

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS  
ACACIAS, C.A.**

**Autor:  
Br. Diego Armando García Camargo  
C.I. 26.591.222**

**San Rafael de Carvajal, Mayo de 2022**

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



## **MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A.**

**Trabajo Especial de Grado presentado como requisito parcial para optar al Título  
de: Ingeniero Industrial**

**Autor:**

**Br. Diego Armando García Camargo**

**C.I. 26.591.222**

**Tutor: Wilmer Méndez**

**San Rafael de Carvajal, Mayo de 2022**

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

San Rafael de Carvajal, Abril del 2022.

Ciudadano: Méndez Wilmer  
Director del CIDIFI  
Universidad Valle del Momboy  
Su despacho.

Por medio de la presente, hago de su conocimiento, que ante la solicitud realizada por el Bachiller: BR. **DIEGO ARMANDO GARCÍA CAMARGO** acepto el compromiso de Tutorar el desarrollo de su trabajo de investigación titulado: **“MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A”**. Para optar al título universitario de INGENIERO INDUSTRIAL; hasta su presentación y evaluación.

Atentamente,

---

Ing. Wilmer Méndez  
C.I.5501239

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
DECANATO DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
SAN RAFAEL DE CARVAJAL - ESTADO TRUJILLO**



**APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado: **“MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A.”** que presenta el Bachiller: **Br. Diego Armando García Camargo, C.I. 26.591.222**, considero que el trabajo cumple con los requisitos y méritos para ser sometido a la presentación pública y evaluación del jurado examinador que se designe.

En \_\_\_\_\_ Valera a los \_\_\_\_\_ 15 \_\_\_\_\_ Mayo del 2022.

---

Ing. Wilmer Méndez  
C.I.5501239

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**

[www.uvm.edu.ve](http://www.uvm.edu.ve)

R.F. J-21.700.624-9

Av. Independencia con calle La Paz, Sede Miraflores, Urbanización Miraflores, Plaza L,  
Diagonal al Parque SAPINMET, Municipio Valera Estado Trujillo.




**VICERRECTORADO  
FACULTAD DE INGENIERÍA**

**VEREDICTO**

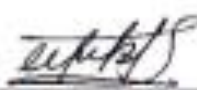
Nosotros, Prof. Wilmer Méndez, Prof. Larry Araujo y Profa. Liliana Rivera, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado: **"MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A."**, que presenta el Bachiller **DIEGO ARMANDO GARCÍA CAMARGO**, portador de la Cédula de Identidad N° **26.591.222**, nos hemos reunido para revisar dicho Trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: **VEINTE (20)** puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Momboy, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Ingeniero Industrial.

En fe de lo cual firmamos, en Valera a los catorce (14) días del mes de julio de dos mil veintidós (2022).


  
\_\_\_\_\_  
Prof. Liliana Rivera  
C.I. 13.048.877  
JURADO

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Wilmer Méndez  
C.I. 5.501.239  
TUTOR

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Larry Araujo  
C.I. 13.238.875  
PRESIDENTE DEL JURADO

  
\_\_\_\_\_  
Profa. Marilyn Briceño  
C.I.- N° 13.205.436  
DECANA



  
\_\_\_\_\_  
Profa. Ana Linares  
C.I.- N° 9.013.217  
VICERRECTORA

## **AGRADECIMIENTOS**

Luego de finalizar esta etapa de estudios con éxito y, sabiendo que “cuando la gratitud es absoluta las palabras sobran” dirijo esta carta a todas aquellas personas que han sido importantes para mí desarrollo como profesional.

A Dios todo poderoso, que bajo mis creencias nunca me ha dejado solo y siempre me ha dado el soporte necesario para conseguir esta meta.

A mi casa de estudios, la Universidad Valle del Momboy, que tanto me ha dado, puedo decir con orgullo que soy egresado de esta Universidad.

A mis profesores, siempre atentos y serviciales, gracias por su dedicación y compromiso.

Y para finalizar cito las Palabras de Cicerón “la gratitud no es solo la más grande de las virtudes, sino también la más importante”.

**¡GRACIAS TOTALES!**

## DEDICATORIA

Dedico este logro a las personas más importantes de mi vida, mi familia, a mi señora madre Lisbeth Camargo, gracias por ser mi apoyo incondicional toda mi vida, espero que este título te dé el mismo orgullo que el que siento por ti siempre voy a recordar las palabras que me dijiste mamá en aquella despedida “Para ti ni el cielo será el límite”, a mi compañera de vida Maira Maldonado, gracias vida mía por sacar siempre lo mejor de mí, por estar siempre e incentivarme a ser una persona exitosa juntos lograremos grandes cosas, , a mi padre José García, gracias infinitas por enseñarme a mantener la cordura en cualquier situación que se me presente, sé que siempre estarás para mí, este título también es tuyo. Gracias a ustedes soy la persona que soy y seguiré luchando para que en un futuro se sientan más orgullosos de mí, gracias por su amor infinito, por siempre ser mi apoyo. ¡Esto es por y para ustedes!

A mis sobrinos, Luis Ángel, Santiago, Tatiana, Valentina, Fiorella, Lucas y Emmanuel, espero servirles de ejemplo y sepan que siempre voy a estar para ustedes.

A mi familia, tíos, tías y primos quienes me ayudaron a seguir luchando por mis objetivos, gracias.

A mi Abuela Emma, espero que este título te haga enormemente feliz allá donde quiera que estés, este título también es tuyo. ¡Un beso al cielo!

A mi abuela Teresa, espero ser un orgullo para ti. ¡Tu primer nieto ya es Ingeniero Industrial!

## ÍNDICE

	Pág.
AGRADECIMIENTOS .....	5
DEDICATORIA.....	7
ÍNDICE .....	8
INDICE DE TABLAS .....	11
INDICE DE FIGURAS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
RESUMEN .....	12
ABSTRACT .....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
EL PROBLEMA .....	15
Planteamiento del Problema .....	15
Formulación del Problema .....	18
Objetivos de la Investigación .....	18
Justificación de la Investigación .....	19
Alcances y Limitaciones .....	20
CAPITULO II .....	21
Antecedentes de la Investigación.....	22
Bases Teóricas .....	28
Empresa Objeto de Estudio .....	31
Sistematización de la Variable .....	33
Glosario de Términos Básicos .....	34
CAPITULO III .....	35

Tipo de Investigación .....	36
Diseño de la Investigación .....	36
Población y Muestra.....	37
Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	37
Validez .....	38
Confiabilidad .....	39
Técnicas para analizar los datos.....	40
Procedimiento de la investigación.....	41
CAPITULO V .....	54
Conclusiones .....	54
Recomendaciones .....	56
CAPITULO VI .....	58
Justificación de la Propuesta .....	58
Objetivo de la Propuesta.....	59
Plan de Estrategias para la Mejora de la Calidad de Servicio.....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	62
ANEXOS .....	65

**INDICE DE TABLAS**

	Pág.
Tabla 1 Mapa de Variables.....	33
Tabla 2 Confiabilidad.....	43
Tabla 3 Responsabilidad.....	44
Tabla 4 Seguridad.....	46
Tabla 5 Empatía.....	48
Tabla 6 Bienes Materiales o Tangibles.....	50
Tabla 7 Componentes Críticos.....	52

## INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Confiabilidad.....	43
Figura 2 Responsabilidad.....	45
Figura 3 Seguridad.....	46
Figura 4 Empatía.....	48
Figura 5 Bienes Materiales o Tangibles.....	50

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA



**MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS  
ACACIAS, C.A.**

**Autor: Br. Diego Armando García Camargo**

**Tutor: Ing. Wilmer Mendez**

**Fecha: Mayo, 2022**

**RESUMEN**

La investigación presenta como objetivo general Proponer un plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A. Metodológicamente, la investigación está enmarcada en una investigación proyectiva con diseño de campo no experimental, en donde se consideró como unidad de análisis a diecisiete (17) clientes que según información suministrada tienen una relación estable y constante con el Hotel Plaza Las Acacias. Se empleó un cuestionario formado por 10 ítems, cuya confiabilidad empleando el coeficiente de Cronbach se ubica en 0.93, la cual es considerada muy alta. Los resultados evidencian las deficiencias que se presentan en la calidad de servicio del hotel, tanto la responsabilidad como la seguridad son componentes críticos de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., por considerarse deficientes ante la percepción del usuario que se ha entrevistado. De igual manera, la empatía es un aspecto que debe mejorarse para lograr una mejor calidad de servicio, que es indispensable para mantenerse en todo lo alto en la ciudad de Valera. Finalmente, tanto la confiabilidad, como los bienes materiales o tangibles son componentes altamente aceptables en los cuales el hotel debe mantener una mejora continua de los mismos, dicha mejora continua, debe ser supervisada y controlada en todo momento. En tal sentido, se propone un plan de estrategias con las mejoras que deben considerarse para cada uno de los factores que inciden en la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, considerando además el modelo SERVQUAL.

**Descriptor:** Calidad, Servicio, Estrategias, Mejora

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA



**MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS,  
C.A.**

**Autor: Br. Diego Armando García Camargo**

**Tutor: Ing. Wilmer Mendez**

**Fecha: Mayo, 2022**

**ABSTRACT**

The general objective of this research was to propose a strategy plan to improve the quality of service at the Hotel Plaza Las Acacias, C.A. Methodologically, the investigation is framed in a project investigation with a field design, where 17 clients were considered as the unit of analysis, who, according to the information provided, have a stable relationship with the Hotel. A question consisting of 10 items was used, whose reliability using the Cronbach coefficient is located at 0.93. The results show the deficiencies that occur in the quality of service of the hotel, both Responsibility and Security are critical components of the quality of service in the Hotel Plaza Las Acacias, C.A., as they are considered deficient in the perception of the user. Similarly, empathy is an aspect that must be improved to achieve a better quality of service. Finally, both reliability and material or tangible assets are highly acceptable components that the Hotel must work to maintain. In this sense, a strategy plan is proposed with the improvements that must be considered for each of the factors that affect the quality of service, also considering the SERVQUAL model.

**Descriptors:** Quality, Service, Strategies, Improvement

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la calidad de servicio juega un papel fundamental en las organizaciones que buscan posicionarse a nivel competitivo en el mercado actual, en donde la búsqueda de la satisfacción de los clientes se ha convertido en un factor preponderante para lograr el éxito de las organizaciones.

