

**Quality of service and its impact on customer satisfaction at the Rocafuerte hostel in the Rocafuerte canton, province of Manabí**

**Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el hostel Rocafuerte del cantón Rocafuerte, provincia de Manabí**

**Autores:**

Cedeño-Montes, Iván Egberto  
Universidad Técnica de Manabí  
Ingeniero Comercial, Estudiante de la Maestría de Administración de Empresas  
Instituto de Posgrado  
Portoviejo - Ecuador



[icedeno4604@utm.edu.ec](mailto:icedeno4604@utm.edu.ec)



<https://orcid.org/0009-0008-1988-6987>

Bernardo-Vélez, José Luis  
Universidad Técnica de Manabí  
Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresa (MBA)  
Economista, Docente de la Facultad de Ciencias Administrativa y Económicas  
Portoviejo - Ecuador



[jose.bernardo@utm.edu.ec](mailto:jose.bernardo@utm.edu.ec)



<https://orcid.org/0000-0001-5107-8244>

Fechas de recepción: 15-OCT-2023 aceptación: 01-DIC-2023 publicación: 15-DIC-2023



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigar.com/>

## Resumen

En la actualidad la creciente competencia que enfrentan las empresas hoteleras ha puesto de manifiesto el desafío de mejorar su eficiencia en el ámbito de la calidad de servicio, es por ello que la presente investigación tiene como objetivo analizar la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el hostel Rocafuerte del cantón Rocafuerte, provincia de Manabí. La metodología empleada en el trabajo de investigación fue de carácter bibliográfico, descriptiva, diseño no experimental, bajo un enfoque cuantitativo, a través de la técnica de la encuesta realizada a los clientes de tipo Likert. Dentro de los resultados más destacados en esta investigación esta que 91,55% de los clientes que regresaron al Hostal Rocafuerte es porque cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse a gusto durante su estadía; el 50% de los clientes han señalado que la calidad de servicio brindado en el “Hostal Rocafuerte es el adecuada. Se concluye que la calidad de servicio que brinda el “Hostal Rocafuerte” incide positivamente en la satisfacción de los clientes.

**Palabras clave:** Calidad, servicio, hotelería, satisfacción, cliente.

## Abstract

Currently, the growing competition faced by hotel companies has revealed the challenge of improving their efficiency in the field of service quality, which is why the present research aims to analyze the quality of the service and its impact on the Customer satisfaction at the Rocafuerte hostel in the Rocafuerte canton, province of Manabí. The methodology used in the research work was bibliographic, descriptive, non-experimental in design, under a quantitative approach, through the Likert-type survey technique carried out with clients. Among the most notable results in this research is that 91.55% of the clients who returned to Hostal Rocafuerte are because it has all the necessary services to feel comfortable during their stay; 50% of clients have indicated that the quality of service provided at the “Hostal Rocafuerte” is adequate. It is concluded that the quality of service provided by “Hostal Rocafuerte” has a positive impact on customer satisfaction.

**Keywords:** Quality, service, hospitality, satisfaction, customer.

## Introducción

La calidad de servicio ha sido estudiada por diversos autores destacando que, la calidad influye mucho en fidelizar al cliente hacia una marca, un producto o servicio, como un valor agregado para lograr el crecimiento, competitividad, permanencia u obtención de nuevos mercados en la entidad. También (Arrestegui, 2020) indica, la finalidad de brindar un buen servicio es crear una imagen positiva de la empresa, ello implica cumplir con el servicio ofertado. En base a la teoría, la necesidad de mantener un sistema de mejora continua es el camino para establecer políticas de calidad y percepción de los clientes en las organizaciones.

En este sentido, atender la demanda de los clientes con criterio de calidad y excelencia es una de las prácticas que las organizaciones empresariales de hoy día, sean de naturaleza pública, privada o mixta, grandes, medianas o pequeñas y cualesquiera sean sus características y la orientación de la producción y/o servicios que ofrecen, reconocen como un elemento fundamental para lograr la confianza y fidelidad del usuario como clave del éxito en el sistema de negocios del cual forman parte.

Asimismo, (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018, pág. 180) señalan que “la gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente.” De acuerdo con estos señalamientos, asegurar la calidad en las organizaciones busca apuntalar el éxito de la empresa a través del aseguramiento de la ejecución en todo el proceso de las condiciones que demanda la calidad exigida por el consumidor final o cliente.

Visto de esta manera, los clientes desempeñan un papel crucial en cualquier organización o empresa, y, por tanto, cada vez es más evidente la importancia de asegurar la satisfacción de las necesidades de los usuarios y esto pasa por garantizar la calidad del servicio o producto demandado por las personas.

