

LA CALIDAD EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ

Nasimba Suntaxi Cristina Maribel

✉ cmnasimba@espe.edu.ec

Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Edison Damián Cabezas Mejía

✉ edcabezas@espe.edu.ec

Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

RESUMEN

El incentivar la adopción de una cultura de calidad en las empresas de alojamiento turístico se ha convertido en un objetivo primordial para el Ministerio de Turismo, debido al crecimiento acelerado de la actividad turística y a la gran competencia mundial, por esta razón es imprescindible que las empresas que brinden servicios comprendan la importancia de adquirir conocimientos, destrezas y habilidades que permitan al personal ofrecer calidad en la atención que brindan, por consecuencia la investigación proporciona un consolidado de información referente a principios de calidad enfocados a la atención al cliente aplicados a los establecimientos de alojamiento del cantón Pujilí, este proyecto se desarrolló mediante el sistema inicial de gestión organizacional (SIGO-Ecuador) que actualmente es utilizado para diagnosticar la calidad en los establecimientos turísticos, en este mismo sentido se utilizó una herramienta internacional conocida como HotelQual para medir la percepción de los huéspedes, de esta manera el resultado final demostró que la calidad en el servicio de alojamiento influye directamente en las percepciones de los mismos, por lo que es necesario mejorar la calidad en los establecimientos de alojamiento para que de esta forma las percepciones de los clientes sean positivas y se logre su satisfacción total.

PALABRAS CLAVES: Calidad, servicio, percepción, alojamiento.

ABSTRACT

Encouraging the adoption of a culture of quality in tourist accommodation companies has become a primary objective for the Ministry of Tourism, due to the accelerated growth of tourism and the great global competition, for this reason it is essential that companies that provide services understand the importance of acquiring knowledge, skills and abilities that allow the staff to offer quality in the attention they provide, consequently the present research topic provides a consolidation of information referring to quality principles focused on customer service applied to the accommodation facilities of the Pijilí canton, this project was developed through the initial system of organizational management (SIGO-Ecuador) that is currently used to diagnose quality in tourist establishments, in this same sense an international tool known as HotelQual was used To measure the perception of the guests, in this way the final result showed that the quality of the accommodation service directly influences the perceptions of the same, so it is necessary to improve the quality in the accommodation establishments so that in this way the clients' perceptions are positive and their total satisfaction is achieved.

KEYWORDS: Quality, service, perception, accommodation

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio está basado en la línea de investigación de Turismo y Calidad, teniendo como propósito el analizar la calidad en los establecimientos de alojamiento del cantón Pujilí para conocer la percepción del cliente.

La calidad ha sido un factor importante en toda actividad productiva para poder mantenerse, desarrollarse, crecer e innovarse ya que esta es vista como aquella corriente de pensamiento dirigida a satisfacer las necesidades del consumidor. Es por tanto necesario correlacionarlo con la actividad turística existente en el Ecuador y principalmente en comunidades en vías de desarrollo y privilegiadas por poseer en su alrededores espectaculares paisajes naturales, como la comunidad del Quilotoa, que en los últimos años ha intensificado sus esfuerzos hacia un buen vivir de la mano con el turismo; sin embargo para alcanzar dicha meta es importante tener objetivos encaminados a la complacencia del visitante mediante la oferta de bienes y servicios de calidad.

Conseguir una certificación que garantice calidad dentro de un establecimiento de alojamiento no es algo sencillo puesto que conlleva una serie de procesos y requerimientos que cumplir, sin embargo, algunas empresas de alojamiento buscan alcanzar este nivel ya que genera confianza

tanto al turista extranjero como al nacional y así posesionarse de mejor manera en el mercado.

Siendo varios los establecimientos de alojamiento que han conseguido obtener certificados de empresas que avalen el nivel de calidad de los mismos, no obstante, dichos establecimientos se encuentran principalmente en Pichincha, Guayas y Azuay, ocasionando que la planta turística en este caso el servicio de alojamiento se concentre en pocos sitios del país (PLANDETUR 2020).

Por lo antes expuesto el Ministerio de Turismo conjuntamente con la industria de alojamiento del país el 28 de febrero del 2015 creó un nuevo reglamento para mejorar la calidad y regular la actividad turística de alojamiento en Ecuador, el mismo que se ajuste a estándares mundiales dentro de esta área (Ministerio de Turismo, 2015)

En este sentido, el Ministerio de Turismo ha adoptado el Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) para evaluar la calidad de los establecimientos turísticos, mismo que es un Sistema Internacional adaptado para Ecuador, el cual permite medir la situación actual del establecimiento turístico y proporcionar un diagnóstico con información para la posterior toma de decisiones con respecto a la calidad, cabe aclarar que la adopción del sistema SIGO

es opcional, lo cual ocasiona el desinterés de los empresarios en la industria de alojamiento por adquirir técnicas de calidad en sus establecimientos.

