por el bienestar del huésped?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno

¿Qué tan satisfecho/a se encuentra con la atención general recibida en el Hostel?

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

Muy bueno



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Hernández De la A, Milka Fiorella**, con C.C: # 2400130056 y **Mogollón Maridueña, Daniel Alberto**, con C.C: # 0931225676 autor/a/es del trabajo de titulación: **Análisis de la percepción de calidad del Hostal Palm Beach en Salinas - Santa Elena, para el diseño de un plan integral de mejora de los servicios**, previo a la obtención del título de **Licenciado/A en Turismo** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026

**EL (LA) AUTOR(A)S:**

**Hernández De la A, Milka Fiorella**  
C.C: # 2400130056

**Mogollón Maridueña, Daniel Alberto**  
C.C: # 0931225676



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

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

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                     |       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| TEMA Y SUBTEMA:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Análisis de la percepción de calidad del Hostal Palm Beach en Salinas - Santa Elena, para el diseño de un plan integral de mejora de los servicios. |                                                                                                                                                                     |       |
| AUTOR(ES)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Hernández De la A, Milka Fiorella<br>Mogollón Maridueña, Daniel Alberto                                                                             |                                                                                                                                                                     |       |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Salazar Raymond, María Belén                                                                                                                        |                                                                                                                                                                     |       |
| INSTITUCIÓN:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil                                                                                                       |                                                                                                                                                                     |       |
| FACULTAD:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Facultad de Economía y Empresa                                                                                                                      |                                                                                                                                                                     |       |
| CARRERA:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Carrera de Turismo                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                     |       |
| TÍTULO OBTENIDO:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Licenciado/a en Turismo                                                                                                                             |                                                                                                                                                                     |       |
| FECHA DE PUBLICACIÓN:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 25/febrero/2026                                                                                                                                     | No. DE PÁGINAS:                                                                                                                                                     | 79 p. |
| ÁREAS TEMÁTICAS:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Comportamiento del consumidor, Calidad del servicio, Gestión empresarial, Evaluación de la calidad, Servicios turísticos                            |                                                                                                                                                                     |       |
| PALABRAS CLAVE/<br>KEYWORDS:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | (Calidad del servicio, satisfacción del cliente, SERVQUAL, hostales, turismo, mejora continua)                                                      |                                                                                                                                                                     |       |
| <b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b><br><p>La presente investigación tiene como objetivo analizar la percepción de la calidad del servicio en el Hostal Palm Beach, ubicado en la ciudad de Salinas, provincia de Santa Elena, con el fin de diseñar un plan integral de mejora que contribuya a optimizar la satisfacción de los clientes y fortalecer la competitividad del establecimiento. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas. Desde el enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta basada en el modelo SERVQUAL a los huéspedes del hostel, evaluando las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Desde el enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas al personal administrativo y operativo, así como un grupo focal con clientes recurrentes y el análisis de reseñas digitales (e-WOM), con el propósito de profundizar en las percepciones obtenidas. Los resultados evidencian la existencia de brechas entre las expectativas y percepciones de los clientes, principalmente en aspectos relacionados con la rapidez de respuesta, el estado de las instalaciones y la atención personalizada. No obstante, también se identificaron fortalezas vinculadas con la ubicación estratégica del hostel y la amabilidad del personal.</p> |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                     |       |
| ADJUNTO PDF:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> SI                                                                                                              | <input type="checkbox"/> NO                                                                                                                                         |       |
| CONTACTO CON AUTOR/ES:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Teléfono:</b> +593-999330105<br>+593-993937174                                                                                                   | <b>E-mail:</b> <a href="mailto:mogollon4951@gmail.com">mogollon4951@gmail.com</a><br><a href="mailto:milkahernandez.uer@gmail.com">milkahernandez.uer@gmail.com</a> |       |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>Nombre:</b> Knezevich Pilay Teresa Susana                                                                                                        |                                                                                                                                                                     |       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049                                                                                                           |                                                                                                                                                                     |       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>E-mail:</b> <a href="mailto:teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec">teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec</a>                                                 |                                                                                                                                                                     |       |
| <b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                     |       |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos):                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                     |       |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                     |       |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web):                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                     |       |