No solo basta con ofrecer un servicio, sino lograr un elevado nivel de satisfacción del cliente, el cual es consecuencia de la interacción del personal de contacto de la empresa, en las áreas de atención al cliente, con los clientes en general, de allí la importancia de que cada uno de los colaboradores conozcan las estrategias que deben tomarse en cuenta para lograr una mejora en la calidad de servicio.

Para tales efectos, el propósito del presente trabajo especial de grado es Proponer un plan para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., en tal sentido, esta investigación se divide en seis capítulos que son:

El Capítulo I: El Problema, comenzando con el planteamiento del problema, luego se realiza la formulación de las preguntas de la investigación, posteriormente, los objetivos planteados tanto el general como los específicos, la justificación que corresponde y el alcance de la investigación.

El Capítulo II: Marco Teórico, plantea los antecedentes de la investigación, sus bases teóricas, la descripción de la empresa objeto de estudio y el sistema de variables.

El Capítulo III, Marco Metodológico, aborda en un principio el tipo y el diseño de la investigación, la población en estudio, de allí se toma la muestra, las técnicas e instrumentos para la recolección de datos, las técnicas de procesamiento de datos, el análisis de los mismos y las fases o procedimientos de la investigación.

El Capítulo IV, Análisis de los Resultados, se presentan los datos obtenidos de la investigación y su análisis mediante la utilización de la estadística descriptiva.

En el Capítulo V, se exponen las conclusiones y recomendaciones a las que dio lugar la investigación.

Seguidamente, el Capítulo VI, La Propuesta, se diseña el plan de estrategias de mejora para la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., en el cual se describen los lineamientos a seguir para cada uno de los factores que inciden en la calidad de servicio, considerando además el modelo SERVQUAL.

Finalmente, se describen las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

En la actualidad las organizaciones se ven inmersas en un entorno altamente competitivo, en donde las exigencias son cada vez mayores, es por esto, que las empresas se ven en la necesidad de hacer cambios innovadores con el fin de lograr posicionarse y destacar ante los consumidores.

En Venezuela, tanto las pequeñas como las medianas industrias han despertado su interés hacia la excelencia, mejorando la calidad de sus productos o servicios, para alcanzar el éxito, buscando estar siempre a la vanguardia, garantizando así su permanencia en el mercado.

Sin embargo, tal como lo expone Núñez, T. (2015)

“la crisis económica que se trasladó hasta América y que ha afectado como es de esperarse, a los países menos favorecidos económicamente, incluyendo Venezuela, ha originado un desgaste en el modelo comercial de las empresas, en donde las cadenas hoteleras han dejado de realizar innovaciones productivas que les permita generar nuevos servicios afianzados en la calidad” (p. 8).

En el mismo orden de ideas, Requena, M. (2007) señala que en Venezuela “las pequeñas y medianas industrias hoteleras están siendo afectadas por la deficiencia cultural que poseen en cuanto a patrones de calidad y rendimiento, desconociendo el escenario mundial, resultado de ignorar las tendencias del mercado y su segmento natural” (p. 11)

Aunado a ello, Millan, J. (2019), considera que “la pérdida de los valores la falta de educación ciudadana es el más importante de los factores que moldean la pobre calidad de servicio que prestan las empresas venezolanas, es un problema complejo que involucra el hogar, la escuela, los medios de comunicación y las instituciones del Estado” (p.13).

La calidad de servicio en las empresas, es buscar una ventaja competitiva, que marque la diferencia entre la competencia, sabiendo que el servicio ofrecido debe tener atributos visibles y perceptibles para el cliente.

Para Quijano, V. (2004), la calidad de servicio “es el cumplimiento de los compromisos que ofrece la empresa hacia los consumidores o clientes, medidos en tiempo de espera y calidad (condiciones que se pactan)” (p.21), eso implica, que la calidad de servicio es la suma de todos los resultados en las actividades que corresponden al servicio al cliente.

El Sector Hotelero, es de los sectores implicados en este compromiso directo, las necesidades del cliente son primordiales, y la satisfacción tienen el mismo grado de importancia, para ello, se necesita de personas capacitadas y comprometidas con el servicio o el trabajo que les corresponde como trabajadores de la empresa. Entre los valores, de cualquier hotel de servicio responsable se encuentra una amplia cultura de calidad de servicio, lo cual, permite sostenerse a corto, mediano y largo plazo, ya que, creará el sentido de fidelidad de los clientes continuos, como los que visitan de pasada, por así expresarlo; además de quienes visitarán de nuevo el establecimiento y a su vez, actúan como portavoces fundamentales expresando las ventajas competitivas del mismo.

Para la empresa en estudio, la calidad de servicio es un reto al que deben enfrentarse constantemente, dependiendo directamente de la oferta, por esta razón, cada vez se torna más desafiante permanecer y competir o mantener un status en la ciudad, desde el punto de vista hotelero.

A través, de información suministrada por la Administración del Hotel, es evidente que hay deficiencias en cuanto al marketing que se tiene en la página web, el orden y la parte de una que otra área del hotel y los servicios tecnológicos remotos, tampoco existen protocolos de bienvenida y de salida.

Aunado a ello, el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., no posee información que le permita medir las condiciones diarias de sus servicios, que sirvan para formular estrategias de mejora de la calidad, es por ello, que la no satisfacción en cuanto a la calidad de servicio, se hace necesario plantear estrategias de mejora, permitiendo las mismas estrategias, innovar y crear un aprendizaje progresivo.

### **Formulación del Problema**

En tal sentido, se plantean las siguientes interrogantes de investigación:

¿Cuáles estrategias pueden desarrollarse para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.?

¿Cómo es la calidad de servicio del Hotel Plaza Las Acacias, C.A.?

¿Cuáles serían los componentes críticos de la calidad servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.?

¿Cuál sería el diseño del plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.?

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo General**

Proponer un plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.

### **Objetivos Específicos**

1. Diagnosticar la calidad de servicio del Hotel Plaza Las Acacias, C.A.
2. Identificar los componentes críticos de la calidad servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.
3. Diseñar el plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A

### **Justificación de la Investigación**

Los cambios constantes en el mundo, en el sector económico, generan la necesidad de que los empresarios se abran diversos caminos en sus actividades, tratando de encontrar en todo momento la calidad de servicio, en el sector hotelero el concepto antes mencionado es clave para tener éxito, pues de ella dependerá la fidelización de los clientes, lo cual es un aspecto primordial para toda organización y fijar una buena posición en el mercado competitivo.

Conocer a fondo las necesidades del cliente, y encontrar la mejor manera de satisfacerlas con prácticas adecuadas, es trascendente para las organizaciones.

Bajo esta premisa, la presente investigación está orientada a Desarrollar estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., y se justifica en los siguientes aspectos:

En el Aspecto Teórico, la investigación aborda temas y conceptos relacionados con la calidad de servicio, basándose en las teorías establecidas por autores de índole científico, así mismo, servirá como una referencia o antecedente para las próximas investigaciones con temas similares a este estudio.

En el Aspecto Metodológico, la investigación se justifica en la aplicación de técnicas de recolección de información, que buscan medir la calidad de servicio con el fin de mejorarla.

En el Aspecto Social, la investigación se justifica en que el desarrollo de estrategias para la mejora de la calidad de servicio beneficia a la organización y a sus usuarios hacia la creación de una cultura de calidad de servicio, brindando una solución a la empresa que permita satisfacer a los clientes mediante una propuesta que perdure en el tiempo.

En el Aspecto Práctico, la investigación permite tomar decisiones en base a los puntos establecidos siendo referente para solucionar las deficiencias en cuanto a la calidad de servicio, por ser un factor imprescindible para el incremento de ventajas competitivas, aunado a ello se presentan un conjunto de estrategias plausibles de ser empleadas en cualquier organización que desee mejorar la calidad de servicio.

## **Alcances y Limitaciones**

### **Alcances**

La presente investigación fue realizada en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A. ubicado en la Calle 23 con Avenida 4, Sector las Acacias, Municipio Valera, Estado Trujillo, durante el periodo de tiempo comprendido entre los meses de Enero 2022 hasta Abril 2022, tiempo en el cual se pretenden cumplir los objetivos propuestos.

La investigación, se encuentra inscrita en el grupo focal: Producción, operaciones y logística en las empresas públicas y privadas del estado Trujillo. Enmarcada en la línea de investigación de procesos productivos industriales del Grupo focal “Producción, operaciones y logística en las empresas públicas y privadas del estado Trujillo.”

### **Limitaciones**

Esta investigación solo estudia el escenario actual de la Calidad del Servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., por lo tanto, no se consideran los cambios posteriores al estudio. Las recomendaciones y sugerencias que se hacen en el estudio, buscan garantizar la mejor calidad de servicio por parte de los trabajadores de la empresa, pero es considerada una guía para mejorar al ponerse en práctica. La investigación es solo aplicable a quienes hacen vida en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Este capítulo hace referencia al marco teórico, el cual según Tamayo y Tamayo (2000) “amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas.” (p. 96). En tal sentido, se exponen los antecedentes de la investigación, así como la recopilación de definiciones de diferentes autores sobre los conceptos de calidad de servicio. De igual manera, se explica el contexto de estudio, se presenta la sistematización de la variable, y el glosario de términos básicos.

### **Antecedentes de la Investigación**

En este apartado, se indican las investigaciones previas que guardan relación con la variable objeto de estudio, y que contribuyen con la realización del presente trabajo especial de grado.

#### **Antecedentes Internacionales:**

Rivera, (2019), realizó una investigación titulada: Calidad del Servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora, la cual, fue presentada en la Universidad Nacional de Piura, para optar al título de Ingeniero Industrial. Su objetivo fue determinar el nivel de la calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business en la ciudad de Lima.

Se utilizaron distintos métodos, entre ellos: descriptivo, cuantitativo y deductivo, además, se usa la encuesta como técnica de estudio y el instrumento que se aplicó fue el cuestionario a 250 clientes, teniendo como resultados de relevancia, el 18.8% de los clientes afirman que la empresa en estudio, presenta un nivel muy bajo de calidad de servicio al cliente que frecuenta el lugar.