Evidenciándose esto en la Provincia de Cotopaxi, a pesar de contar con un destino turístico, como es la laguna del Quilotoa (Ministerio de Turismo, 2014), el mismo que está ubicado en el Cantón Pujilí, el cantón cuenta con 13 establecimientos de alojamiento (consolidado nacional, 2017) los cuales se componen en su mayoría por 6 Hosterías, 4 Pensiones, 2 Hostales y 1 Hostal Residencial, cabe agregar que en su mayoría todos son de segunda y tercera categoría debido a que el reglamento dispone de un equipamiento básico para este tipo de establecimientos.

Dadas las condiciones que anteceden, con una observación empírica se pudo determinar que los establecimientos del cantón Pujilí muestran un conocimiento limitado acerca de las necesidades y requerimientos del cliente, debido a la falta de aplicación de un sistema de información que permita conocer las necesidades de los turistas que visitan los establecimientos de alojamiento, generando insatisfacción en los clientes ya que su expectativa genera una imagen del lugar en base a una promoción (Hernandez, 2009) y la vivencia en dicho lugar transforma la imagen creada dando lugar a la insatisfacción.

<

Es importante reconocer que dentro de este problema el cliente externo es el mayor perjudicado, puesto que está recibiendo una deficiente calidad en el servicio de alojamiento por el manejo empírico y de esta manera se plantea la pregunta ¿Cómo afecta la deficiente calidad en los establecimientos de alojamiento del cantón Pujilí en el servicio que reciben los clientes?

La Calidad

“La calidad es una herramienta fundamental para lograr un óptimo aprovechamiento del recurso humano, elevar su productividad, mejorar la imagen de un negocio, ganar nuevos clientes”. (Maldonado, C. & Hernández, G., 2011, p. VI)

Martínez, A (2016) señala que la calidad es una condición que alcanza todos los ámbitos de la vida en sociedad y sus beneficios alcanzan a todos por igual; a la vez destaca a Higinio Ridolfi quien hace énfasis en que “esta cultura se consolida con consumidores exigentes que demandan calidad y apoyan a las empresas que ofrecen productos y servicios confiables. Se construye con empresarios responsables que producen con calidad en base a requisitos que les permiten ingresar sin restricciones a los mercados con certificaciones respaldadas. Se construye con una sociedad madura que tiene un conjunto de normas claras que respeta y hace respetar. Las acciones responsables

de consumidores, empresarios, estado y sociedad civil fortalecen la cultura de la calidad y generan una espiral virtuosa donde se produce cada vez más calidad.”

Calidad en los establecimientos de alojamiento

Los establecimientos de alojamiento son más visitados en todo el mundo, por ello la calidad en la actualidad constituye un factor clave de competitividad, hoy en día el servicio de alojamiento se ha convertido en un referente para millones de personas, por lo que la calidad se ha convertido en un eje promisorio de seguridad para los visitantes (Gallego, 2005).

Los Sistemas de Aseguramiento de la Calidad surgieron en los años sesenta, en esa época, debido principalmente al incremento de la rivalidad competitiva y a los mayores niveles de información, los consumidores empiezan a ser selectivos y a premiar a aquellas empresas que ofrecen productos y servicios adaptados a sus necesidades particulares (Cabrera, 2013), es por ello que durante los últimos años han aparecido diversas iniciativas para desarrollar herramientas y modelos que permitan a las organizaciones turísticas implantar sistemas de gestión de la calidad y mejorar tanto en su competitividad como en el servicio prestado a los clientes (Villa, 2012)

Por consiguiente, se presentan las normas

y modelos de gestión de calidad de mayor aceptación e implantación en el ámbito internacional para proporcionar un marco de referencia sólido.

Calidad en los establecimientos de alojamiento del Ecuador

en Ecuador los pioneros en la industria de la calidad es Quito Turismo y de acuerdo con el proyecto Distintivo Q, se busca distinguir a los establecimientos turísticos que han implementado sistemas de gestión de turismo sostenible y calidad en el Distrito Metropolitano de Quito (Quito Turismo, 2014), por esta razón se ha consolidado el Reglamento General Distintivo Q a la calidad turística, donde se ve reflejado normativas y procedimientos para lograr este distintivo.