En este contexto, ahora más que nunca, las empresas de alojamiento han priorizado las necesidades que presentan los huéspedes para cubrir sus expectativas y brindar experiencias memorables. No obstante, esto representa un reto significativo para los hoteles ya que mantener altos estándares de calidad conlleva a la creación e instauración de mecanismos que reflejen un análisis sintetizado de la percepción de los huéspedes frente a los servicios tangibles e intangibles que se ponen a disposición durante la estadía (Briones, Cruz, & Velázquez, 2020)

En este sentido, con el propósito de fidelizar al cliente y rentabilizar al hotel, se debe entender la valoración que el cliente hace de los elementos tangibles del hotel, la evaluación del personal que presta el servicio y la percepción sobre el funcionamiento y organización de los servicios prestados; puesto que, tal como lo señalan (Zambrano, Alejo, & Zambrano, 2019) una alta satisfacción desarrolla en el cliente una actitud de

fidelidad con relación al servicio o producto con el cual se corresponde de manera reiterada.

## **CALIDAD DEL SERVICIO**

Es así que, la calidad del servicio de acuerdo a lo expresado por (Molsalve & Hernández, 2015) “es un concepto acogido por las organizaciones en los últimos años, dada la necesidad de ser competitivos frente a la ampliación de la oferta de los diferentes servicios en el mercado.” En base a esto, la calidad es uno de los elementos inherentes al producto o servicio ofertado por las organizaciones empresariales y actúa como un factor que proporciona atributos diferenciadores entre las numerosas empresas de servicios presentes en el competitivo mundo de los negocios en la actualidad.

Desde esta perspectiva, la calidad de servicio es un factor inseparable de la satisfacción del cliente y hoy en día, de acuerdo con (Dos Santos, 2015, pág. 83) satisfacer a los clientes se ha convertido en un imperativo mercadológico.” Más adelante el mismo autor señala que “la satisfacción tiene influencia positiva, directa y significativa sobre la intención de recomendar el servicio. (Dos Santos, 2015, pág. 84)

## **CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO**

Del mismo modo ha de comprenderse que el modelo de calidad de servicio de un hotel basado en la satisfacción del cliente contempla cinco premisas básicas: 1) La calidad de servicio del hotel depende de la satisfacción del cliente, lo que se decide por la diferencia entre percepción y expectativa, 2) El valor percibido (medida de calidad relativa al precio que se paga) no se considera en la evaluación de la calidad del servicio dado que aunque impacta en la satisfacción del cliente no es una excusa para un servicio de calidad inferior, 3) La calidad de servicio en el área de recepción, habitaciones y restaurante contribuyen a la calidad de servicio del hotel, 4) No existe relación significativa entre los tres componentes, entonces pueden ser evaluados independientemente; y, 5) Las percepciones de la calidad de servicio de los tres componentes se desprenden de dos dimensiones: “producto tangible” y “servicio intangible” así los clientes son capaces de puntuarlos respectivamente (Gupta & Srivastava, 2011).

En atención a lo anterior, un estudio realizado en Perú acerca de la Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú, demostró que los servicios que brindan los hospedajes turísticos son de calidad, en tanto que, los restaurantes presentan aspectos favorables y desfavorables, y los medios de transporte otorgan un servicio deficiente. (Reyes-, 2021)

Otro estudio en el mismo país acerca de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en las Mype del sector servicios rubro Hoteles de 3 estrellas del distrito de Piura, concluyo que la calidad del servicio incide desfavorablemente en el logro de la satisfacción de sus clientes (Arias C. , 2021).

Un estudio en el Ecuador acerca de la influencia de la calidad de servicio al cliente en los hoteles de Guayaquil, detectaron las falencias existentes: los servicios no cumplen los estándares de calidad percibidos por los clientes, en consecuencia, el cliente está

insatisfecho por su experiencia negativa; en este caso, genera poca afluencia de huéspedes en estos hoteles. (Castro, 2018)

En lo que respecta a otro estudio sobre la calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción del cliente en la zona urbana del cantón de Portoviejo, se evidenció que el alto precio de los servicios que proporcionan los hoteles es uno de los tantos factores por lo que muchas personas no quieren volver a dichos hoteles, por estos motivos es necesario que se implemente el modelo de gestión de la calidad Servqual el cual es una herramienta para optimizar en sí la calidad de los servicios que ofertan. (Ayón, 2021)

Contextualizando esta investigación se tiene que Rocafuerte es un Cantón de la provincia de Manabí, en el cual se encuentra el Hostal Rocafuerte, es un cómodo lugar para descansar, tiene 25 años atendiendo a sus clientes, su gerente propietaria para poder satisfacer a sus clientes les obsequia un refrigerio al día siguiente antes de la salida, cuenta con un garaje privado, wifi, televisión por cable, pero una de las debilidades de este hotel es contar con un parqueadero pequeño y a la vez los clientes desean que el hotel tenga el servicio de restaurante.