En lo referido a los elementos tangibles, el área de operaciones, los clientes manifiestan que en el área de call center la atención es muy baja con un 9,2 % que es representativo, además, los trabajadores de la empresa expresaron que no cuentan en su puesto de trabajo con manuales de calidad ni manuales de operaciones, la capacitación en esa área es nula, y la supervisión no existe, por esa razón se plantea como una posible solución para medir la calidad del servicio y optimizar el proceso de toma de decisiones en la empresa los manuales con los que no cuenta la empresa.

Dicha investigación, es considerada un aporte con el presente estudio, ya que plantea estrategias para la mejora de la calidad de servicio que servirán como referencia o soporte para el diseño de las estrategias a considerar en el Hotel Plaza.

En el mismo orden de ideas, González, (2020), realizó una investigación titulada: La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, presentada en la Universidad Tecnológica del Perú para optar al título de: Especialista en Administración y Marketing. La presente busca conocer la relación entre las variables estudiadas, calidad del servicio y la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar Arequipa, considerado dimensiones diferentes para el estudio, para la primera variable se usa el modelo SERQVUAL y para la segunda variable, su dimensión va enmarcada en expectativas y rendimiento que se percibe.

El objetivo de la investigación, es determinar entre la calidad del servicio y la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018, su relación directa. La metodología utilizada, es un estudio cuantitativo, con una muestra de 384 clientes, debido a que la población estudiada a considerar era

infinita, la encuesta fue la técnica tomada en cuenta, y se recopiló la información a través de un cuestionario bien estructurado y previamente validado por expertos. Como resultado de la investigación se logró identificar el nivel de correlación, utilizando técnicas estadísticas, y muestran una apreciación favorable los consumidores.

Esta investigación, es considerada un aporte con el presente estudio a que describe conceptos y fundamentos teóricos de la calidad de servicio, que sirven de base para enunciar los aspectos teóricos.

Así mismo, Milán, (2019), realizó una investigación titulada: Evaluación de la Calidad de Servicio en el Hotel el Golf, presentada en la Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo, para optar al título de Ingeniero Industrial. El objetivo principal fue la evaluación de calidad de servicio en el Hotel El Golf. En la investigación se aplicó SERVPERF, que es una herramienta estandarizada que sirve para medir el nivel de calidad, tomando en cuenta cinco (5) dimensiones fundamentales en la calidad: fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y elementos tangibles.

La población seleccionada, fue igual a la muestra, por ser finita, y se tomó de forma periódica mensualmente, se buscó los registros del hotel, y se estableció en 100 clientes. Por tal motivo, el cuestionario se aplicó a los huéspedes en un mes en específico. Teniendo los resultados, los mismos fueron procesados mediante el programa SPSS, en este programa tan completo, se midió u observo la percepción de los clientes frente al servicio recibido, generando un resultado en el déficit en varias dimensiones; en cambio, la dimensión seguridad resulta positiva.

Se concluyó que la disconformidad en los clientes con el servicio que brinda el Hotel El Golf es muy notable, con pocos aspectos positivos, existe déficit o puntos de mejoras en elementos de calidad.

Esta investigación es considerada un aporte para el presente estudio ya que plantea mucha similitud en su situación, en su problemática y planteando estrategias que servirán de referencia para nuestras estrategias planteadas.

### **Antecedentes Nacionales:**

Seguidamente, Peraza, (2018), realiza una investigación titulada: Sistema de gestión del proceso de la calidad de servicio en la atención y nivel de satisfacción del productor en el fondo para el desarrollo agrario socialista (fondas) estado Lara, su presentación en la Universidad Cent Occidental Lisandro Alvarado, con el cual, opta al título de Msc. en Gerencia Mención Agraria. Su objetivo se centra, en evaluar la gestión del proceso de la calidad de servicio en la atención y nivel de satisfacción del productor en el FONDAS en el período 2014 – 2015, con un diseño de tres fases, de tipo descriptivo.

Se lleva a cabo, una encuesta CESASI a 115 personas, separados en 59 servidores públicos y 56 productores del municipio Andrés Eloy Blanco. Los elementos fundamentales como el organigrama, misión y visión si existen, pero, sus fallas relevantes son en el aspecto tecnológico con la no operatividad.

No hay cumplimiento con las normas ISO 9000 y 9004, igual el talento humano, cero mejoras, no se mide al realizar el producto y/o servicio, por tanto, crea un nivel de no satisfacción en ambos clientes (internos y externos).

La investigación expuesta anteriormente es considerada un aporte para el presente estudio, debido a su cuestionario de evaluación con respecto a la calidad de servicio del cual pueden extraerse ideas para el desarrollo del instrumento de recolección.

De igual manera, Meza, (2018), realizó una investigación titulada: Programa de Mejoramiento Continuo de la Calidad de Servicio del Transporte de Carga Aresan, C.A., Municipio Valencia, Estado Carabobo, presentada en la Universidad de Carabobo, para optar al título de Especialista en Gerencia de Calidad y Productividad. Se lleva a cabo, un programa con relación a la mejora continua de la calidad del servicio del Transporte de Carga Aresan. C.A. Galpón 22, Valencia, Estado Carabobo, utilizando el método SERVQUAL, el diagnóstico se utilizó para el diseño de un programa de mejora continua, en el aspecto de calidad de servicio.

El tipo de investigación llevada a cabo es de tipo descriptivo con modo de campo, existe el apoyo documental con el modo proyecto factible, la población y la muestra es la misma, debido a que es un valor finito de catorce (14) choferes de camiones y chutos, el tipo establecido es el censo, y su validez será a juicio de expertos y su confiabilidad de método Alfa de Crombach.

Para analizar las altas diferencias con respecto a sus expectativas y lo que percibe, las cuales muestran aspectos con detalle de los servicios que presta. Para ello se llevó a cabo un estudio de cada dimensión y sus preguntas respectivas, buscando la mayor viabilidad en las relaciones existentes entre cada ítem y comparar así los aspectos positivos o negativos.

Esta investigación, representa un aporte para este trabajo especial de grado, debido a que persigue como fin el diseño de un programa de mejoramiento continuo de la calidad del servicio.

Finalmente, Vásquez, (2019), realizó una investigación titulada: Calidad de Servicio en una Empresa Distribuidora de Ferretería, presentada en la Universidad de Carabobo, para optar al título de Magíster en Administración del Trabajo y Relaciones Laborales. El objetivo, de dicha investigación, es analizar el departamento de ventas de la empresa Distribuidora de Ferretería Disfeval, C.A., a través de la calidad de servicio del cliente interno del departamento de ventas. La metodología utilizada es modalidad cuantitativa con carácter descriptivo y de tipo campo con diseño no experimental; se aplica un cuestionario validado por el Juicio de expertos, a doce (12) vendedores que hacen vida activa como trabajadores de la empresa Distribuidora de Ferretería Disfeval C.A.

Se describen los componentes organizacionales que definen la calidad de servicio interna en el departamento de ventas; se evalúa la percepción de la calidad; y se determina la fortalezas y debilidades de la calidad de servicio interna de la empresa Distribuidora de Ferretería Disfeval, C.A., con toda esta información y su respectivo análisis se realiza las respectivas recomendaciones para incrementar la calidad de servicio interna en el departamento de ventas de la empresa, ante la mirada y la satisfacción de los clientes.

Los resultados permiten concluir la evidencia de mejoras en la empresa, la falta de capacitación continua en calidad de servicio, no se conoce misión y objetivos organizacionales de la empresa, los compañeros no se apoyan, no hay comunicación efectiva, las sugerencias por parte de los trabajadores son omitidas, la comunicación de

los supervisores es mala, y la solicitud de los vendedores, se responde de manera tardía. Entre sus fortalezas, ambiente de trabajo agradable, buena comunicación, actualización en los medios de comunicación, y la oferta a un precio considerable en los productos que los trabajadores compran.

Se recomienda realizar procesos de detección de necesidades, la formación y la inducción general debe ser continua y a través de un profesional del área de atención al cliente y en calidad de servicio.

Esta investigación representa un aporte para este estudio a que describe bases y conceptos teóricos que permiten sustentar la misma.

### **Bases Teóricas**

Para, Hernández et al (2006), las bases teóricas “son un conjunto de constructos (conceptos) interrelacionados, definiciones y proposiciones que presentan una visión sistemática de los fenómenos al especificar las relaciones entre las variables, con el propósito de explicar y predecir los fenómenos” (p. 80). En tal sentido, los fundamentos teóricos que sustentan este estudio se basan en lo referente a la calidad de servicio, los mismos se describen a continuación:

### **Calidad**

La calidad según Horovitz (1991), no es más que “el nivel de excelencia para la satisfacción de las necesidades de la clientela clave de una determinada empresa,

entendiéndose como clientela clave, aquella que la organización considera que sus productos deben satisfacer las necesidades de ésta”. (p.65)

Al respecto, Juran (1986), la calidad se trata de “La “aptitud adecuada al uso” es decir, todo lo que da un buen resultado en su aplicación (es apto) y es asequible (adecuado al uso) y lo concreta en lo que se conoce la trilogía de Juran en la planificación, el control, y la mejora.” (p.87).

En este contexto, la calidad se relaciona directamente con la satisfacción de necesidades de los clientes, por tanto, se manejan las herramientas y estrategias, para la mejora continua en el área de calidad, y así mantener o alcanzar el éxito y la estabilidad empresarial deseada.

### **Calidad de Servicio**

La calidad de servicio, va enmarcada en la expectativa creada y su satisfacción debida por parte del consumidor o cliente en coincidencia con el servicio que recibe. Al realizar la comparación de la expectativa del cliente y su satisfacción con el servicio recibido, estamos en presencia de la percepción de la calidad.

En opinión, de otros autores, para Reyes (2007), la calidad de servicio percibida por el cliente “es entendida como un juicio global del consumidor que resulta de la comparación entre las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de las organizaciones prestadoras del servicio” (p.7)

La calidad del servicio es relevante para cualquier empresa, ya que repercute directamente en el nivel de valor que le da el usuario, al sentir que aumentan los beneficios y se reducen las molestias.

En tal sentido, Cantú (2005) “La calidad de servicio requiere de un conocimiento profundo de la naturaleza de la producción de servicios”. (p. 153). La calidad del servicio resulta de una sucesión de interacciones con el cliente, el cual expresa a menudo su insatisfacción de forma sintética, se trata pues, de hacer precisar al cliente sobre qué funda su juicio, y así localizar las causas de satisfacción o insatisfacción. La calidad de la prestación de un servicio se elabora fundamentalmente en la conexión con el cliente.