Por otro lado, el Ministerio de Turismo en Ecuador menciona que reconocer la excelencia y la calidad del sector turístico del país es fortalecer las capacidades del talento humano y la gestión de calidad en las actividades y modalidades turísticas (Ministerio de Turismo, 2016), por ello ha adoptado Estrategia de Calidad Turística que busca incentivar a empresas, destinos y personas involucradas en la actividad turística a mejorar su prestación de servicios (Ministerio de Turismo, 2015)

Así mismo hay empresas que buscan alcanzar la excelencia apuntando a conseguir la certificación de las Normas

ISO 9001:2008 (Norma internacional relacionada con la gestión de la calidad) la cual es otorgada por la compañía Bureau Veritas, a aquellos establecimientos que cumplan con los elementos de gestión de la calidad adecuados para la administración y mejora de los servicios.

En ese mismo sentido en la actualidad la calidad es una prioridad en la política pública del Ministerio de Turismo, por lo cual ofrecer servicios de calidad, estimular las inversiones turísticas y fortalecer la promoción interna y externa se ha convertido en un objetivo para lograr posicionar al Ecuador como potencia Turística (Ministerio de Turismo, 2015).

Además, existen empresas privadas que buscan la calidad dentro del turismo y hotelería, entre las más conocidas está la Corporación Qualitur, creada con el fin de elevar la prestación de los servicios turísticos, otorga la certificación a aquellas entidades que han alcanzado la calidad en la prestación de servicios a través de un análisis y evaluación de los mismos y certificar la competencia laboral de personas, igualmente brindan capacitaciones acerca de cómo obtener este certificado.

Es importante mencionar que la ciudad de Quito ha mostrado mayor interés en promover el desarrollo de la gestión de calidad en los servicios de alojamiento

de la ciudad, como muestra de aquello “ha intensificado varios proyectos de capacitación y certificación en competencias laborales que beneficie a los pequeños y medianos empresarios turísticos de las Zonas Especiales Turísticas de La Mariscal y Centro Histórico”. (Quito Turismo, 2014), por lo que se convierte en un referente de calidad a nivel nacional. Tanto para el Municipio de Quito, como para Quito Turismo, uno de los ejes principales que desean promover es la calidad turística en los negocios y trabajadores turísticos. A diferencia del Cantón Pujilí que no cuenta con proyectos realizados que aborden este tema, a pesar de contar con un destino turístico con gran afluencia de turistas como es la laguna de Quilotoa.

El Quilotoa

Según el diario El Comercio (2014) En la comuna de Ponce- Quilotoa, en Cotopaxi, hay un enorme ojo de agua, de tonos verdes y turquesas, que se formó hace unos 800 años después de un colapso volcánico. Este espacio está a 4 000 metros de altura y es perfecto para darse un respiro. En ese lugar lleno de leyendas se puede caminar hasta el filo de la laguna, pasear en kayak y pasar la noche en hostales y en carpas. La comunidad indígena pertenece a la parroquia de Zumbahua, del cantón Pujilí. Hay 18 hostales, siete restaurantes, talleres de arte y una gran feria de ropa y artesanías. El costo para pasar la noche varía entre USD 12 y 25. Los guías de la

zona, que son los mismos comuneros que ahora se esfuerzan por brindar servicios de calidad turística, advierten que el recorrido en bote no puede pasar de 30 minutos. Para ingresar al agua hay que colocarse chalecos salvavidas, pues el agua es fría (12 grados en promedio), y la laguna es profunda (250 metros). Después de dar un paseo por el cráter o en el agua, el camino de regreso preocupa a los visitantes. Una persona con un buen estado físico, a paso rápido y casi sin detenerse, puede subir al filo del cráter en unos 45 minutos. Para el resto de turistas, los que no están acostumbrados a la altitud, el trayecto cuesta arriba puede ser un tanto sacrificado (párr. 2).

EL Ministerio de Turismo (MINTUR., 2017) señala que la comisión de seguimiento para el cumplimiento de los acuerdos preliminares firmados con la Organización Comunitaria Lago Verde mantuvo una reunión, en la que establecieron compromisos para posicionar a este atractivo con servicios de calidad (párr. 4). Los representantes trabajaron en siete puntos de interés para el fortalecimiento de la dinámica turística en este sector:

1. Capacitación sistemática en área turística.
2. Delimitación ambiental y natural de la zona.
3. Promoción de eventos culturales, turísticos, artesanales y deportivos.