En la actualidad, en el ámbito hotelero altamente competitivo, constituye un axioma que un servicio de calidad, es clave para incrementar el volumen de clientes y los ingresos de un hotel, por lo que se hace necesario estudiar la calidad del servicio en el hostal Rocafuerte y de esta manera aportar al desarrollo del cantón.

Además de que con esta investigación se podrán llenar vacíos de conocimiento relacionados con la calidad del servicio, satisfacción del cliente y la información que se obtenga servirá para apoyar teorías relacionadas con esas variables y la relación entre ellas. Adicionalmente, se ofrece la posibilidad de una exploración más profunda sobre la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en empresas del sector hotelero, con el fin de sugerir recomendaciones para futuros estudios.

Por lo anterior, el objetivo de esta investigación fue analizar la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el Hostal Rocafuerte, Cantón Rocafuerte, periodo 2022

## **Metodología**

El enfoque de la investigación es cuantitativo positivista; el diseño es no experimental de campo; el tipo de investigación es descriptiva.

Así pues, el diseño de esta investigación es no experimental, según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006) se define como aquella que se realiza sin manipular variables de forma deliberada, es decir la intención del estudio es observar el fenómeno tal cual se da en su contexto natural, teniendo una característica transversal pues los datos se recogerán en un solo momento para describir el nivel de la variable de la muestra de interés.

Esta investigación tendrá un alcance descriptivo tal como lo define (Hernández & Mendoza, 2018) es aquella que especifica las propiedades, características y perfiles de

casos (personas. grupos. comunidades. procesos. etcétera). Cuantifica conceptos. variables y fenómenos.

Este trabajo de investigación tendrá un enfoque mixto, siendo que (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006) lo definen como la “Recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta”

La población según estimaciones de (Arias, 2006, pág. 17) “la población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) a los cuales se refiere la investigación. En atención a lo anterior, la población estará conformada por los 6.960 clientes que visitaron el Hostal Rocafuerte, en el periodo 2022.”

Por su parte, la muestra, según (Palella; Martins, 2012) , señalan que para efectuar su estudio el investigador tiene dos vías, “abarcar la totalidad de la población, lo que significa hacer un censo o estudio de tipo censal, o seleccionar un número determinado de unidades de población, es decir, determinar una muestra” (p.105). Es por ello que de esta población se extraerá una muestra de los clientes fieles que regresaron a dicho Hotel que fue, según información suministrada por la gerencia del hotel un total de 240 en el periodo mencionado.

### **Técnicas**

Las técnicas e instrumento utilizadas para la recolección de información fueron la encuesta y el instrumento el cuestionario como fuentes primarias, que sustentan la investigación:

La encuesta es definida por (Palella; Martins, 2012, pág. 123) como “una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador”. Se elaboró un instrumento dirigido a los clientes que regresaron al Hotel. Las opciones de respuesta fueron tipo escala de Likert con opciones de respuestas múltiples (Muy de acuerdo (5), De acuerdo (4), Indeciso (3), En desacuerdo (2), Muy en desacuerdo (1)). La validación del cuestionario fue llevada a cabo por un grupo de tres expertos del tema para su posterior aplicación a la muestra de estudio.

Por otra parte, los datos recabados en este estudio, una vez aplicado el instrumento elaborado para tal fin, fueron analizados bajo la estadística descriptiva, ya que la cuantificación y su tratamiento estadístico permitieron llegar a conclusiones pertinentes en relación con la temática abordada por parte del investigador. (Alonso, 2016) define esta técnica como la descripción de los datos para luego analizarlos y relacionarlos entre sí con sus variables. Los valores obtenidos se consolidaron satisfactoriamente dentro de varias tablas de datos de distribución de frecuencias

