

**UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Administración de Empresas



**Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en  
empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu**

(Artículo Científico-Trabajo de Graduación)

Julissa Rubí Sánchez González

Guatemala, marzo 2020

**Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en  
empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu**  
(Artículo Científico-Trabajo de Graduación)

Julissa Rubí Sánchez González

Lic. Adolfo Quan Pacheco (**Asesor**)

Mtr. Emerson Antonio Corrales Lara (**Revisor**)

Guatemala, marzo 2020

**AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

**M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus**

Rector

**Dra. Alba Aracely Rodríguez de González**

Vicerrectora Académica

**M. A. César Augusto Custodio Cobar**

Vicerrector Administrativo

**EMBA. Adolfo Noguera Bosque**

Secretario General

**AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz**

Decano

**Lic. Oscar Miguel Calderón de León**

Coordinador

Guatemala, 31 de abril de 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autora del Artículo científico titulado **“Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu”** y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autora del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy la única responsable de su contenido.

Atentamente,



Julissa Rubí Sánchez González

Licenciatura en Administración de empresas

Carné No.: 1122551

REF.: C.C.E.E.L.CPA. -PS.011-2019  
SEDE COATEPEQUE

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
GUATEMALA, 02 DE OCTUBRE DEL 2019  
ORDEN DE IMPRESIÓN

**Tutor:** Lic. Adolfo Quan Pacheco  
**Revisora:** Lic. Emerson Antonio Corrales Lara  
**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas

**Artículo Científico titulado:** "Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu"

**Presentado por:** Julissa Rubí Sánchez González

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

**En el grado de:** Licenciada

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz  
Decano  
Facultad de Ciencias Económicas



Coatepeque, 03 de abril de 2019

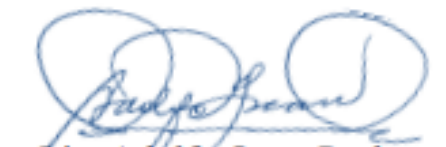
Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente

Estimados señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado: "Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu", realizado por Julissa Rubí Sánchez González, carné 1122551, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana

De acuerdo con lo anterior extendiendo por este medio dictamen aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Adolfo Quan Pacheco  
Colegiado Activo 12595

Guatemala, 30 de mayo de 2019

Señores  
**Facultad de Ciencias Económicas**  
Universidad Panamericana  
Ciudad

Estimados señores:

En relación al artículo científico titulado: "**Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu**", realizado por Julissa Rubí Sánchez González, carné 1122551, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Emerson Antonio Corrales Lara  
Colegiado Activo 13,036

## **Dedicatoria**

### **A Dios**

Por ser mi guía, ser la fuente de fortaleza y sabiduría para lograr las metas en esta etapa de mi vida.

### **A mis padres**

Por su amor, trabajo y sacrificio de todos éstos años. Por todo su apoyo moral y espiritual a lo largo de mi carrera. Fueron mi apoyo en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

### **A mis hermanos**

Por su apoyo incondicional en todo el proceso de mi carrera, por sus consejos y oraciones a mi vida.

### **A mi hija**

Por ser mi fuente de inspiración para lograr terminar mi carrera. Porque a su corta edad me ha enseñado tantas cosas de la vida. Valentina fuiste mi motivación más grande para llegar al final de mi carrera.



# Contenido

	<b>Página</b>
<b>Abstract</b>	i
<b>Introducción</b>	ii
<b>1. Metodología</b>	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	4
1.3 Objetivos de la investigación	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Definir el tipo de investigación	5
1.4.1 Investigación descriptiva	5
1.5 Sujeto de investigación	5
1.6 Alcance de la investigación	6
1.6.1 Temporal	6
1.6.2 Geográfico	6
1.7 Definición de la muestra	6
1.7.1 Empleo muestra finita	7
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	7
1.9 Recolección de datos	8
1.10 Procesamiento y análisis de datos	8
<b>2. Resultados</b>	
2.1 Presentación de resultados	10
<b>3. Discusión y conclusiones</b>	
3.1 Extrapolación	25
3.2 Hallazgos y análisis general	28
3.3 Conclusiones	30

**4. Referencias** 31

**5. Anexos** 32

## **Abstract**

En el presente documento se investigó cómo influye la calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes, en San Martín Zapotitlán, Retalhuleu. Para lo cual se tomó una muestra poblacional de 93 huéspedes que adquieren los servicios de hostelería en: Hostales del IRTRA –Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala- Hotel y Restaurante Xetumuli. Fidelizar a los clientes brindando un servicio que supere cualquier expectativa es el objetivo de muchas empresas hosteleras.

Mediante la entrevista y encuesta se determinó que la calidad en el servicio es determinante para fidelizar a los clientes; y para ello la actitud, la capacidad de respuesta, la confianza, los elementos tangibles y la seguridad son elementos esenciales para hacer efectiva esa ansiada calidad en el servicio. Todos estos elementos de la calidad en el servicio influyen de forma estratégica con la fidelización de los clientes.

## **Introducción**

La satisfacción del cliente es un tema que ha cobrado suma importancia en todo ámbito comercial, más si de prestación de servicios se trata. Es por ello que la industria hostelera no se ha podido quedar estancada y se enfoca en generar estrategias que fidelicen las preferencias del cliente, para ello la calidad en el servicio es una estrategia poderosa para lograr esa ansiada fidelidad. En el siguiente documento se presenta un estudio realizado en el tema: -Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de hostelería, de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu- estructura de la siguiente forma:

En el primer capítulo se presenta la metodología, definiciones relacionadas al tema de estudio, así como también los objetivos planteados para el logro de la investigación, también se encuentra el tipo de investigación y se describen los sujetos de estudio que fueron clave fundamental para realizar la conclusión de la presente investigación. Asimismo, contiene la muestra poblacional utilizada para la recolección de datos en la encuesta realizada a los huéspedes de los dos hoteles sujetos de investigación.

Seguidamente en el segundo capítulo, se puede observar de una forma gráfica los resultados obtenidos y se muestran reflejadas en tablas de vaciado y los gráficos correspondientes con su respectivo análisis.

Por ultimo en el tercer capítulo se expone la extrapolación realizada con documentos similares al que se investigó. Asimismo se presentan los hallazgos y análisis en general descubiertos en la investigación y al final las conclusiones que arrojó la investigación del tema investigado. Aunado a eso la bibliografía y los anexos de la investigación.

# Capítulo 1

## Metodología

### 1.1. Planteamiento del problema

En los últimos años la industria hostelera se ha posicionado como uno de los sectores más relevantes y con mayor incidencia en el ámbito empresarial de la República de Guatemala, generando ingresos, empleo y desarrollo debido al gran auge que ha alcanzado. Muchas empresas de hostelería han nacido a la vida comercial y compiten día a día generando estrategias competitivas para atraer clientes interesados en adquirir sus servicios.