4. Convenios de gestión compartida para la creación de un centro de eventos multiuso.
5. Financiamiento para la dotación de alcantarillado para el Quilotoa.
6. Seguridad en toda la zona turística
7. Dotación de infraestructura (estacionamientos) y señalización en el área turística.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La realización de la investigación contempla un enfoque cuantitativo y cualitativo, porque se busca la comprensión de los fenómenos sociales, los datos que se esperan obtener son de casos específicos, es decir, no se aspira solo cuantificar los datos sino describir los diversos rasgos sociales que se encuentran inmersos en el servicio de alojamiento del Cantón Pujilí.

En el desarrollo y diseño de la investigación se emplearon dos modelos, para cada una de las variables de la investigación, la medición de la variable independiente “Percepción del Servicio”, se la realizó a través del modelo HOTELQUAL y la medición de la variable dependiente “Calidad en el Servicio” se la desarrollara mediante la utilización del modelo SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional). Para determinar la población de la variable calidad en el servicio se toma como universo los 13 establecimientos de

alojamiento del cantón Pujilí registrados en el catastro actual del Ministerio de Turismo y como se mencionó anteriormente al ser el universo relativamente pequeño no es necesario sacar una muestra.

Por otro lado la población de la segunda variable de la investigación “percepción de la calidad” son los turistas nacionales y extranjeros que ingresan al destino turístico Quilotoa, aproximadamente de 8.000 a 9.000 mil turistas mensuales y un anual de 91000 turistas (Ministerio de Turismo, 2015), pero debido a que este dato no es exacto se aplica la muestra infinita para conocer el número de turistas a los cuales va enfocado a encuesta.

$$n = \frac{Z^2 * p * (1 - q)}{E^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$n = 385$ Encuestas

$Z =$ Nivel de confianza 95%

$p =$ Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado 0,5

$p =$ Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado 0,5

$q =$ Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado $= 1 - p$ cuando no hay indicaciones de la población que posee o no el atributo se asume 50%

Nivel de Likert	Escala de la encuesta	Significado para el análisis e interpretación	Rango de porcentaje de satisfacción al cliente
1	Muy Malo	Muy insatisfecho	0%-20%
2	Malo	Insatisfecho	20%-40%
3	Regular	Normal-Neutro	40%-60%
4	Bueno	Satisfecho	60%-80%
5	Muy Bueno	Muy Satisfecho	100 %

para p y 50% para q , por consiguiente, el valor de q es 0,5

$e =$ Error de estimación, mínimo aceptado 0,05

Siendo aplicada la fórmula da como resultado 385 encuestas, las cuales fueron distribuidas para cada establecimiento de alojamiento de acuerdo al flujo de turísticas que existe en el sector.

Modelo HotelQual

La escala HotelQual cuenta con veinte variables las cuales están adaptados al servicio concreto de alojamientos, la recolección de información se la realizó por medio de un cuestionario enfocado únicamente al desempeño real percibido, para ello se utiliza la escala de Likert (Almeida, Barcos, & Martín, 2006). El modelo HotelQual evalúa tres dimensiones Personal, Instalaciones y Organizaciones.

La escala de Likert consta de 7 puntos

los cuales van desde 7 que posee un significado de “muy de acuerdo” hasta llegar al 1 que significa muy en desacuerdo, para la investigación se calificó con una puntuación del 1 al 5 siendo el 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

Modelo SIGO Ecuador

El modelo de investigación que se utilizará para la medición de la variable dependiente “calidad en el servicio” es la herramienta sigo ecuador, aplicados en la actualidad por el (ministerio de turismo, 2016), este modelo se compone de la lista de verificación misma que se divide en tres dimensiones, calidad personal, enfoque en el cliente y gestión de rutina y mejoras, en cuanto a la escala de medición se calificó en un rango del 0 al 4 siendo 4 la puntuación más alta.

Nivel de Likert	Escala de la encuesta	Significado para el análisis e interpretación	Rango de porcentaje
0	No lo mide	Muy malo	0%
1	Tendencia negativa	Malo	0%-25%
2	Estable	Normal-Neutro	25%-50%
3	Resultados positivos	Bueno	50%-75%
4	Resultados positivos y cuantificados	Muy Bueno	100%

3. RESULTADOS

El planteamiento de la hipótesis se detalla de la siguiente manera:

H0 La calidad de los servicios, no permite mejorar la percepción que tiene el cliente sobre los establecimientos de alojamiento del Catón Pujilí.

H1 La calidad de los servicios, permite mejorar la percepción que tiene el cliente sobre los establecimientos de alojamiento del Catón Pujilí

Para la comprobación de la hipótesis se condicionó los ítems, estableciéndolas en SI y NO.