### **Resultados**

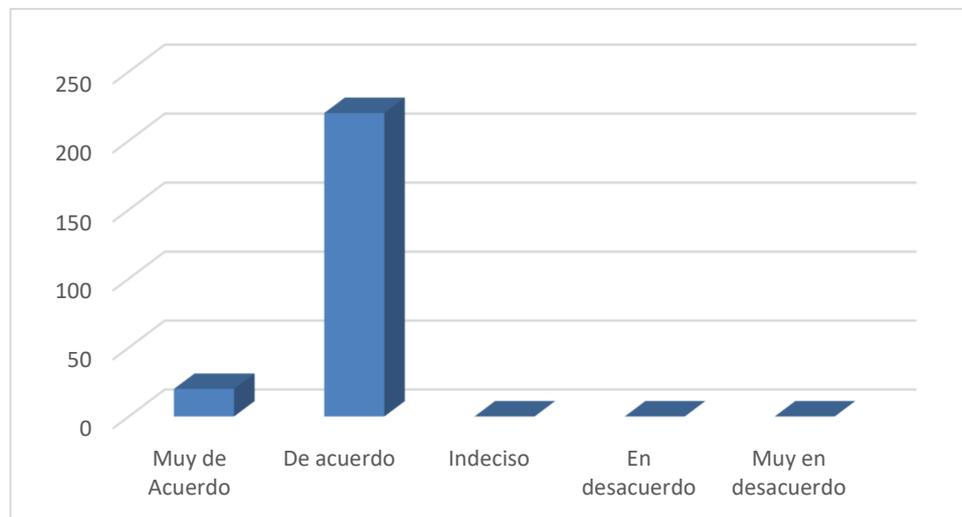
En este apartado se describen los resultados de la investigación para su posterior análisis utilizando para ello teorías y trabajos de investigación inherentes al tema.

**Tabla 1**

*Descripción frecuencial del ítem ¿La habitación del “Hostal Rocafuerte” cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse a gusto durante su estadía?*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
<b>Muy de Acuerdo</b>	20	6,33
<b>De acuerdo</b>	220	91,55
<b>Indeciso</b>	0	0
<b>En desacuerdo</b>	0	0
<b>Muy en desacuerdo</b>	0	0
<b>Total</b>	240	100

**Nota:** Descripción de los resultados del instrumento de recolección de datos.



**Ilustración 1**

*Descripción frecuencial del ítem ¿La habitación del “Hostal Rocafuerte” cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse a gusto durante su estadía?*

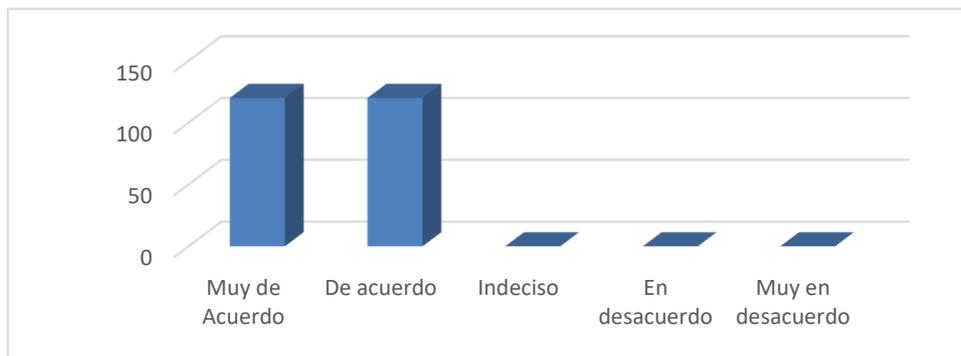
Al observar los resultados del proceso de recolección de datos, se tiene que el 91,55% de los clientes que regresaron al Hostal Rocafuerte, pudiese ser debido a que cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse a gusto durante su estadía, seguido de un 6,33% de aquellos que están muy de acuerdo con esta afirmación, no encontrándose respuestas desfavorables sobre este indicador.

**Tabla 2**

*Descripción frecuencial del ítem ¿Está usted de acuerdo con la calidad de servicio brindado en el “Hostal Rocafuerte”?*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
<b>Muy de Acuerdo</b>	120	50
<b>De acuerdo</b>	120	50
<b>Indeciso</b>	0	0
<b>En desacuerdo</b>	0	0
<b>Muy en desacuerdo</b>	0	0
<b>Total</b>	240	100

Nota: Descripción de los resultados del instrumento de recolección de datos.



### Ilustración 2

*Descripción frecuencial del ítem ¿Está usted de acuerdo con la calidad de servicio brindado en el "Hostal Rocafuerte"?*

En relación a la pregunta n°2 se ha encontrado que el 50% de los clientes han señalado que la calidad de servicio brindado en el "Hostal Rocafuerte es la adecuada, lo cual es sinónimo de que los servicios y la infraestructura cumple con las expectativas.