### **Factores que inciden sobre la calidad de servicio**

Para la calidad de los servicios, se cuenta con cinco dimensiones descritas por Rosander, (1994), como prosigue a continuación:

- **Confiabilidad**, es llevar a cabo el servicio con exactitud y como fue establecido con el cliente.
- **Responsabilidad**, es la forma de ayudar a los clientes y brindando un servicio que ya no puede ser superficial, debido, a que el cliente ya lo capta de forma inmediata.
- **Seguridad**, es la forma como el trabajador o empleado conoce su trabajo, como lo lleva a cabo amablemente y a su vez, transmite confianza por el trabajo desarrollado.
- **Empatía**, es la forma cuidadosa con la brindas el servicio, y además cuando la atención es personalizada, brindando confianza al cliente atendido. En el servicio al cliente, la empatía es como los trabajadores de la empresa se relacionan directamente

con el cliente, brindándole todo un servicio, donde el cliente se sienta importante en todo momento.

- Bienes materiales o tangibles, se trata de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Se refiere a la parte física, que el cliente constantemente percibe de manera directa. Por tanto, el uso de herramientas gerenciales, para el orden y limpieza son indispensables.

### **Modelo de Mejora de la Calidad SERVQUAL**

Para (Zambrano, 2013), “Es una herramienta utilizada para la medición de la calidad del servicio, que establece la comparación entre las expectativas de los usuarios y las percepciones que experimentan por el servicio recibido”. (p. 1)

Se utiliza una escala multidimensional, para la Gestión de Calidad del Servicio, la misma, constituye una buena medida para el modelo cuantitativo de la calidad de servicio y la determinación entre lo que percibe y lo que espera el cliente o usuario, el resultado obtenido, sirve para la toma de decisiones futuras, en caso de acciones que busquen mejorar estos indicadores estudiados.

La calidad de servicio se analiza, a través de sus dimensiones, los cuales de alguna forma determinan la calidad de servicio. Lo clientes por naturaleza propia, no valoran el servicio, a través de una sola dimensión, sino más bien, lo hacen a través de muchas dimensiones.

### **Empresa Objeto de Estudio**

Hotel Plaza Las Acacias, C.A.

### **Ubicación**

El Hotel Plaza Las Acacias, C.A. está ubicado en la Calle 23 con Avenida 4, Sector las Acacias, Municipio Valera, Estado Trujillo.

### **Misión**

Hotel Plaza Las Acacias, C.A., es una organización comprometida con la ética empresarial, especializada en hospitalidad, con servicios de calidad, altamente competitivos y seguros.

### **Visión**

Ser el consorcio líder en el mercado de la hospitalidad de Valera, con calidad de servicio, responsabilidad social y un equipo humano altamente comprometido.

### **Valores**

- Ética empresarial
- Responsabilidad social empresarial
- Innovación
- Competitividad
- Calidad de Servicio

### Sistematización de la Variable

Arias(2006) plantea que “un sistema de variables consiste en una serie de características por estudiar, definidas de manera operacional, es decir, en función de indicadores o unidades de medida” (p.43). Se trata de un conjunto de elementos a ser observados, según la naturaleza y objetivos de la investigación, consiste en convertir una idea general, no medible, en una expresión medible y cuantificable más específica del concepto.

**Tabla 1**  
*Mapa de Variables*

<b>Objetivo General</b>	Proponer un plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.			
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>
	Cal ida d	Factores	Confiabilidad	1, 2

	Responsabilidad	3, 4
Diagnosticar la calidad de servicio del Hotel Plaza Las Acacias, C.A.	Seguridad	5, 6
	Empatía	7, 8
	Bienes materiales o tangibles	9, 10
Identificar los componentes críticos de la calidad servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.	Dependerá de los resultados alcanzados en el Objetivo Especifico N°1	
Diseñar el plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.		
<b>Fuente:</b> García, D (2022)		

### Glosario de Términos Básicos

**Calidad de Servicio:** percepción que tiene el cliente en cuanto a un servicio prestado; todo depende, de la expectativa y la necesidad que se ha satisfecho.

**Cliente:** condición que se le atribuye a la persona u organización que compra los productos o utiliza los servicios de una empresa. La clientela forma el mercado de la empresa y su captación y mantenimiento es una de las principales tareas de la gerencia.

**Escala SERVQUAL:** Es una herramienta para medir la calidad del servicio, comparando dos aspectos relevantes en la calidad del servicio como lo son, las expectativas del cliente y cómo percibe el servicio recibido.

**Satisfacción del Cliente:** Es la forma como se percibe el servicio el cliente, y además es pieza fundamental para medir la calidad por parte de la empresa.

**Servicio al Cliente:** Es la manera como la empresa brinda un servicio a todos sus clientes, en este servicio, se debe tomar en cuenta, el lugar, el tiempo, y el aseguramiento del servicio recibido por el cliente.

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

Este capítulo abarca el proceso de la investigación, para la obtención de la información y el manejo de esa información, generando un análisis de resultados, además se debe certificar los resultados con aportes teóricos de los autores tomados en cuenta.

### **Tipo de Investigación**

Tomando en cuenta, los objetivos planteados en la investigación, la misma se enmarcada bajo la modalidad de tipo proyectiva, ya que se busca proporcionar una respuesta al problema planteado en una realidad determinada.

Al respecto, Balestrini, (1997), señala que la investigación proyectiva, consiste en “una proposición sustentada en un modelo operativo viable, orientada a resolver un problema planteado o a satisfacer necesidades en una institución o campo de interés nacional” (p. 51).

Así mismo, Hurtado, (2000), plantea que la investigación proyectiva, “tiene como objetivo diseñar o crear propuestas dirigidas a resolver determinadas soluciones, como los proyectos de arquitectura e ingeniería, el diseño de maquinarias, la creación de programas de intervención social, el diseño de programas de estudio, entre otros” (p.49).

### **Diseño de la Investigación**

Para Sabino, (2002), el diseño de la investigación es definido como “un plan coherente de trabajo para recabar y analizar los datos que nos acercan al conocimiento de la realidad en estudio” (p. 64). La investigación se adecuó a un diseño de campo, De

acuerdo a Arias, (2004), las investigaciones de campo son aquellas en donde: “Los documentos de fuente primaria, son los textos originales escritos por los participantes en el acontecimiento que se estudia” (p. 27)

Se trata de un trabajo de campo, debido a que la recolección de la información es directa del lugar donde suceden los hechos, de primera fuente, es decir en los clientes del Hotel Plaza Las Acacias, C.A

### **Población y Muestra**

Para Tamayo y Tamayo, (2003), define la población como “la totalidad de fenómeno a estudiar, donde las unidades de la población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a datos de investigación” (p. 114). Por esta razón se trabaja con una población finita, que es definida por Castillo, (2008), como aquella que “está conformada por un grupo limitado de elementos o individuos a aplicárseles el instrumento” (p. 33).

De manera que, en el presente trabajo, la población objeto de estudio está compuesta por 17 clientes, que según información suministrada son clientes continuos con el Hotel, eso nos indica a las claras, de la condición de la investigación.

Para efectos de la muestra, Castro (2003), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p. 69). Basado en lo anterior en la presente investigación no fue requerido ningún proceso maestral.

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para Chavéz, (2007), señala que los “instrumentos de investigación son los medios que utiliza el investigador para medir el comportamiento o atributos de las variables” (p. 173).

En este estudio la información fue recolectada a través de un diseño de una técnica de naturaleza cuantitativa definida como encuesta, usándose como instrumento el cuestionario estructurado con preguntas e inquietudes para la muestra seleccionada y así manifiesten su opinión de forma escrita. Sabino (2002), refiere a éste como “una lista de preguntas que puede ser administrada por escrito” (p. 168).

En la presente investigación, se emplearon como técnicas de recolección de datos: El cuestionario y la técnica documental o bibliográfica.

Para Hernández, (2006) el cuestionario “es un conjunto de preguntas respecto a una o más variables” (p.67). De este modo, se elaboró un instrumento conformado por 10 ítems, los cuales abarcan aspectos generales y específicos, basados en los indicadores a analizar para la variable Calidad de Servicio. Para el diseño del cuestionario se utilizará una escala tipo Lickert, en este sentido, Hernández, (2006), “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes” (p. 78).

Es decir, el entrevistado debe seleccionar o elegir una categoría planteada. Por tal motivo, el cuestionario se diseñará con alternativas de respuestas: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. (Ver Anexo A).

## **Validez**

Para Hernández, (2006), “la validez es la correspondencia del instrumento en un contexto teórico, considerando que la confiabilidad se refiere al grado en que su aplicación repetida produce iguales resultados y su medición se determina por diversas técnicas” (p. 347).

En opinión de Palella y Martins (2006), la validez se refiere “al margen de confianza que tendremos al momento de generalizar los resultados obtenidos, después de haber estudiado a la muestra, con respecto a la población” (p. 43).

La validez del instrumento de recolección de datos, se estableció a través de la aprobación de expertos, el cual Sabino, (2002) define: "es una consulta a un grupo de expertos, para que revisen y organicen los elementos pertinentes al campo de estudio". (p, 26). En relación a ello se le entregó a tres (03) profesores de la Universidad Valle del Momboy, el cuestionario diseñado para su aplicación y el formato de validación (Anexo B); la evaluación de los expertos es de acuerdo a los siguientes aspectos: coherencia con los objetivos de la investigación y correspondencia de los enunciados con el propósito planteado.

### **Confiabilidad**

Para el autor Hernández y otros (2006), “es un instrumento que produce resultados idénticos tomando en cuenta su aplicación repetida al mismo sujeto que tiene resultado confiable” (p. 36). En ese mismo sentido, Palella (2007) afirma que “la confiabilidad es la magnitud de congruencia con que se establece la medición de una variable” (p. 19). El

Coeficiente de Cronbach valida los análisis discriminantes bajo una hoja de cálculo Excel, donde son ingresados los datos y partiendo de allí se procede a determinar los resultados de la investigación.

Este coeficiente se representa mediante la siguiente fórmula:

$$r_{tt} = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Dónde:

*K*: número de ítems

*1*: es una constante

*Si*: varianza de cada ítem

*St*: varianza de los puntajes totales

Siguiendo todo lo anterior expuesto, se obtuvo como resultado un valor de 0,93 que indica según una tabla estandarizada que la validez es alta (Ver Anexo C).