El turismo es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio. (<https://concepto.de/turismo/#ixzz5oD6YaFZo>. Recuperado: 04.02.2019)

El turismo ha tenido mucha incidencia en el desarrollo socioeconómico; cada vez son más las personas que desean salir a descansar y distraerse en un lugar donde puedan despejar su mente y dejar por unos días los quehaceres cotidianos de la vida.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

(<https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>. Recuperado: 12.02.2018)

Las empresas hosteleras utilizan estrategias que son clave para atraer clientes; para algunos autores “la estrategia de una compañía consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio” (Arthur, Thompson, Gamble, Peteraf y Strickland III, (2012, p.4).

Un hostel que presta un servicio de calidad atraerá a sus clientes y es más posible que los huéspedes cuando deseen adquirir una vez más éstos servicios no regresen solos, puesto que su buena experiencia vivida hará que recomiende ese hostel, para que sus familiares y amigos lo visiten también; por el contrario si el servicio prestado no fue del agrado de los huéspedes es seguro que no recomiende los servicios que el hostel presta y perderá a las personas que un día los visitó y a los que pudo referir si hubiesen llenado sus expectativas de la calidad en el servicio. Y es que al hablar de calidad en el servicio abarca, desde la calidad de las instalaciones (buen estado de la infraestructura, pintura, ambientación de interiores, entre otros), así como la calidad del servicio de cara al cliente: (presentación del empleado, cortesía, amabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, confiabilidad, disposición, empatía, entre otros.) así como también la diversidad, sabor y presentación de los platillos.

Los servicios son básicamente intangibles. Son experiencias más que objetos, se hace difícil establecer especificaciones precisas que permitan estandarizar su calidad. Los criterios que usan los usuarios para evaluarlas pueden ser muy complejos y difíciles de establecer con precisión. Expectativas, en relación a 14 elementos que forman parte de la calidad de servicio en los restaurantes excelentes:

1. Equipos de apariencia moderna
2. Instalaciones visualmente atractivas
3. Apariencia de los empleados
4. Higiene y limpieza
5. Ambiente agradable
6. Interés en solucionar los problemas de los clientes
7. Realización del servicio bien la primera vez

8. Disposición a ayudar a los clientes
9. Rapidez en el servicio
10. Transmisión de confianza a los clientes
11. Amabilidad
12. Conocimientos suficientes de los empleados
13. Atención individualizada
14. Comprensión de las necesidades específicas de los clientes.

(<http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-130-1996-pag71-85-76488.pdf>.

Recuperado: 17.02.2019)

En algunas empresas de hostelería no existe estandarización de servicios y productos, no poseen certificaciones de calidad en sus procesos, no ofrecen ventajas competitivas sustentables que puedan fidelizar a los clientes, aludiendo que para el cliente cualquier detalle, por muy simple que se vea o parezca, cuenta. Las nuevas tendencias en los servicios hosteleros vienen acompañadas por las exigencias de los clientes que demandan esfuerzos continuos que obligan a las empresas hosteleras a ofrecer nuevos servicios y productos enfocados en la calidad y satisfacción del cliente, esto en consecuencia trae consigo la fidelización de los mismos.

Las empresas hosteleras basan sus esfuerzos estratégicos en generar ventajas competitivas sustentables; Arthur, Thompson, Gamble, Peteraf y Strickland III (2012) mencionan:

Una empresa obtiene una ventaja competitiva sustentable cuando satisface las necesidades de los consumidores con mayor eficiencia o eficacia que sus rivales, y cuando la base para ello es duradera a pesar de los esfuerzos de sus competidores por igualar o sobrepasar esta ventaja. (p.5)

Al no centrar los servicios en los clientes no se llenan sus expectativas, pues no se logra generar una experiencia positiva en el cliente debido a que no se brinda un servicio de calidad y esto podría traer como resultado la pérdida o abandono de los clientes y en consecuencia el deterioro de la imagen de la empresa.

Bastos (2006) sostiene:

La fidelización del cliente es una tarea vital importancia para la supervivencia de la empresa. El cliente fidelizado proporciona estabilidad a la empresa, que puede organizar mejor su contabilidad e inversión, arriesgando en menor medida, ya que es más fácil establecer objetivos realistas. La fidelización sirve a las organizaciones para elevar el nivel de servicio en relación con sus competidores. (p.14)

Para abarcar a profundidad ésta investigación es necesario delimitar el problema que en sí se desea investigar, ya que son muchos los hoteles y restaurantes que se encuentran en toda la costa sur del departamento de Retalhuleu, es por ello que para la presente investigación se eligió a los hostales que se encuentran en San Martín Zapotitlán, Retalhuleu.

## 1.2 Pregunta de investigación

Para llevar a cabo ésta investigación es necesario plantear la siguiente interrogante: ¿Qué influencia tiene la calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de Hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu?

## 1.3 Objetivos de investigación

Para lograr la investigación es necesario definir objetivos que conlleven a la realización de ésta de forma clara y alcanzable.

### 1.3.1 Objetivo general

Determinar la influencia que tiene la calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de Hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu.



### 1.3.2 Objetivos específicos

1. Determinar la influencia que tiene la empatía en la calidad en el servicio como estrategia para fidelizar los clientes, en hostales de San Martín Zapotitlán Retalhuleu
2. Determinar la influencia que tiene la capacidad de respuesta en el servicio como estrategia para fidelizar los clientes, en hostales de San Martín Zapotitlán Retalhuleu
3. Determinar cómo influye la confiabilidad como estrategia para la fidelización de los clientes en los hostales de San Martín Zapotitlán
4. Determinar cómo influyen los elementos tangibles en el servicio como estrategia para fidelizar los clientes, en hostales de San Martín Zapotitlán Retalhuleu
5. Determinar cómo influye la seguridad como estrategia para la fidelización de los clientes en los hostales de San Martín Zapotitlán

### 1.4 Definición del tipo de investigación

Existen muchos tipos de investigación según el nivel de profundización en el objetivo de estudio; para la presente investigación el tipo de investigación que se utilizó fue la investigación descriptiva.

#### 1.4.1 Investigación descriptiva

Para comprender con amplitud la definición de investigación descriptiva Arias (2012), menciona “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. (p.24). Éste es el tipo de investigación que se plantea en la investigación realizada, ya que solo se observó y describió lo revelado en el campo de estudio.