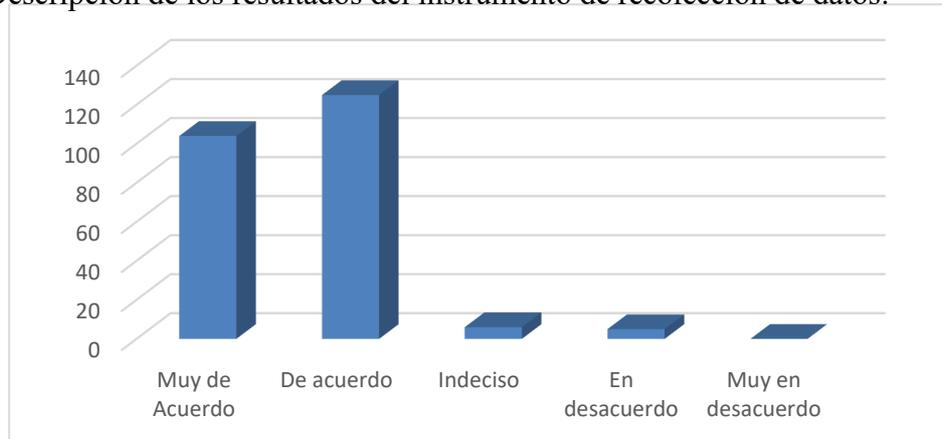
### Tabla 3

*Descripción frecuencial del ítem ¿Está usted de acuerdo con el equipamiento que posee el "Hostal Rocafuerte"?*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
<b>Muy de Acuerdo</b>	104	43,43
<b>De acuerdo</b>	125	52,08
<b>Indeciso</b>	6	2,5
<b>En desacuerdo</b>	5	2

<b>Muy en desacuerdo</b>	0	0
<b>Total</b>	240	100

Nota: Descripción de los resultados del instrumento de recolección de datos.



### Ilustración 3

Descripción frecuencial del ítem ¿Está usted de acuerdo con el equipamiento que posee el “Hostal Rocafuerte”?

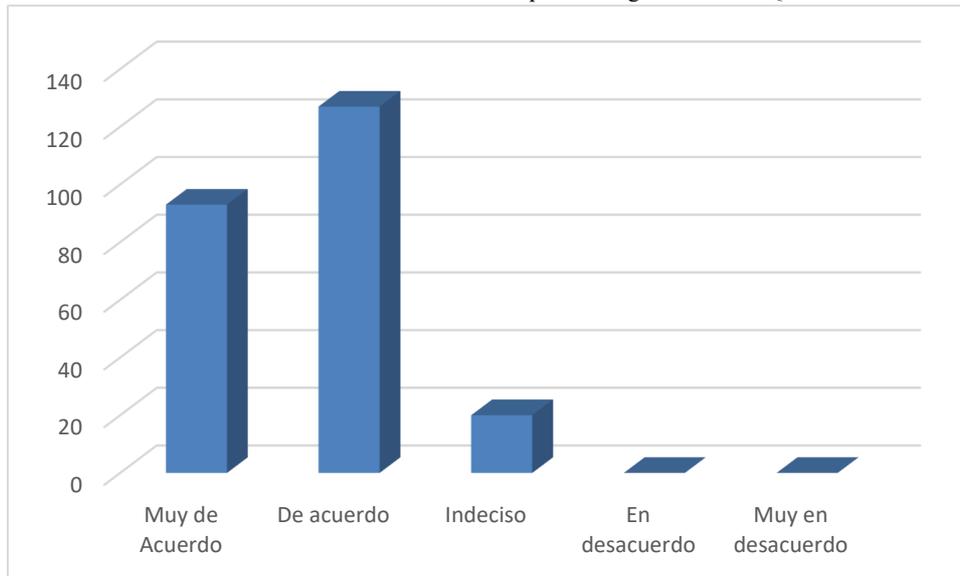
Al observar los resultados se ha encontrado que el 52,08% de los clientes están “de acuerdo” que el equipamiento que del hotel es adecuado, seguido del 43,43% están “muy de acuerdo” sobre este indicador. Este aspecto en conjunto con los resultados de las tablas anteriores evidencia que esta organización ofrece calidad en el proceso de atención.

### Tabla 4

Descripción frecuencial del ítem ¿Está usted de acuerdo con la limpieza de las habitaciones que brinda el “Hostal Rocafuerte”?