### **Técnicas para analizar los datos**

Al finalizar la etapa de recolección de datos, el estudio se enfoca en una etapa aún más importante, la etapa de procesamiento y análisis de datos; la misma consiste en determinar cómo se deben analizar los datos y que herramientas son las adecuadas para el análisis estadístico.

Según Kerlinger, (1983), el análisis de datos “es el punto de partida para la actividad de interpretación. La interpretación se realiza en términos de los resultados de la investigación” (p.98). El análisis de datos es la introducción para establecer las conclusiones del estudio, y además plantear las recomendaciones que se consideran pertinentes de la investigación.

Una vez aplicado el instrumento, se procedió a organizar los datos, empleando para ello técnicas de la estadística descriptiva, las cuales permitieron trabajar con ellos en categorías, frecuencias y porcentajes.

### **Procedimiento de la investigación**

Se llevaron a cabo las siguientes acciones en el proceso de desarrollo de la investigación:

a) Revisión bibliográfica, sobre el tema de calidad y calidad de servicio, esto sirvió de ayuda para establecer y fortalecer la variable a estudiar.

b) Conocer la situación actual de la empresa, para poder visualizar y entender a que nos enfrentamos y así plantear objetivos para la investigación en curso.

c) Se comienza a buscar textos, y trabajos especiales de grado para los antecedentes en cuestión, y además tener una buena cantidad de autores que puedan sustentar la investigación en curso, a través de las bases teóricas.

d) Se elabora el mapa de variables con todos los requerimientos de la tabla, como son su variable, su dimensión y los indicadores correspondientes.

e) Se revisa varios autores de metodología de la investigación, y analizando se establece que la investigación debe ser proyectiva por las características de la misma, justificando además en la problemática planteada.

f) Se elabora el instrumento de investigación, y es revisado por los expertos, para de esta manera consolidar el mismo.

h) Se analizan los resultados emitidos en el cuestionario realizado, y se realiza el estudio de estadística descriptiva aprendida en las cátedras de la carrera, además se constata con las bases teóricas de la investigación.

i) Luego, se realizaron las conclusiones de cada objetivo específico planteado, y se realizó la recomendación correspondiente.

j) Seguidamente se formula una propuesta que se considera apropiada para la empresa en cuestión

k) Finalmente, se describen las referencias bibliográficas, así como también se exponen los anexos respectivos

## **CAPITULO IV**

### **ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos diseñados para analizar y describir la problemática en estudio.

Posteriormente, se realizó la tabulación de los datos vinculados a las dimensiones e indicadores establecidos para cada variable, calculando para ello las frecuencias absolutas y relativas para cada ítem. Seguidamente se estructuraron los gráficos, que reflejan las consideraciones y tendencias que los encuestados manifestaron en cada una de sus respuestas.

A continuación, se muestran las preguntas formuladas y los resultados porcentuales de cada ítem mediante un gráfico de barras, donde además se presenta una tabla con las frecuencias relativa y absoluta de acuerdo a la opinión del encuestado.

### **Indicador: Confiabilidad**

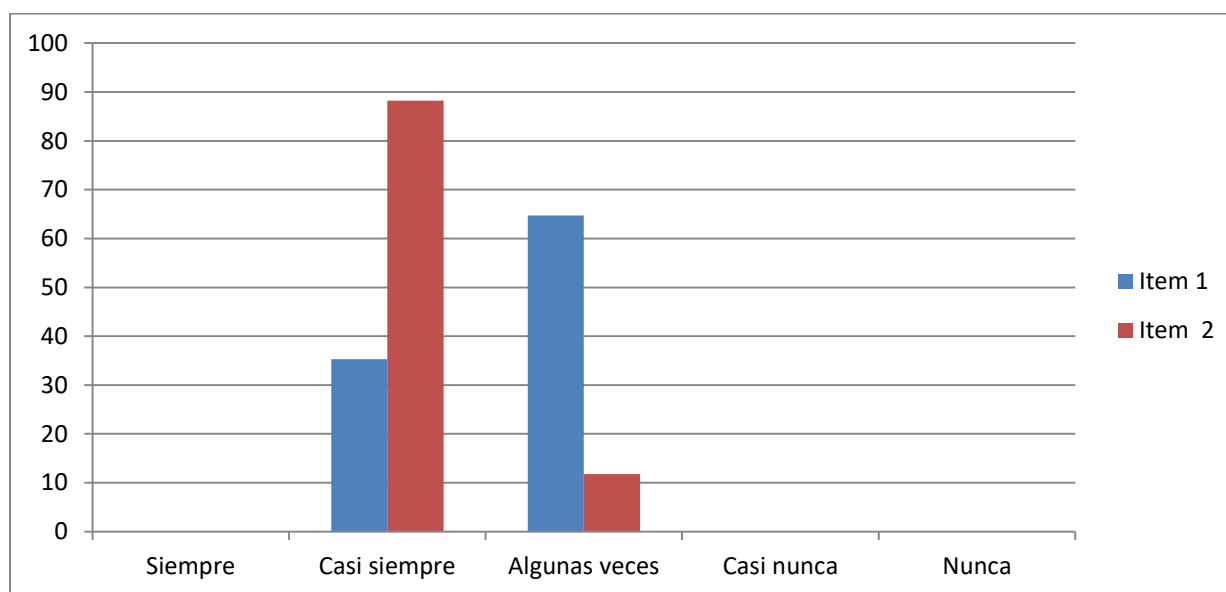
1. ¿El servicio prometido por el hotel se cumple con exactitud?
2. ¿Si se presenta algún problema, existe interés para dar con la solución?

**Tabla 2**  
*Confiabilidad*

<b>Alternativas</b>	<b>Ítem 1</b>		<b>Ítem 2</b>	
	<b>Fa</b>	<b>%</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Siempre	0	0.00	0	0.00

Casi siempre	6	35.29	15	88.24
Algunas veces	11	64.71	2	11.76
Casi nunca	0	0.00	0	0.00
Nunca	0	0.00	0	0.00
<b>Total General</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**Fuente:** García, D. (2022)



**Figura 1**  
*Confiabilidad*

**Fuente:** García, D. (2022)

La tabla 2 y figura 1 hacen referencia al indicador Confiabilidad, con relación al ítem 1, el 64,71% de la población objeto de estudio manifiestan que algunas veces el servicio prometido por el hotel se cumple con exactitud, mientras que el 35,29% restante señalan que casi siempre. Referente al ítem 2, el 88,24% de los encuestados concuerdan en que casi siempre la empresa muestra un sincero interés en solucionar los problemas que puedan presentarse, el 11,76% restante señalan que algunas veces.

Dichos resultados permiten inferir el alto nivel de confiabilidad percibido por el cliente respecto al hotel, coincidiendo con lo expuesto por Rosander (1994), quien señala que la confiabilidad es la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.

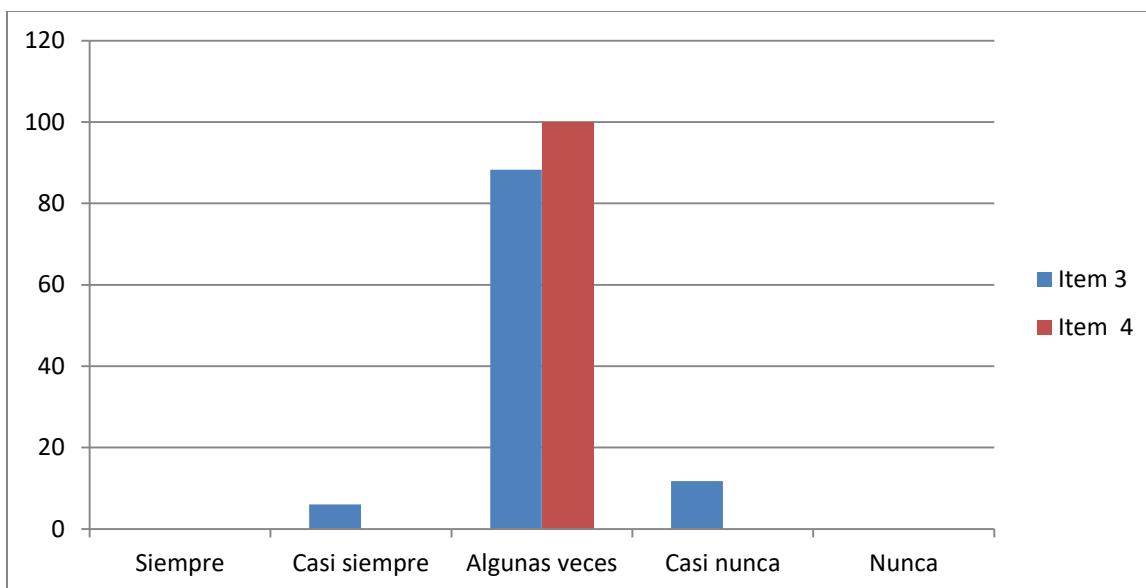
**Indicador: Responsabilidad**

3. Existe disposición de los empleados hacia sus clientes
4. La rapidez y la agilidad son parte del servicio ofrecido por los empleados

**Tabla 3**  
*Responsabilidad*

<b>Alternativas</b>	<b>Ítem 3</b>		<b>Ítem 4</b>	
	<b>Fa</b>	<b>%</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Siempre	0	0.00	0	0.00
Casi siempre	0	0.00	0	0.00
Algunas veces	15	88.24	17	100.00
Casi nunca	2	11.76	0	0.00
Nunca	0	0.00	0	0.00
<b>Total General</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**Fuente:** García, D. (2022)



**Figura 2**

*Responsabilidad*

**Fuente:** García, D. (2022)

Los resultados para el indicador Responsabilidad se muestran en la Tabla 3 y Figura 2, en donde el ítem 3, el 88,24% de la población objeto de estudio coincide en que algunas veces los empleados muestran la disposición de ayudar a sus clientes, al respecto el 11,76% restante consideran que casi nunca. Para el ítem 4, la totalidad de los encuestados, es decir, el 100% señalan que algunas veces los empleados ofrecen un servicio acorde con la rapidez, disposición y agilidad a sus clientes.