### 1.5 Sujeto de investigación

Para ésta investigación se utilizaron los siguientes sujetos de investigación:

- Gerentes y administradores de los hostales a investigados: que aportaron valiosas contribuciones para realizar la investigación, ya que por ser conocedores de las exigencias de sus clientes dieron importantes aportes para efectuar investigación

- Clientes: Fueron sujeto de estudio, ya que éstos son los que al final validan los servicios prestados en cada hostel que visitan, la información que éstos nos brindaron fue clave para ejecutar la investigación.

## 1.6 Alcance de la investigación

### 1.6.1 Temporal

Ésta investigación se llevó a cabo a partir del mes de octubre de 2018 y finalizó en el mes de abril de 2019.

### 1.6.2 Geográfico

Ésta investigación se llevó a cabo en hoteles y restaurantes ubicados en el municipio de San Martín Zapotitlán, departamento de Retalhuleu de la República de Guatemala

## 1.7 Definición de la muestra

El universo que se tomó para la investigación fue con relación a la capacidad de número de huéspedes que lo hoteles encuestados de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu poseen. Éste universo no superó los 30,000 es por ello que la fórmula que se utilizó en la muestra es finita.

<b>Nomenclatura</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valores</b>
N	Tamaño de la población	2974
Z	Nivel de confianza	0.674
P	Probabilidad de éxito	0.5
Q	Probabilidad de fracaso	0.5
E	error	0.06

Sustitución de datos:

$$n = \frac{2974 * 0.674^2 * 0.5 * 0.5}{0.06^2 * (2974 - 1) + 0.674^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1002.24}{10.82} = 93$$

### 1.7.1 Empleo muestra finita

Para ésta investigación se utilizó un censo para determinar la cantidad de administradores o dueños de los hostales que fueron objeto de estudio. Muestra finita para los clientes, ya que se contó con un número exacto de huéspedes por cada hostel sujeto de estudio de la presente investigación.

## 1.8 Definición de los instrumentos de investigación

Existen diferentes tipos de investigación, refiriéndose a la entrevista, según Cerda, (1991):

La entrevista es una conversación que tiene un propósito definido, y este propósito se da en función del tema que se investiga. En general se plantea como un proceso de transacción de dar y recibir información, de pregunta-respuesta, de emisor receptor, hasta alcanzar los objetivos que se propongan los investigadores. (p 259)

Los instrumentos de estudio que se utilizaron en la presente investigación fueron los siguientes:

- Para Administradores o dueños: se utilizó la entrevista, ya que al ser menor en número, el tiempo que tomó realizarla no fue extenso, en tanto que dio lugar a profundizar y se pudo ahondar el tema.
- Para los clientes se realizó encuestas, ya que al ser un número mayor la encuesta es idónea para este tipo de población, por otra parte favorece al encuestador, pues muchas personas se rehúsan a ciertos instrumentos de investigación por ser tediosos y cansados; la encuesta es un instrumento de investigación rápida y aportó aspectos que se deseaban conocer para concluir la investigación realizada

La encuesta fue el instrumento de investigación que se utilizó para determinar las opiniones de la muestra representativa de la población. La muestra representativa constó de 93 encuestas giradas en los dos hostales que fueron sujetos de estudio de la presente investigación, siendo éstos: los Hostales del IRTRA y Restaurante Xetumuli. También se utilizó la entrevista como instrumento de investigación dirigida al gerente de alimentos y bebidas y a la gerente de división cuartos de hostales del IRTRA; así como también a la encargada del Hotel Xetumuli.

### 1.9 Recolección de datos

La recolección de datos se refiere al uso de técnicas y herramientas que el investigador utiliza para obtener la información que da solución al problema planteado. Esta recolección es dirigida por el investigador. Como se hizo mención en el punto anterior, las herramientas más utilizadas para obtener la información es la encuesta, la entrevista, la observación; para este caso como se justificó por el segmento de mercado a evaluar y la información que se necesita se optó por la encuesta y entrevista.

La recolección de datos se realizó para sustentar el conocimiento del tema en mención y al procesarlo llegar a determinar las interrogantes que se tenían al iniciarlo. Es muy importante mencionar que la información obtenida y sus resultados pueden ser verificables para darle validez al instrumento. Se debe realizar en un período de tiempo determinado para delimitar los alcances y tomar en cuenta las ventajas y desventajas que cada instrumento pueda presentar. La recolección de datos brinda la aproximación a la realidad más cercana de la información que se quiere obtener.

### 1.10 Procesamiento y análisis de datos

Una de las partes medulares y más importantes de la investigación, se puede obtener la información, pero si no se tiene de una manera ordenada, clara y precisa no se podrá analizar. La información puede estar desorganizada, sin conclusión, lo que no permitirá llegar a la esencia de la misma. Para poder procesar la información se necesita conocer medios como tabulación, el análisis y la interpretación de los datos para lo cual se requieren métodos estadísticos.

Se puede decir que el procesamiento y análisis de datos, es la parte final del método estadístico, el cual siguió diferentes pasos, dentro de los cuales se mencionan los siguientes:

- Muestreo
- Diseño de instrumentos
- Recopilación de datos
- Presentación de resultados
- Análisis de resultados
- Obtención de hallazgos
- Extrapolación de hallazgos
- Conclusiones relacionadas al objeto de la investigación

## Capítulo 2

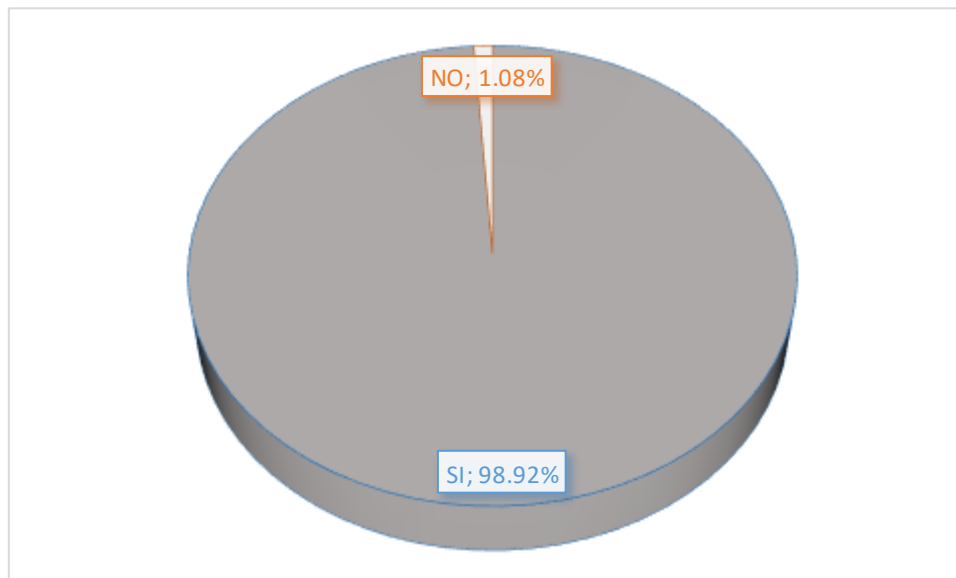
### Resultados

#### 2.1. Presentación de resultados

Se presentan los resultados conforme a las encuestas que fueron giradas a la población sujeto de estudios de la presente investigación.