<b>OPCIONES DE RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA (F)</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
<b>Muy de Acuerdo</b>	93	38,75
<b>De acuerdo</b>	127	52,91
<b>Indeciso</b>	20	8,3
<b>En desacuerdo</b>	0	0
<b>Muy en desacuerdo</b>	0	0
<b>Total</b>	240	100

Nota: Descripción de los resultados del instrumento de recolección de datos.



#### Ilustración 4

*Descripción frecuencial del ítem ¿Está usted de acuerdo con la limpieza de las habitaciones que brinda el “Hostal Rocafuerte”?*

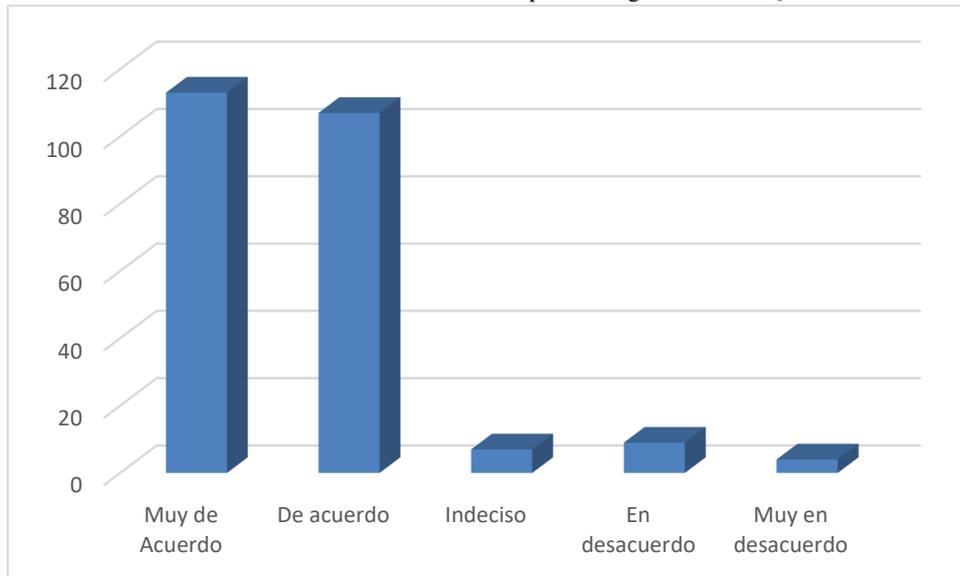
En relación a los resultados se tiene que el 52,91% de los clientes están de acuerdo en que la limpieza de las habitaciones que brinda el “Hostal Rocafuerte es adecuada; seguido de aquellos clientes que han manifestado que están muy de acuerdo, alcanzando un 52,91%. Este indicador es favorable en el proceso de atención al cliente.

#### Tabla 5

*Descripción frecuencial del ítem ¿Existe efectividad en la solución cuando se presenta algún problema en el “Hostal Rocafuerte”?*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
<b>Muy de Acuerdo</b>	113	47,08
<b>De acuerdo</b>	107	44,58
<b>Indeciso</b>	7	2,91
<b>En desacuerdo</b>	9	3,75
<b>Muy en desacuerdo</b>	4	1,66
<b>Total</b>	240	100

**Nota:** Descripción de los resultados del instrumento de recolección de datos.



### Ilustración 5

*Descripción frecuencial del ítem ¿Existe efectividad en la solución cuando se presenta algún problema en el “Hostal Rocafuerte”?*

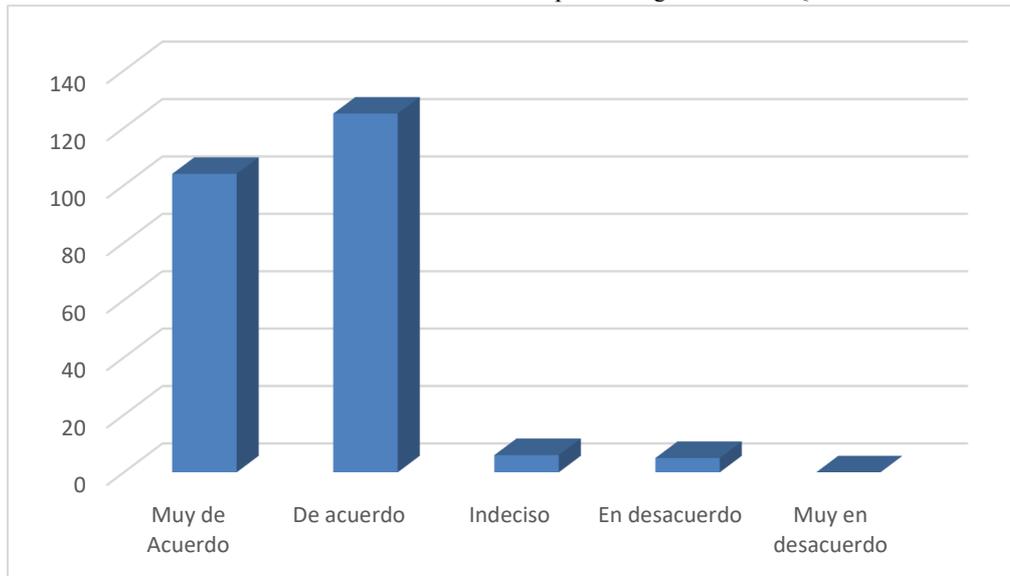
Uno de los aspectos fundamentales es el cumplimiento de las expectativas por parte de los clientes, al respecto, el 47,08% de los clientes están “muy de acuerdo”, del mismo modo el 44,58% están “de acuerdo”, además un porcentaje considerable 8,33% posee una visión desfavorable, al estar “indeciso,” en “desacuerdo” o “muy desacuerdo”