Dichos resultados ponen en evidencia las deficiencias que se tienen en cuanto al factor Responsabilidad, si bien es cierto que existe un grado de responsabilidad en las actividades de atención al cliente, la misma no es considerada suficiente por los mismos. Al respecto, García, (2017), manifiesta es la forma de ayudar a los clientes y brindando un servicio que ya no puede ser superficial, debido, a que el cliente ya lo capta de forma inmediata.

### Indicador: Seguridad

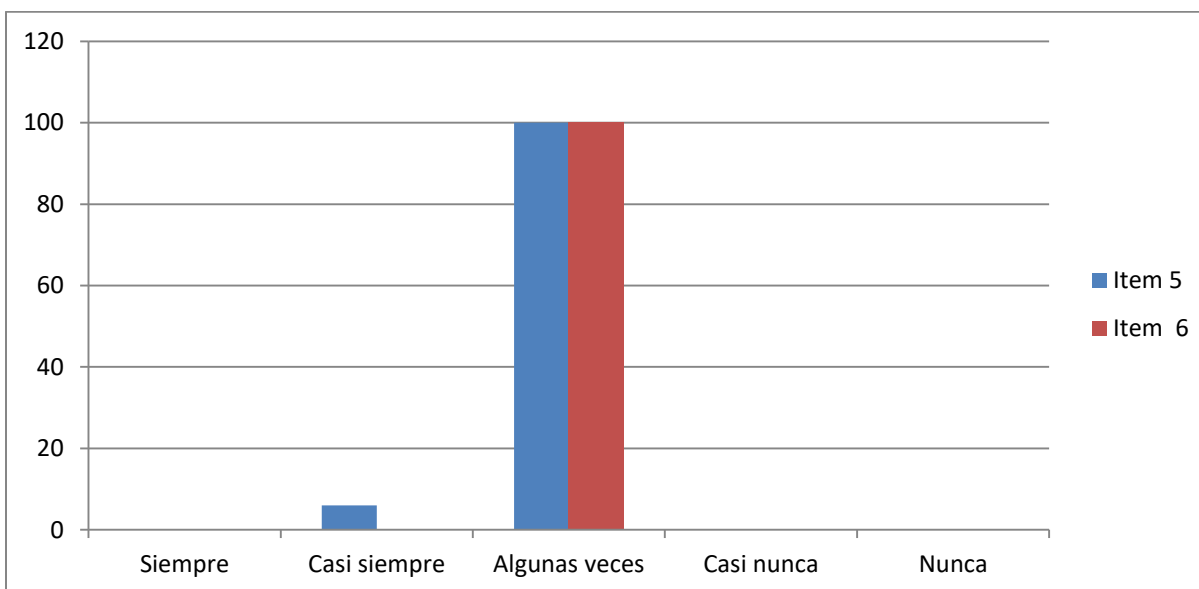
5. Los empleados con su comportamiento generan confianza a sus clientes

6. Los clientes sienten seguridad con la empresa al realizar transacciones

**Tabla 4**  
*Seguridad*

Alternativas	Ítem 5		Ítem 6	
	Fa	%	Fa	%
Siempre	0	0.00	0	0.00
Casi siempre	0	0.00	0	0.00
Algunas veces	17	100.00	17	100.00
Casi nunca	0	0.00	0	0.00
Nunca	0	0.00	0	0.00
<b>Total General</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**Fuente:** García, D. (2022)



**Figura 3**  
*Seguridad*

**Fuente:** García, D. (2022)

La tabla 4 y figura 3 muestran los resultados obtenidos para el indicador Seguridad, en donde el ítem 5, el 100% de la población objeto de estudio se inclinan a favor de que algunas veces que la forma de comportarse de los empleados genera confianza a sus clientes. Con respecto al ítem 6, la totalidad de los encuestados, es decir, el 100% señalan que algunas veces los clientes muestran la suficiente seguridad en las transacciones realizadas a la empresa.

Estos resultados ponen de manifiesto las deficiencias que se presentan en uno de los factores que inciden sobre la calidad de servicio como lo es la seguridad. Reyes (2009), es la forma como el trabajador o empleado conoce su trabajo, como lo lleva a cabo amablemente y a su vez, transmite confianza por el trabajo desarrollado.

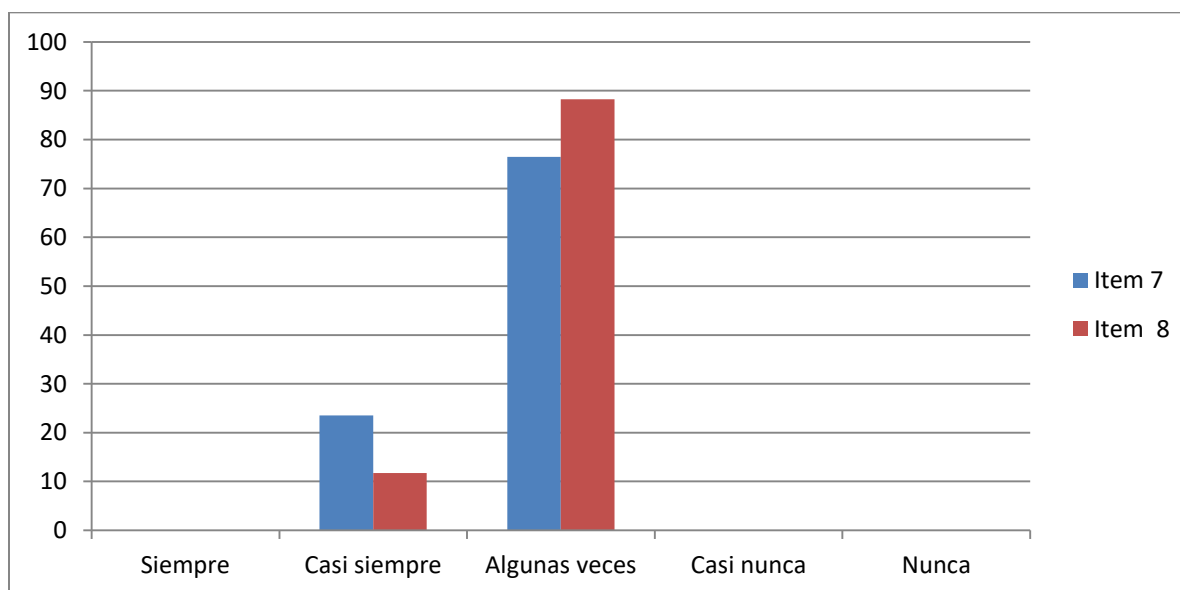
**Indicador: Empatía**

7. Los empleados atienden de forma individual a cada cliente
8. Los empleados buscan lo mejor para los intereses del cliente

**Tabla 5**  
*Empatía*

Alternativas	Ítem 7		Ítem 8	
	Fa	%	Fa	%
Siempre	0	0.00	0	0.00
Casi siempre	4	23.53	5	11.76
Algunas veces	13	76.47	12	88.24
Casi nunca	0	0.00	0	0.00
Nunca	0	0.00	0	0.00
<b>Total General</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

Fuente: García, D (2022)



**Figura 4**  
*Empatía*

Fuente: García, D. (2022)

Los resultados para el indicador Empatía se muestran en la tabla 5 y figura 4, considerando que para el ítem 7, la mayoría de los encuestados, el 76.47%, señalan que algunas veces los empleados ofrecen una atención individualizada a cada cliente, el 23.53% restante manifiestan que casi siempre. Con relación al ítem 8, el 88.24% del personal encuestado coinciden en que algunas veces los empleados buscan lo mejor para los intereses del cliente, mientras que el 11.76% consideran que casi siempre.

Se evidencia entonces, que la Empatía, es un aspecto que es percibido por los clientes como bueno, sin embargo, debe mejorarse. Milán, (2019) plantea que, es la forma cuidadosa con la brindas el servicio, y además cuando la atención es personalizada, brindando confianza al cliente atendido. En el servicio al cliente, la empatía es como los trabajadores de la empresa se relacionan directamente con el cliente, brindándole todo un servicio, donde el cliente se sienta importante en todo momento.

### **Indicador: Bienes Materiales o Tangibles**

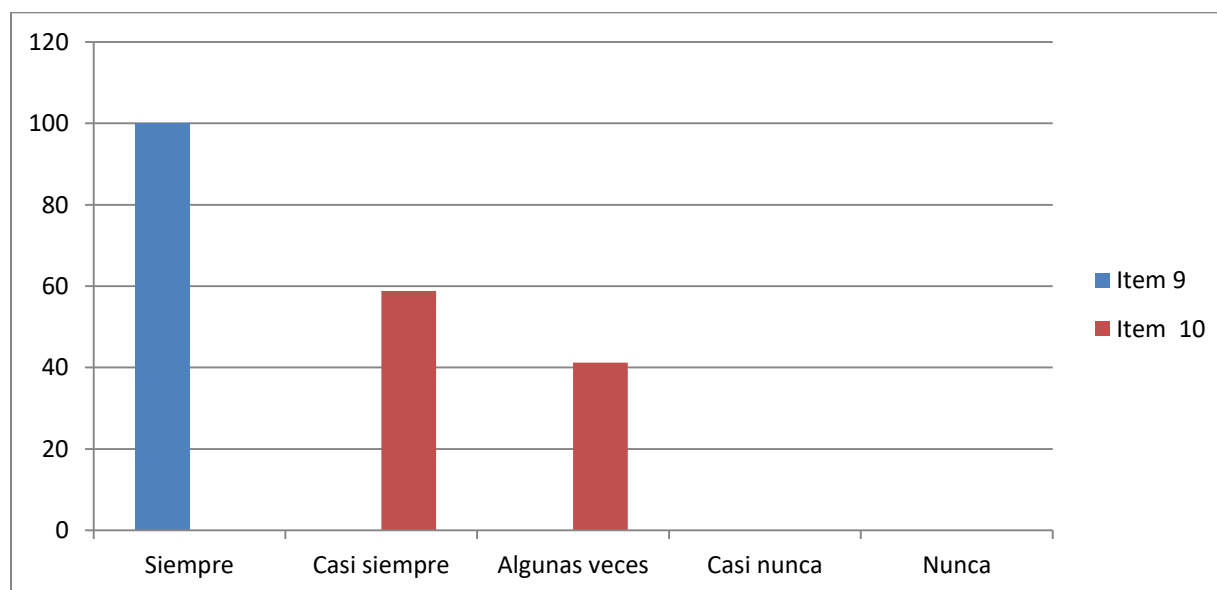
9. Las instalaciones del hotel son cómodas y atractivas.