#### Gráfica No. 1

¿La actitud que demuestra el colaborador al momento de brindarle servicio influye en su satisfacción como cliente?

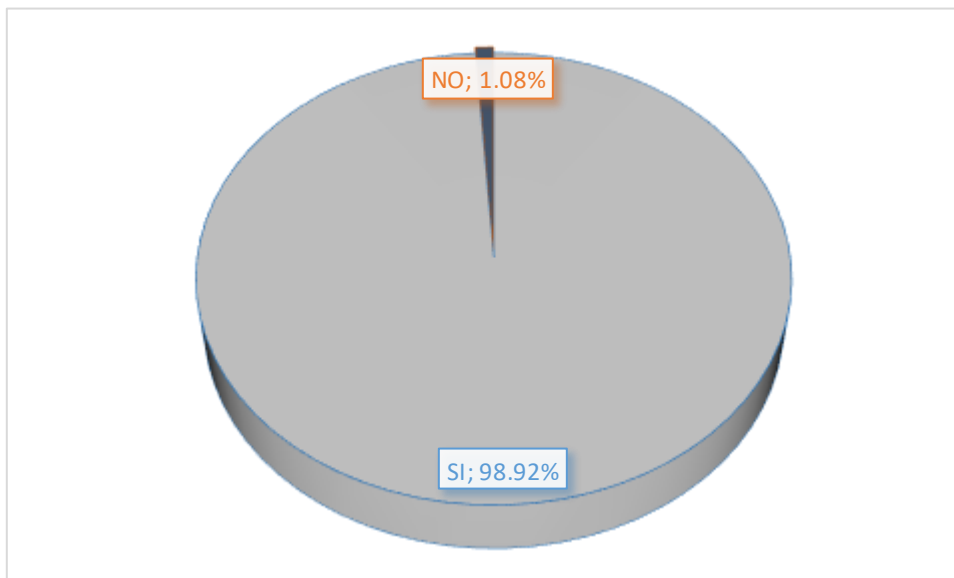


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: Al darle respuesta a ésta pregunta el 98.92% de los encuestados respondieron que sí influye en su satisfacción como cliente la actitud del colaborador al momento de brindarle servicio; por el contrario, el 1.08% de los encuestados respondió que la actitud del colaborador no influye en su satisfacción como cliente al momento de brindarle servicio.

## Gráfica No. 2

¿Cuándo le atienden con una sonrisa y amabilidad es más fácil sentirse identificado con la empresa?

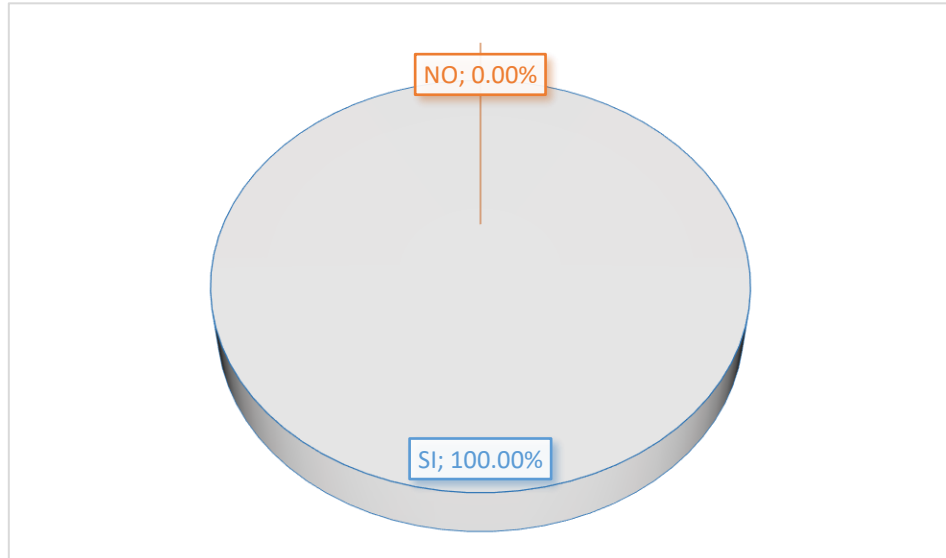


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: En ésta interrogante los encuestados respondieron que sí se sienten identificados con la empresa cuando le atienden con una sonrisa y amabilidad representando con un 98.92%, su respuesta por encima del 1.08% de los encuestados que respondieron que una sonrisa y amabilidad no es un motivo para que se sientan identificados con la empresa.

### Gráfica No. 3

¿La atención brindada es un factor que influye al momento de tomar la decisión de volver al lugar?



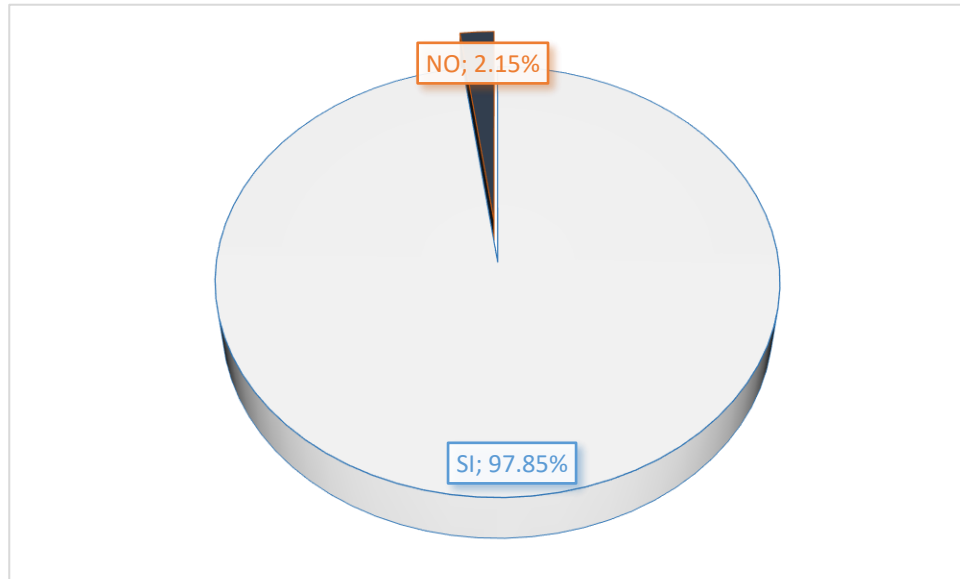
Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: Al hacer ésta pregunta a las 93 personas que fueron sujeto de la muestra poblacional de la investigación el 100% de éstas respondieron que la atención brindada sí es un factor que influye al momento de tomar la decisión de volver al lugar.