### Tabla 6

*Descripción frecuencial del ítem ¿El “Hostal Rocafuerte” ha logrado cumplir con las expectativas esperadas?*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
<b>Muy de Acuerdo</b>	104	43,43
<b>De acuerdo</b>	125	52,08
<b>Indeciso</b>	6	2,5
<b>En desacuerdo</b>	5	2
<b>Muy en desacuerdo</b>	0	0
<b>Total</b>	240	100

Nota: Descripción de los resultados del instrumento de recolección de datos.



### Ilustración 6

*Descripción frecuencial del ítem ¿El “Hostal Rocafuerte” ha logrado cumplir con las expectativas esperadas*

Al observar los resultados se ha encontrado que el 52,08% de los clientes están “de acuerdo” que ha logrado cumplir con las expectativas esperadas, seguido del 43,43% están “muy de acuerdo” sobre este indicador. Este aspecto en conjunto con los resultados de las tablas anteriores evidencia que esta organización cumple con los aspectos de infraestructura y atención necesaria para lograr la satisfacción.

### Discusión

Una gran cantidad de empresas hoteleras que tienen relevancia dentro del mercado utilizan metodologías que permiten un análisis de los niveles de satisfacción de los clientes como estándar de calidad de servicio. Estas estrategias metódicas contribuyen a procesos administrativos que son claves para optimizar los recursos y asegurar la calidad y la satisfacción.

En atención a lo anterior, se tiene que para identificar los factores que contribuyen con la satisfacción, en este sentido, (Melquiades & Ocon, 2018) se tomó en cuenta los servicios primordiales que un establecimiento hotelero debe ofrecer para mantener al huésped satisfecho. Entre los servicios se destacó la limpieza en todo el establecimiento, una cama confortable, buena conectividad de Wi-Fi, la atención brindada por el personal, el baño bien equipado con lo necesario, decoración agradable y finalmente los servicios adicionales tales como gimnasio, bar, terraza y piscina. Al 52,91% consideran que la limpieza es adecuada; además el 52,09% señalan que el equipamiento es adecuado.

Por otra parte, se ha encontrado que 91,55% de los clientes que regresaron al Hostal Rocafuerte, que cuenta con todos los servicios necesarios, este resultado concuerda con lo encontrado en la investigación de (Reyes-, 2021) realizada en Perú acerca de la Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de

Canchaque-Perú, demostró que los servicios que brindan los hospedajes turísticos son de calidad, en tanto que, los restaurantes presentan aspectos favorables y desfavorables, y los medios de transporte otorgan un servicio deficiente.

Además, se ha encontrado que el 47,08% de los clientes están “muy de acuerdo en que este hotel logra el cumplimiento de las expectativas de sus clientes. Este resultado concuerda con la investigación (Brione, Cruz, & Velázquez, 2020) donde el 56.5 % considera que el personal del hotel logró solucionar en la brevedad posible un reclamo o queja, manifestaron que desearon el cambio a otra habitación puesto que la habitación brindada no era como la foto de referencia y no tenía ventana, el área de recepción demoró 5 minutos para coordinar y realizó el cambio a otra habitación.

## Conclusión

Actualmente poder lograr clientes satisfechos en la hotelería ha tomado mucha relevancia, puesto que de ello depende la fidelización de los clientes, ellos evalúan los servicios que se les brinda de la mano con la atención y diversos factores, por ello es muy importante brindar el mejor servicio durante la estadía, puesto que los clientes evalúan desde primera instancia el servicio recibido.