10 El hotel cuenta con equipos y tecnología de apariencia moderna

**Tabla 6**  
*Bienes Materiales o Tangibles*

Alternativas	Ítem 9		Ítem 10	
	Fa	%	Fa	%
Siempre	17	100.00	0	0.00
Casi siempre	0	0.00	10	58.82
Algunas veces	0	0.00	7	41.18
Casi nunca	0	0.00	0	0.00
Nunca	0	0.00	0	0.00
<b>Total General</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**Fuente:** García, D. (2022)



**Figura 5**  
*Bienes Materiales o Tangibles*  
**Fuente:** García, D. (2022)

Para el indicador Bienes Materiales o Tangibles, la tabla 6 y la figura 5, resumen los resultados obtenidos, teniendo que para el ítem 9, el 100% de los encuestados consideran que siempre las instalaciones del hotel son cómodas y atractivas. Para el ítem 10, el 58.82% de los encuestados consideran que el hotel cuenta con equipos y tecnología de apariencia moderna, mientras que el 41.18% restante se inclina a favor de la opción algunas veces.

Estos resultados permiten evidenciar que los clientes del hotel perciben un ambiente agradable y cómodo para su estadía, lo cual se corresponde con lo expuesto por Rosander, (1994), quien plantea que los bienes materiales o tangibles, se trata de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Se refiere a la parte física, que el cliente constantemente percibe de manera directa. Por tanto, el uso de herramientas gerenciales, para el orden y limpieza son indispensables

### **Componentes Críticos de la Calidad de Servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.**

Dando cumplimiento al objetivo específico N°2: Identificar los componentes críticos de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., los mismos se consideran dependientes de los resultados obtenidos en el objetivo específico N°1. En tal sentido, la tabla 7 resume los mismos:

**Tabla 7**  
*Componentes Críticos*

<b>Componentes Críticos</b>	<b>Descripción</b>
Confiabilidad	Aceptable
Responsabilidad	Deficiente
Seguridad	Deficiente
Empatía	Mejorable
Bienes Materiales o Tangibles	Aceptable

**Fuente:** García, D. (2022)

Se tiene, que tanto la Responsabilidad como la Seguridad son considerados componentes críticos de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., por considerarse deficientes ante la percepción del usuario. De igual manera, la Empatía es un aspecto que debe mejorarse para lograr una mejor calidad de servicio. Finalmente, tanto la confiabilidad como los bienes materiales o tangibles son componentes altamente aceptables en los cuales el Hotel debe trabajar para mantenerlos.

### **Diseñar el plan para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.**

Para el cumplimiento de este objetivo específico, en el Capítulo VI de la presente investigación, se describe el plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., en donde se describen todas las estrategias a seguir para el cumplimiento del mismo.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el presente apartado se enuncian las conclusiones y recomendaciones a las que dio lugar la investigación, las mismas se presentan según cada uno de los objetivos propuestos, dando así cumplimiento a los mismos.

#### **Conclusiones**

El crecimiento de lineal a exponencial del sector de los servicios y la necesidad de dinamizar la economía ha obligado a las empresas a reformular sus sistemas enfocándose en la mejora de la calidad de servicio como una de las principales estrategias competitivas.

En este sentido, con la propuesta de un plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., se pretende optimizar los procesos desarrollados en el hotel con el fin de hacerlos más congruentes con las necesidades del cliente para lograr la satisfacción de los mismos.

Basado en lo anterior, se realizó un diagnóstico de la situación de la empresa que permitiera dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados en la investigación.

Para el Objetivo Especifico N°1: Diagnosticar la calidad de servicio del Hotel Plaza Las Acacias, C.A., los resultados permiten evidenciar lo siguiente:

- La confiabilidades percibida con un alto nivel de aceptación por el cliente respecto al hotel, considerando dicho aspecto en la forma de desarrollar

hábilmente el servicio que se promete como fue pautado y en el tiempo exacto.

- Existen deficiencias en cuanto al factor responsabilidad, si bien es cierto que existe un grado de responsabilidad en las actividades de atención al cliente, la misma no es considerada suficiente por los mismos.
- La seguridad es otro de los factores de la calidad de servicio que muestra deficiencias, por lo que debe ser transmitido a los encargados como una actitud adquirida, no como simplemente una tarea a realizar.
- La empatía, es un aspecto que es percibido por los clientes como bueno, sin embargo, debe estar en constante control de mejora continua, para así, interactuar debidamente con el cliente, construir una relación amena y amigable, hacerlos sentir importantes en todo momento. Entender sus necesidades es esencial para ofrecer una experiencia agradable y que sume, además de ganarse su lealtad.
- Los clientes del hotel perciben un ambiente agradable y cómodo para su estadía, basado en la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación.

Para el objetivo específico N°2: Identificar los componentes críticos de la calidad servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., el mismo fue concebido en apoyo con los resultados obtenidos en el objetivo anterior, concluyendo que tanto la Responsabilidad como la Seguridad son considerados componentes críticos de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., por considerarse deficientes ante la percepción del usuario. De igual manera, la Empatía es un aspecto que debe mejorarse para lograr una

mejor calidad de servicio; mientras que la confiabilidad como los bienes materiales o tangibles son componentes altamente aceptables en los cuales el Hotel debe trabajar para mantenerlos.

Finalmente, para el objetivo específico N°3: Diseñar el plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A., en el capítulo VI de la presente investigación se describe la estructura del plan con los lineamientos a seguir en cada una de las estrategias propuestas.

### **Recomendaciones**

- Desarrollar procesos de trabajo en cada una de las áreas (seguridad, atención al cliente, servicio, calidad de servicio) del Hotel Plaza Las Acacias, C.A., con la finalidad de que el personal conozca cuales son los procedimientos de trabajo que deben seguirse.
- Fomentar la capacitación y motivación del personal, considerándolo como parte fundamental de la compañía.
- Realizar un control a las estrategias de mejora de la calidad de servicio propuesta, con el fin de que sea promocionado, aplicado, y mejorado continuamente por los colaboradores de acuerdo a las necesidades de los clientes en el momento.
- Realizar una mayor inversión en relación a los equipos tecnológicos, que permita a los clientes tener una comodidad total durante su estancia, debido a que el cliente busca sentirse cómodo en estos sitios. Los mantenimientos preventivos y programados a todos los equipos informáticos son altamente

recomendables, para así detectar puntos de mejora y corregir de inmediato evitando que los clientes muestres disconformidad.

- Activar el funcionamiento de la página web con información clara y precisa para sus visitantes, debido a que es una forma en la que el cliente trata de conseguir información relevante, señalando todo, con supervisión y control de los mismos.

## **CAPITULO VI**

### **LA PROPUESTA**

En el presente capítulo se describe el plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A. La estructura del plan consistirá en un conjunto de acciones descritas para cada uno de los factores que inciden en la calidad de servicio, como lo son: Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad, Empatía, Bienes Materiales o Tangibles.

#### **Justificación de la Propuesta**

El Hotel Plaza Las Acacias, C.A., se enfrenta a los diferentes cambios sociales y económicos que el entorno y la dinámica comercial le exigen. En tal sentido, se considera a la calidad de servicio como un factor determinante que le permite a la organización incrementar sus ventajas competitivas y posicionarse ante un mercado cada vez más exigente.

Es por ello que el Plan de Estrategias para la Mejora de la Calidad de Servicio, resume el conjunto de elementos que consolidan las acciones de mejoramiento necesarias para lograr la excelencia en el servicio.

## **Objetivo de la Propuesta**

Establecer estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.

### **Plan de Estrategias para la Mejora de la Calidad de Servicio**

El plan de estrategias se basa en las mejoras que deben considerarse para cada uno de los factores que inciden en la calidad de servicio, considerando además el modelo SERVQUAL. Las cuales se describen a continuación:

#### **Estrategia 1: Sensibilidad**

Se propone atender de una manera inmediata el recurso humano, fomentando el fortalecimiento de sus capacidades. A través, de las siguientes acciones:

- Fortalecer la capacitación que se brinda al personal en cuanto al modo de conducirse hacia los huéspedes
- Guiar a los clientes y usuarios en el llenado de formatos de registros, check in (chequeo de entrada), check out (chequeo de salida), así como también en lo que se refiere a reservaciones.
- Atender con amabilidad las preguntas e inquietudes de los usuarios.
- Mejorar los protocolos de recepción de huéspedes, considerando los requerimientos del mismo en cuanto a la información necesaria para su facturación, información de horarios de servicios o eventos, entre otros.

#### **Estrategia 2: Fiabilidad**

- Mejorar la presentación de los formatos de estados de cuenta y facturas que se entregan a los huéspedes.
- Mantener los equipos de computación renovados y con el mantenimiento adecuado con el fin de que no haya retrasos por mal funcionamiento.
- Reportar el estado de cuenta al huésped una noche previa a su salida para que revise a detalle los movimientos de su cuenta, reduciendo así los tiempos de espera en la recepción.
- Planificar los check out en diferentes horarios para los usuarios, mejorando el servicio y la atención adecuada a cada cliente.

#### Estrategia 3: Seguridad

- Dar capacitación al personal de recepción acerca de los procesos y procedimientos de la empresa.
- Estandarizar un procedimiento de acción a implementarse en caso de queja o malestar por causa de un servicio lento o mal proporcionado.
- Elaborar los perfiles de puestos de trabajo, que sirvan como base para la realización de futuras contrataciones del personal

#### Estrategia 4: Tangibilidad

- Trabajar constantemente en la redistribución de espacios para hacerlos más cómodos y confortables para los usuarios. Además de crear el factor sorpresa en aquellos clientes que son recurrentes.
- Mejorar la disponibilidad de la tecnología, en cuanto a zonas de Wifi libre, escaneo de código de barras, entre otros.

## Estrategia 5: Empatía

- Considerar con suficientes días de anticipación las habitaciones que requieran de especificaciones especiales.
- Tener alternativas de respuesta en caso de no contar con habitaciones que hayan requerido los clientes, considerando como cortesía descuentos en servicios adicionales a la estadía.
- Establecer una política de respuesta ante inquietudes presentadas por los clientes.
- Desarrollar e implementar formatos de quejas y sugerencias que ayuden a la retroalimentación y mejora del servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. (2006). El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica.