#### Gráfica No. 4

¿Cuándo le brindan atención inmediata a sus necesidades se siente importante?

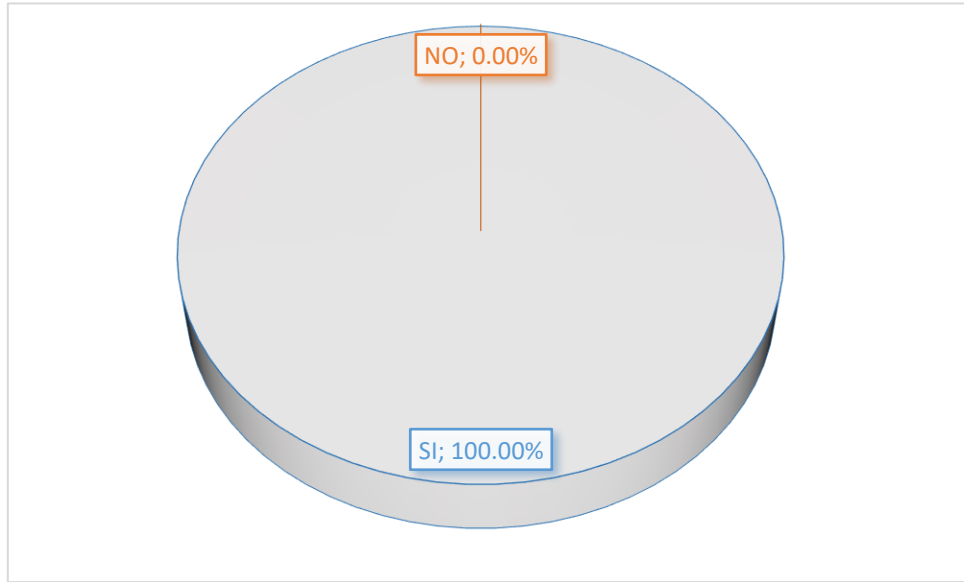


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: De las personas entrevistadas el 97.85% respondió que sí se siente identificada con la empresa cuando le brindan atención inmediata a sus necesidades; por el contrario el 2.15% de los encuestados respondió que no se siente importante cuando la empresa le brinda atención inmediata a sus necesidades.

### Gráfica No. 5

¿Al momento de darle solución a sus demandas se identifica con la empresa que le brinda el servicio?

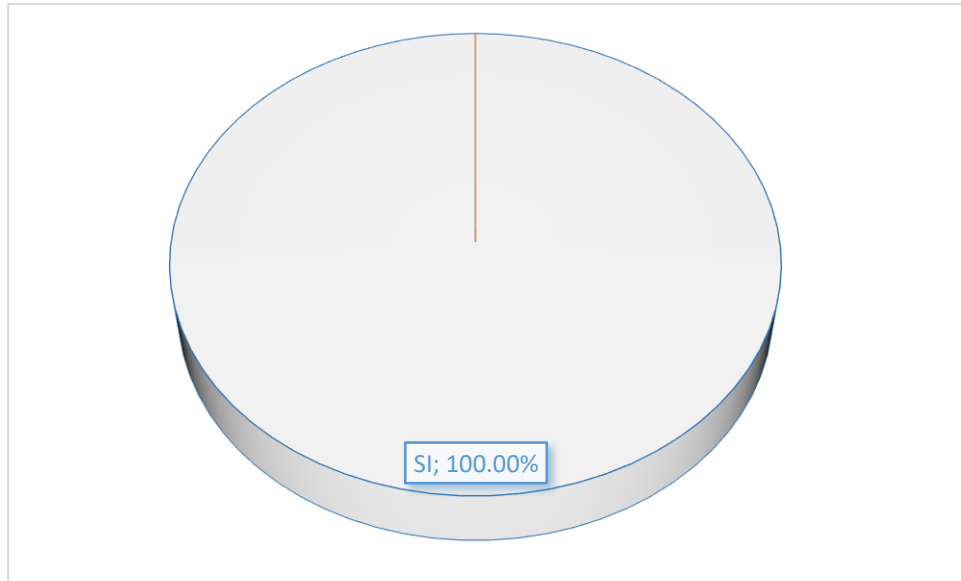


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: En la siguiente gráfica se aprecia que el 100% de los encuestados respondieron que sí se sienten identificados con la empresa que les brinda el servicio al momento de darles solución a sus demandas.

### Gráfica No. 6

¿Su fidelidad a la empresa se fortalece cuando los colaboradores le brindan atención y soluciones de forma inmediata a sus demandas?

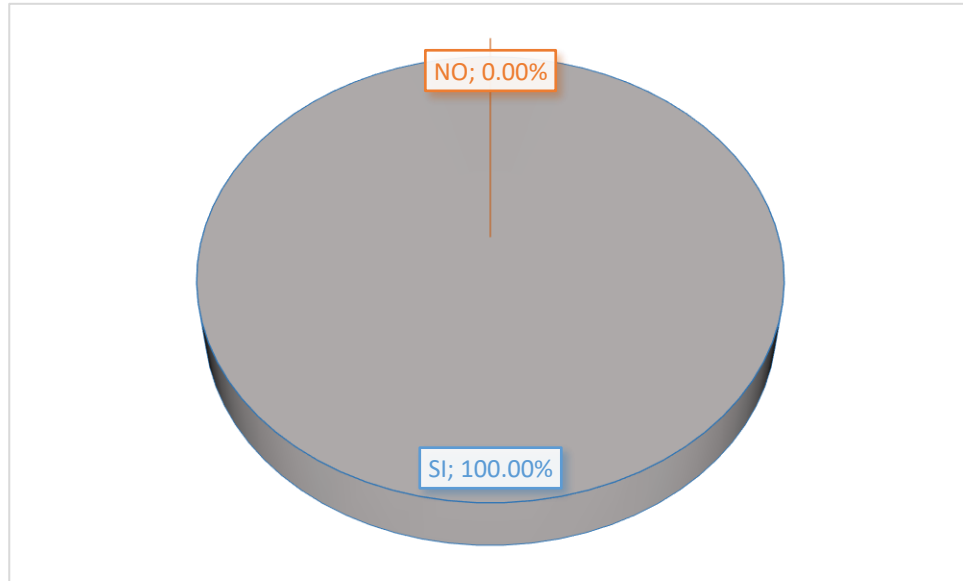


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: En ésta pregunta de la encuesta el 100% de los encuestados respondió que la fidelidad hacia la empresa sí se fortalece cuando los colaboradores le brindan atención y soluciones de forma inmediata a sus necesidades.