La calidad no solo se centra en el servicio o producto, sino también incluye aspectos como la atención e infraestructura de las instalaciones, o lo que es lo mismo, elementos tangibles e intangibles dentro del proceso de atención, ayuda al aseguramiento del control de los procesos de la organización para un mejor rendimiento y el cumplimiento de las metas trazadas.

Es importante señalar que la calidad de atención al cliente es una pieza fundamental para que se fidelice a la organización, para ello se debe asegurar numerosos elementos, tales como la disposición de servicios, limpieza, habitaciones confortables; así como también la atención brindada por el personal.

Dentro de los resultados más destacados esta que 91,55% de los clientes que regresaron al Hostal Rocafuerte, debido a que cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse a gusto durante su estadía; el 50% de los clientes han señalado que la calidad de servicio brindado en el “Hostal Rocafuerte es la adecuada; el 52,08% de los clientes están “de acuerdo” que el equipamiento del hotel es adecuado; el 52,91% de los clientes están de acuerdo en que la limpieza de las habitaciones que brinda el “Hostal Rocafuerte es adecuada y por último el 52,08% de los clientes están “de acuerdo” que ha logrado cumplir con las expectativas esperadas. Estos aspectos revelan la relación existente entre la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente que brinda el hotel estudiado.

Con el fin de mejorar la calidad del servicio que otorga el Hostal Rocafuerte se recomienda tomar en consideración este tema para futuras investigaciones.

### Referencias bibliográficas

- Alonso, L. (2016). Métodos de investigación de enfoque experimental. Perú. . *Ciencias de la Educación* , <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/10.pdf>.
- Arias, C. (2021). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en las mype del sector servicios-rubro hoteles de 3 estrellas del distrito de Piura, 2015. *In Crescendo*, 10(1), 215-221.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme. 5ta Edición.
- Arrestegui, J. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros del distrito de La Victoria, 2020. *Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Trabajo de titulación*. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7493/arrestegui\\_gjv.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7493/arrestegui_gjv.pdf?sequence=1&isAllowed=y), pp.103.
- Ayón, P. (2021). La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la zona urbana del cantón Portoviejo. . *RECIAMUC*, <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/675> 5(2). 366-381. .
- Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la investigación: para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Brione, A., Cruz, E., & Velázquez, C. (2020). Modelo difuso de calidad de servicios en un hotel de cuatro estrellas. . *Pädi Boletín Científico De Ciencias*.
- Briones, A., Cruz, E., & Velázquez, J. (2020). Modelo difuso de calidad de servicios en un hotel de cuatro estrellas. . *Pädi Boletín Científico De Ciencias Básicas E Ingenierías Del ICBI* , 8(15), 124–129. <https://doi.org/10.29057/icbi>.
- Castro, P. (2018). Influencia de la calidad de servicio al cliente en los hoteles de Guayaquil., . *Alternativas*, 19(3), 55-65.
- Dos Santos, M. (2015). Calidad y Satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén . *Revista de la Educación Superior. Vol. 45. Núm. 178. Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción, Chile.*, 79-95.
- Gupta, P., & Srivastava, R. (2011). Analysis of customer satisfaction in hotel service quality using Analytic Hierarchy Process (AHP). *Internationa. l Journal of Industrial Engineering Research and Development*, . <https://www.researchgate.net/p> 2(1), 59–68.
- Hernández, C., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill. 4ta ed.

- Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestion de la Calidad: Elemento Clave para el Desarrollo de las Organizaciones. *Revistas Criterio ilibre. Vol.16. Núm 28. Bogotá. Colombia.*, 179-195.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas, y mixta.* Editorial Mc Graw Hill Education.
- Melquiades, A., & Ocon, S. (2018). Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en empresas de transportes. *Universidad Privada del Norte.*
- Molsalve, C., & Hernández, S. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN. Nro 78. Universidad Santo Tomás. Bogotá. Colombia.*, 60-81.
- Parella; Martins. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa.* Caracas, Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental. FEDEUPEL.
- Reyes-, V. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa.,. *Polo del conocimiento*, 6(4), 570-591.
- Zambrano, M., Alejo, O., & Zambrano, P. (2019). Factores influyentes en la lealtad electrónica hacia comunidades turísticas en línea: Caso mochileros. *Revista de Ciencias Sociales*, (Ve), XXV (3), 200-217.

**Conflicto de intereses:**

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

**Financiamiento:**

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

**Agradecimiento:**

N/A

**Nota:**

El artículo no es producto de una publicación anterior.