Para la variable dependiente “calidad del servicio”, se fijaron dos condiciones, para poder comprobar la hipótesis planteada, dichas condiciones son imprescindibles para la variable dependiente puesto que fue analizada con el modelo SIGO.

Condiciones para el SI y NO

- Para que sea SI, el atributo de cada dimensión del modelo SIGO, debe tener una puntuación en un rango mayoritario de 2.1 hasta 4, debido a que son los valores con mayor jerarquía los cuales llegan a cumplir con la satisfacción del cliente, tomando en cuenta que fueron

calificados en una escala de Likert de 0 a 4 puntos.

- Para que sea NO, el atributo de cada dimensión del modelo SIGO, deben tener una puntuación en el rango minoritario de 0 hasta 2, debido a que son los valores con menor jerarquía y que no llegan a cumplir con la satisfacción del cliente, tomando en cuenta que fueron calificados en una escala de Likert de 0 a 4 puntos donde 0 equivale a muy malo y 4 a muy bueno.

Para la variable independiente “percepción del servicio” se procede a realizar lo mismo que la variable dependiente puesto que se evaluó con la herramienta HotelQual y se necesita condicionar la variable en SI y NO para proceder a la prueba de hipótesis

Condiciones para el SI y NO

- Para que sea SI, el atributo de cada dimensión del modelo HOTELQUAL, que fueron calificados en una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 es “muy insatisfecho” y 5 es “muy satisfecho”, deben tener una puntuación en el rango mayoritario de 3.1 hasta 5, puesto que son los valores con mayor jerarquía y que llegan a cumplir con la satisfacción del cliente.
- Para que sea NO, el atributo de cada dimensión del modelo HOTELQUAL, que fueron calificados en una escala

de Likert del 1 al 5, donde 1 es “muy malo” y 5 es “muy bueno”, debiendo tener una puntuación en el rango minoritario de 1 hasta 3, debido a que son los valores con menor jerarquía y que no llegan a cumplir con la satisfacción del cliente.

Como resultado se obtuvo que $11,6071429$ es mayor a $x^2 t = 11,070$ se acepta $H1$ y se rechaza $H0$, por consecuencia la calidad de los servicios, permite mejorar la percepción que tiene el cliente sobre los establecimientos de alojamiento del Catón Pujilí, por las consideraciones anteriores una guía para atención al cliente, proporcionara información que influirá de manera positiva en la percepción de los huéspedes, debido a que el personal podrá mejorar la atención que brinda.

4. CONCLUSIONES

- El análisis de la calidad en los establecimientos de alojamiento del cantón Pujilí, permitió conocer las falencias en la entrega del servicio, puntuándose los valores negativos principalmente en el personal, esto indica que el personal interno que está en contacto directo con el cliente necesita de herramientas y conocimiento para poder brindar una mejor atención al cliente.

5. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

1. El Comercio. (2014). El Quilotoa, paisaje único y oferta múltiple. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/deportes/quilotoa-paisaje-unico-oferta-multiple.html>
2. El Comercio. (2017). Ministerio de Turismo trabaja con varias instituciones para mejorar la calidad de servicios turísticos en Quilotoa. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/BP-023-reuni%C3%B3n-Quilotoa-La-tacunga.pdf>
3. Guevara, Alfredo Ascanio, y Marcus Vinicius Campos. Turismo Sustentable. El equilibrio necesario en el siglo XXI. México: Trillas, 2011.
4. Maldonado, C., & Hernández, G. (2011). Guía para autogestión de Calidad: Servicios turísticos comunitarios (1ra ed.). Lima: Oficina Internacional del Trabajo.
5. Martínez, A. N. (2016). Normas de calidad, responsabilidad social y turismo: hacia un turismo sustentable. Fundación Proturismo. Buenos Aires
6. Ministerio de Turismo. (2016). Sistema Inicial de Gestión Organizacional Ecuador. Obtenido de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/Manual_Implementaci%C3%B3n_SIGO.pdf
7. MINTUR, M. D. (ABRIL de 2018). <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/50-ecuador-calidad-turistica/ecuador-calidad-turistica/231>. Obtenido de ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA.
8. Organización Mundial del Turismo OMT. (2016). La gestión de la calidad, esencial para la competitividad de los destinos turísticos. Recuperado 14 de mayo de 2018, de <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-07-01/la-gestion-de-la-calidad-esencial-para-la-competitividad-de-los-destinos-tu>