### Gráfica No. 7

¿Cuándo le brindan la confianza y la satisfacción que usted busca en un servicio, estaría dispuesto a regresar a adquirir los servicios de la empresa?

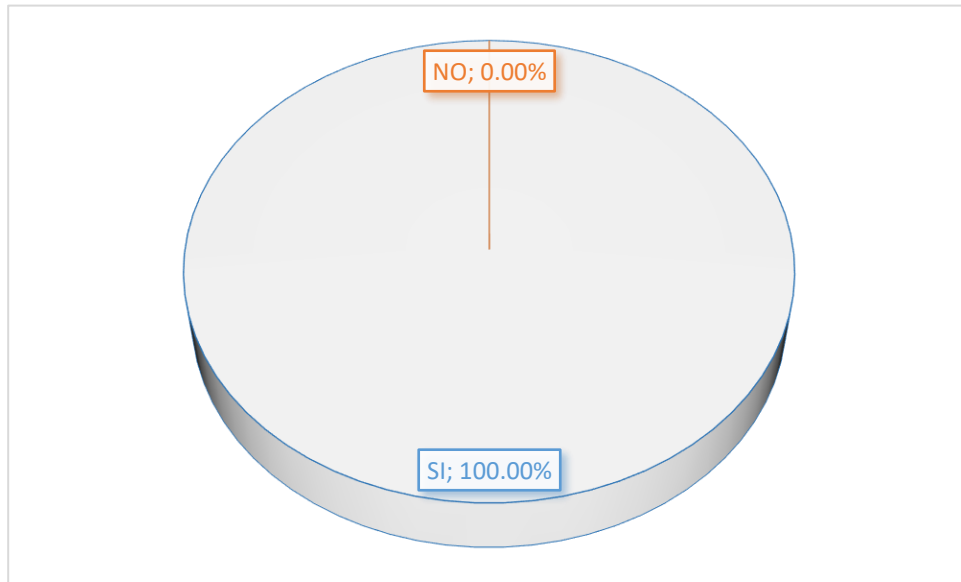


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: En ésta interrogante el 100% de los encuestados afirmaron en una totalidad del 100% que cuando le brindan la confianza y la satisfacción que buscan en un servicio sí están dispuestos a regresar a adquirir los servicios de la empresa.

### Gráfica No. 8

¿Se siente identificado con la empresa cuando los servicios como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros; se proporcionan de la mejor manera?

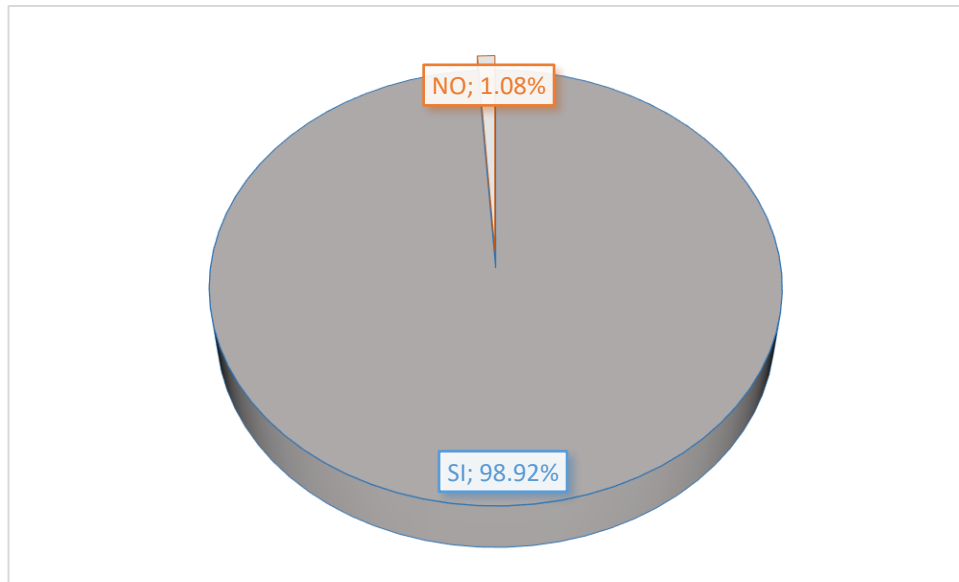


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: El 100% de los encuestados manifestó que sí se sienten identificados con la empresa cuando los servicios como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros se proporcionan de la mejor manera.

### Gráfica No. 9

¿Considera que los servicios tales como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros; son elementos importantes para su satisfacción?

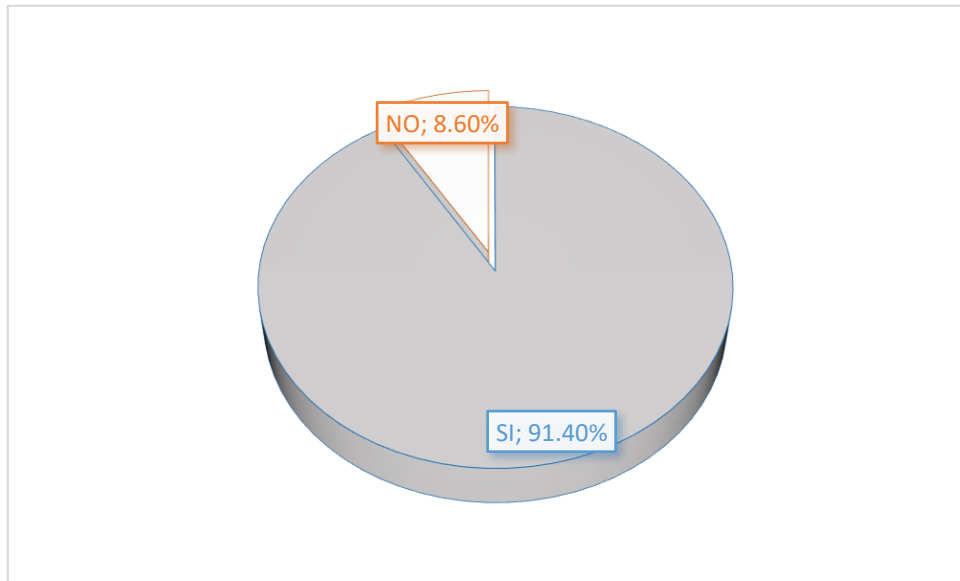


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: del 100% de los encuestados, el 98.92% de la población respondió que los servicios tales como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos entre otros sí son elementos importantes para su satisfacción, mientras que el 1.08% de los encuestados respondió que los servicios tales como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos entre otros no son elementos importantes para su satisfacción.