Caracas, Editorial Episteme.

Balestrini, M. (1997). Cómo se elabora el Proyecto de Investigación. Editorial BL

Consultores Asociados. Caracas. Venezuela.

Benítez, J. (2010) La Calidad del Servicio en la industria Hotelera. Universidad de las

Palmas de Gran Canaria.

Cantú, H. (2005). Desarrollo de una Cultura de Calidad. McGraw-Hill Interamericana.

México.

Chiavenato, I. (1999), Administración de Recursos Humanos. Quinta Edición. McGraw-

Hill

González, L. (2020), La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los

consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa

2018. Universidad Tecnológica del Perú.

Hernández, R. y Otros (2006). Metodología de la Investigación. Cuarta Edición,

McGraw-Hill, México. .

Horovitz, J. (1991) La calidad del servicio. McGraw-Hill, México. .Hurtado, J. (2002). El

proyecto de investigación: Metodología de la investigación holística. Caracas:

Ediciones Quirón.

- Juran, J. (1990). Juran y la planificación para la calidad. Ediciones Díaz de Santos.  
Madrid, España:
- Meza, B. (2018). Programa de mejoramiento continuo de la calidad de servicio del transporte de carga Aresan, C.A. Municipio Valencia, estado Carabobo.  
Universidad de Carabobo Venezuela.
- Millán, J. (2019), Evaluación de la Calidad de Servicio en el Hotel el Golf. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo
- Núñez, T. (2015) Estrategias Gerenciales para mejorar la calidad del servicio de atención al cliente en supermercados. Caso: PDVAL, Ciudad Tabacares, Barinas.  
Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora"
- Parella (2006). Metodología de la Investigación. Pie de Imprenta, Caracas; Venezuela.
- Peraza, R. (2018). Sistema de Gestión del Proceso de la Calidad de Servicio en la Atención y Nivel de Satisfacción del Productor en el Fondo para el Desarrollo Agrario Socialista (Fondas) Estado Lara
- Requena, M. (2007). Calidad de Servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-percepción de empresas de captación de talentos. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Rivera, M. (2019) Calidad de servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora. Universidad Nacional de Piurria, Perú.
- Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. México, D.F., Limusa.  
Noriega Editores

Vásquez, N. (2019). Calidad de Servicio en una empresa Distribuidora de Ferretería.

Universidad de Carabobo.

. Zeithaml, V. (1992) La calidad cuenta en los servicios también. BussinesHorizons

## **ANEXOS**

**ANEXO A**  
**INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**Apreciado Sr. / Sra.:**

Usted ha sido seleccionado para responder este cuestionario, el cual tiene como finalidad recolectar información para presentar el trabajo de investigación titulado: **MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A.**, el cual es un requisito para optar al título de Ingeniero Industrial

La información que usted suministre es de carácter confidencial y anónimo, la cual será utilizada con fines académicos y de investigación.

Este instrumento consta de 10 ítems de 5 alternativas de respuesta, las cuales se describen a continuación:

Siempre (S)	Casi Siempre (CS)	A Veces (AV)
Casi Nunca (CN)	Nunca (N)	

**Instrucciones:**

- Lea cuidadosamente cada uno de los planteamientos antes de responder.
- Seleccione la alternativa de su preferencia, marque con una X.
- Responda todos los planteamientos con la mayor objetividad y sinceridad.
- En caso de duda, diríjase al encuestador

Ítem	Indicador	Descripción	Alternativas				
			S	CS	AV	CN	N
1	Confiabilidad	El servicio prometido por el hotel se cumple con exactitud					
2		Si se presenta un problema, la empresa muestra interés de dar con la solución					
3	Responsabilidad	Existe disposición de los empleados hacia sus clientes					
4		La rapidez y la agilidad son parte del servicio ofrecido por el empleado					
5	Seguridad	Los empleados con su comportamiento generan confianza a los clientes					
6		Los clientes sienten seguridad con la empresa al realizar transacciones					
7	Empatía	Los empleados atienden de forma individual a cada cliente					
8		Los empleados buscan lo mejor para los intereses del cliente					
9	Bienes materiales o tangibles	Las instalaciones del hotel son cómodas y atractivas.					
10		El hotel cuenta con equipos y tecnología de apariencia moderna					

**ANEXO B**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**EVALUACIÓN DEL EXPERTO**

**Evaluación General**

1. Usted, como jurado examinado, considera que los ítems que se plantean en el instrumento se relacionan con los objetivos de la investigación. Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
2. Para usted, las preguntas planteadas miden la variable de estudio, a través de sus indicadores planteados. Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
3. En su opinión, ¿El instrumento está elaborado en función de determinar el objetivo del estudio? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
4. Observaciones:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Yo, \_\_\_\_\_, titular de la Cedula de Identidad N° \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_, doy fe de que lleve a cabo el juicio como experto al cuestionario diseñado por el bachiller Diego Armando García Camargo C.I: 26.591.222 la investigación titulada: **MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A.**

Firma del Experto: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**  
**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**EVALUACIÓN DEL EXPERTO**

**Evaluación General**


1. Usted, como jurado examinado, considera que los ítems que se plantean en el instrumento se relacionan con los objetivos de la investigación. Si  No
2. Para usted, las preguntas planteadas miden la variable de estudio, a través de sus indicadores planteados. Si  No
3. En su opinión, ¿El instrumento está elaborado en función de determinar el objetivo del estudio? Si  No
4. Observaciones:

---



---

Yo, Javier Mazzey, titular de la Cedula de Identidad N° 11.319.775, de Profesión: Ingeniero Mecánico, doy fe de que lleve a cabo el juicio como experto al cuestionario diseñado por el bachiller Diego Armando García Camargo C.I: 26.591.222 la investigación titulada: **MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A.**

Firma del Experto:  Fecha: 10/06/2022



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**  
**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**EVALUACIÓN DEL EXPERTO**

**Evaluación General**

1. Usted, como jurado examinado, considera que los ítems que se plantean en el instrumento se relacionan con los objetivos de la investigación. Si  No
2. Para usted, las preguntas planteadas miden la variable de estudio, a través de sus indicadores planteados. Si  No
3. En su opinión, ¿El instrumento está elaborado en función de determinar el objetivo del estudio? Si  No
4. Observaciones:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Yo, Larry Alberto Araujo Lara, titular de la Cedula de Identidad N°13.238.875, de Profesión: Ingeniero Industrial, doy fe de que lleve a cabo el juicio como experto al cuestionario diseñado por el bachiller Diego Armando García Camargo C.I: 26.591.222 la investigación titulada: **MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A.**

Firma del Experto:

Fecha: 13-05-2022

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**Apreciado Trabajador:**

Usted ha sido seleccionado para responder este cuestionario, el cual tiene como finalidad la recolección de información para presentar el trabajo de investigación titulado: **MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL PLAZA LAS ACACIAS, C.A.**, el cual es un requisito para optar al título de Ingeniero Industrial

La información que usted suministre es de carácter confidencial y anónimo, la cual será utilizada con fines académicos y de investigación.

Este instrumento consta de 10 ítems de 5 alternativas de respuesta, las cuales se describen a continuación:

Siempre (S)	Casi Siempre (CS)	A Veces (AV)
Casi Nunca (CN)	Nunca (N)	

**Instrucciones:**

- Lea cuidadosamente cada uno de los planteamientos antes de responder.
- Seleccione la alternativa de su preferencia, marque con una X.
- Responda todos los planteamientos con la mayor objetividad y sinceridad.
- En caso de duda, diríjase al encuestador.

Ítem	Indicador	Descripción	Alternativas				
			S	CS	AV	CN	N
1	Confiabilidad	El servicio prometido por el hotel se cumple con exactitud					
2		Si se presenta un problema, la empresa muestra interés de dar con la solución					
3	Responsabilidad	Existe disposición de los empleados hacia sus clientes					
4		La rapidez y agilidad son parte del servicio ofrecido por el empleado					
5	Seguridad	Los empleados con su comportamiento generan confianza a los clientes					
6		Los clientes sienten seguridad con la empresa al realizar transacciones					
7	Empatía	Los empleados atienden de forma individual a cada cliente					
8		Los empleados buscan lo mejor para los intereses del cliente					
9	Bienes materiales o tangibles	Las instalaciones del hotel son cómodas y atractivas.					
10		El hotel cuenta con equipos y tecnología de apariencia moderna					

## Operacionalización de la Variable

**Tabla 1**

*Mapa de Variables*

<b>Objetivo General</b>	Proponer un plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.			
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>
Diagnosticar la calidad de servicio del Hotel Plaza Las Acacias, C.A.	Calidad de Servicio	Factores	Confiabilidad	1, 2
			Responsabilidad	3, 4
			Seguridad	5, 6
			Empatía	7, 8
			Bienes materiales o tangibles	9, 10
Identificar los componentes críticos de la calidad servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.				Dependerá de los resultados alcanzados en el Objetivo Especifico N°1
Diseñar el plan de estrategias para la mejora de la calidad de servicio en el Hotel Plaza Las Acacias, C.A.				

Fuente: García, D. (2022)

**ANEXO C**  
**CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	$\Sigma$
<b>1</b>	3	5	2	4	4	4	3	5	4	5	87
<b>2</b>	4	5	4	1	5	5	5	5	4	4	101
<b>3</b>	5	3	2	3	5	5	5	5	4	5	96
<b>4</b>	5	3	3	3	5	3	4	3	4	4	88
<b>5</b>	2	5	2	2	4	3	4	5	5	4	89
<b>6</b>	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	88
<b>7</b>	2	5	2	4	5	3	4	3	5	5	97
<b>8</b>	3	5	1	2	3	3	3	3	3	3	77
<b>9</b>	5	5	3	2	3	4	4	3	1	3	86
<b>10</b>	4	2	3	1	3	3	3	3	3	3	82
$\Sigma$	95	63	55	50	72	83	96	80	78	80	<b>1869</b>
<b>X</b>	4,7	3,1	2,6	2,6	3,7	3,7	3,8	3,5	3,4	4	<b>92</b>
<b>S</b>	0,5	1,2	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	0,9	1,4	0,7	<b>23</b>
<b>S<sup>2</sup></b>	0,2	1,5	0,7	0,8	0,7	0,5	0,6	0,8	1,8	0,5	<b>22,3</b>