### Gráfica No. 10

¿Considera que su fidelidad hacia la empresa depende en parte a sus servicios tales como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros?

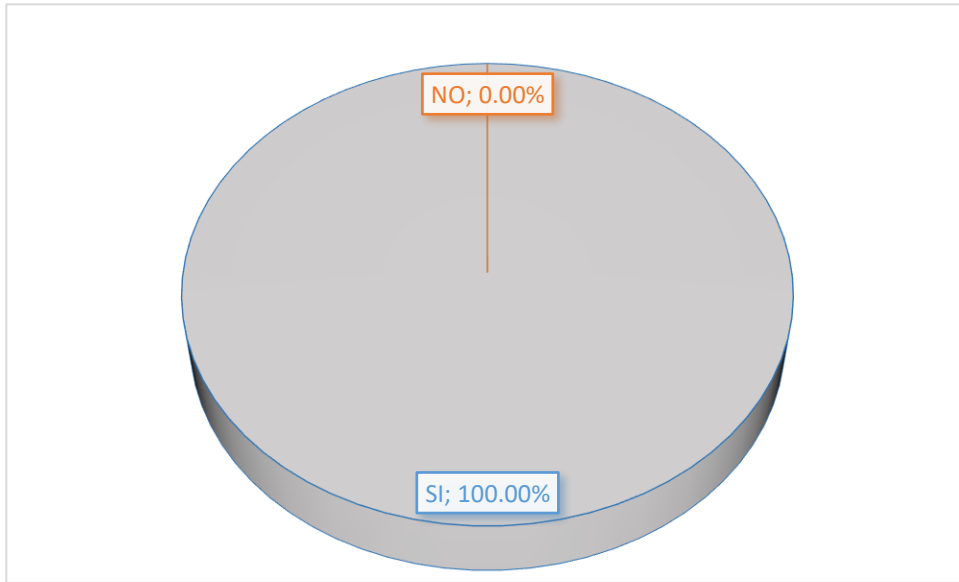


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: El 91.40% de los encuestados respondió que su fidelidad hacia la empresa sí depende en parte a sus servicios tales como: Aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros; asimismo se aprecia que el 8.60% de los encuestados respondió que su fidelidad hacia la empresa no depende en parte por sus servicios tales como: Aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros.

### Gráfica No. 11

¿Se siente identificado con la empresa cuando vela por su seguridad y privacidad de la mejor manera posible?



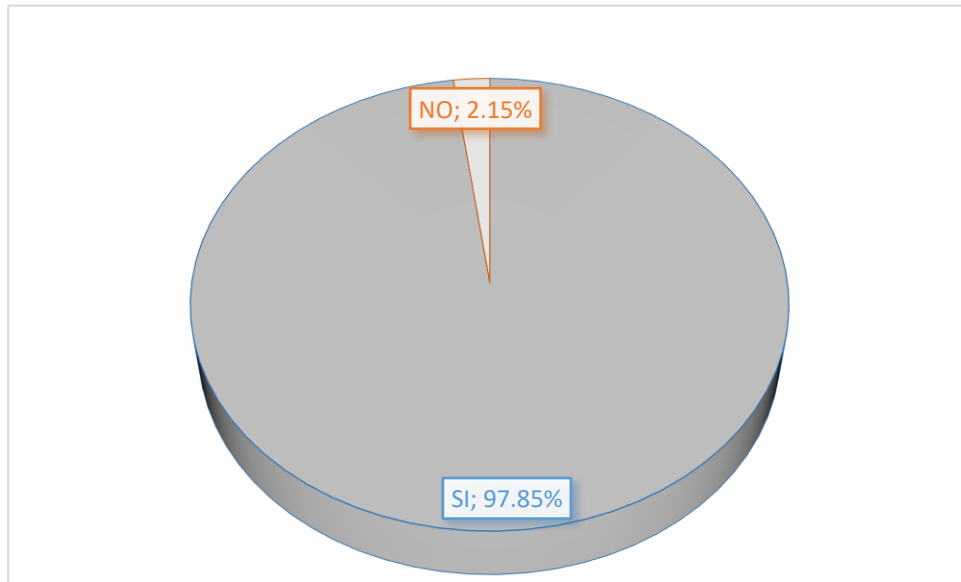
Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: En ésta pregunta el 100% de los encuestados respondieron que sí se sienten identificados con la empresa cuando vela por su seguridad y privacidad de la mejor manera posible. Por lo que comprende que la seguridad es un factor al que los huéspedes le toman importancia y en esto depende en parte su fidelidad al hostel.



## Gráfica No. 12

¿Considera que su fidelidad hacia la empresa depende en parte por la seguridad y privacidad que le brinda?

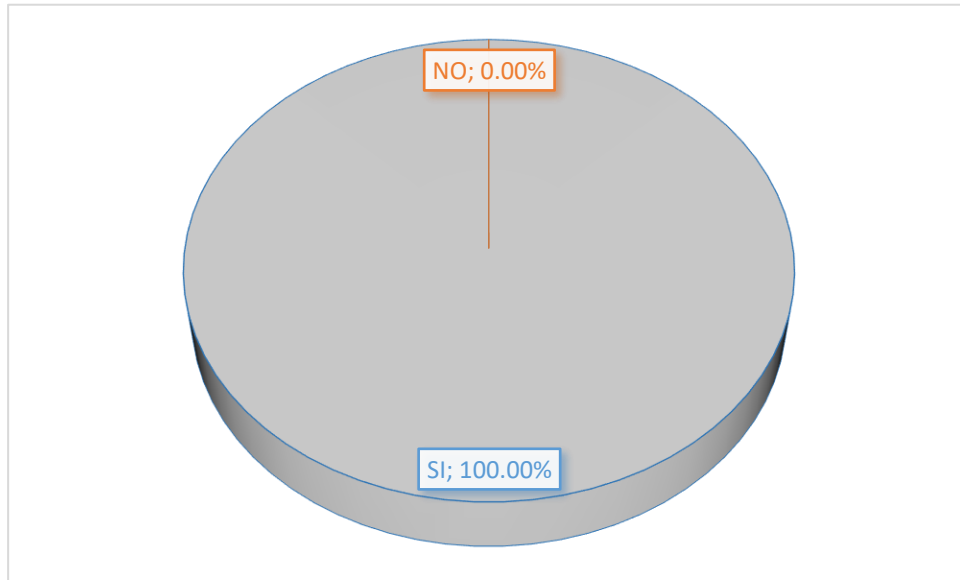


Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: en ésta interrogante planteada el 97.85% de los encuestados respondió que su fidelidad hacia la empresa depende en parte por la seguridad y privacidad que le brinda; mientras que el 2.15% de los encuestados respondió que su fidelidad hacia la empresa no depende en parte por la seguridad y privacidad que le brinda.

### Gráfica No. 13

¿Considera que la seguridad y privacidad son elementos importantes para su satisfacción?



Fuente: elaboración propia 2019.

Análisis: el 100% de la muestra poblacional encuestada respondió que la seguridad y privacidad sí son elementos importantes para su satisfacción. Lo que denota que la seguridad en los hostales investigados es del total agrado de los huéspedes y esto viene a representar un alto grado de satisfacción para ellos.

Objetivo específico No.1	Respuestas de los entrevistados
<p>Determinar la influencia que tiene la empatía en la calidad en el servicio como estrategia para fidelizar los clientes, en hostales de San Martin Zapotitlán Retalhuleu.</p>	<p>La actitud es un impacto en cualquier ámbito; en servicio da la posibilidad de mostrar de una manera positiva todas las cualidades con las que se puede agradar al cliente. Es una decisión responsable. Influye en tener más clientes porque el huésped complacido recomendará a familiares y amigos -publicidad de boca en boca- Además hace sentir respaldado, comprometido y satisfecho de que realicen de forma correcta su trabajo, ya que los clientes hacen que las empresas crezcan. La atención que se brinda debe ser respaldada con el conocimiento, la actitud correcta y la asesoría efectiva. Son factores para que el cliente vuelva. Un cliente satisfecho siempre volverá porque lo han hecho sentir importante.</p>
Objetivo específico No.2	Respuestas de los entrevistados
<p>Determinar la influencia que tiene la capacidad de respuesta en el servicio como estrategia para fidelizar los clientes, en hostales de San Martin Zapotitlán Retalhuleu.</p>	<p>Se siente satisfecho, les encanta que exista el interés por apoyar sus necesidades; toda persona atendida de inmediato se siente bienvenida e importante. Al ser atendido de forma correcta se siente como en su casa, reacciona con agrado; es lo menos que puede expresar. Se fortalece la confianza hacia la empresa pues siempre es tomado en cuenta y no ignorado. Clientes satisfechos, huéspedes que son frecuentes gracias a las buenas atenciones brindadas por los trabajadores.</p>

Objetivo específico No.3	Respuestas de los entrevistados
Determinar cómo influye la confiabilidad como estrategia para la fidelización de los clientes en los hostales de San Martín Zapotitlán.	La confiabilidad influye de manera significativa porque esa confianza hace sentirse identificado con la empresa.
Objetivo específico No.4	Respuestas de los entrevistados
Determinar cómo influyen los elementos tangibles en el servicio como estrategia para fidelizar los clientes, en hostales de San Martín Zapotitlán Retalhuleu.	Un cliente se sentirá siempre satisfecho al recibir las comodidades básicas y si recibe un valor agregado se sentirá con el deseo de volver. Es de alta importancia porque no se trata solo de comer; y estar satisfecho con los alimentos que se venden también tiene que haber ambientes cómodos y seguros. Influye muchísimo porque vienen pagando para recibir un servicio de calidad y no un servicio a medias. Son factores de servicio crítico en los cuales se debe poner mucha importancia para que siempre sean de alta calidad. Estos aspectos la empresa está bien pero eso no significa que no se pueda mejorar, ya que cada día se van innovando los servicios hacia los huéspedes.
Objetivo Especifico No.5	Respuestas de los entrevistados
Determinar cómo influye la seguridad como estrategia para la fidelización de los clientes en los hostales de San Martín Zapotitlán	El impacto es positivo y reafirma la confianza y lealtad hacia los servicios prestados; en esto se abarca: seguridad de sus pertenencias, seguridad en los alimentos y seguridad de instalaciones. - Es algo que se debe cuidar mucho porque los clientes merecen seguridad y privacidad cuidando su tranquilidad y descanso. El cliente se siente seguro y fiel a la empresa, siendo un factor importante para mantener un cliente feliz.

## **Capítulo 3**

### **Discusión y conclusiones**

#### **3.1 Extrapolación**

En la presente investigación científica se pretende determinar la influencia que tiene la calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de Hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu, mediante la realización de un proceso de encuestas a una muestra de clientes que utilizan este tipo de servicios y después de haber tabulado los resultados, se discutieron los hallazgos encontrados con mayor relevancia de la siguiente manera:

Hernández (2015) indica:

En la actualidad existe una gran competencia en los mercados, la realidad es similar tanto a nivel internacional, nacional y local, este panorama hace necesario que las empresas vean el lado intangible del intercambio comercial, es decir la calidad del servicio; una empresa referente a nivel internacional es el gran imperio de fantasía Walt Disney, el fundador de esta dijo: -Hagas lo que hagas, hazlo tan bien para que vuelvan y además traigan a sus amigos- este precursor de la calidad del servicio nos hace ver de manera clara que se tiene una oportunidad para cautivar al cliente y con ello conseguir el efecto multiplicador. (p.15)

Ésta frase es interesante ya que si la competencia ofrece los mismos productos, precios e infraestructura similar, la manera de conseguir la fidelidad de los clientes es mediante la calidad del servicio. Como se puede visualizar tanto en éste documento como en el que se estudió en este documento la atención en un servicio siempre está orientada a los clientes quienes son al final los que aprueban o no los servicios, tomando en cuenta la competencia que siempre estará ahí para luchando por ocupar también un lugar en el mercado y en la mente del cliente.

Sovero & Suarez (2015) donde indican:

Tenemos en cuenta que un factor importante para la fidelidad de los clientes es la Calidad de servicio; ya que, una buena calidad de servicio al cliente no sólo construye la lealtad, sino que, casi garantiza la viabilidad de la empresa en el mercado diverso y competitivo de hoy. El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. La calidad en el servicio al cliente es fundamental hoy en día para ofrecer un buen servicio y un buen producto al cliente, para ello es necesario conocer la importancia de la calidad en el servicio y las exigencias del cliente aplicando las estrategias de los distintos tipos de servicio. Dentro de una empresa que cuenta con un área de ventas exitosa, debe predominar ante todo una excelente actitud de servicio. Este es uno de los principales factores que el cliente tiende a evaluar al momento de acercarse a una empresa para satisfacer sus necesidades. Es cuando se dan cuenta de que las personas que los atienden tienen un interés legítimo en resolverles el problema que en ese momento los aqueja. (p.17 y 18)

En éste artículo también se puede observar que la calidad en el servicio es eje central para el logro de la fidelización de clientes. El servicio de cara al cliente es primordial para que los clientes se fidelicen a su empresa. En éste documento resalta una vez más la calidad en el servicio como arma poderosa para la ansiada fidelización de los clientes; y es que fidelizar al cliente debe ser prioridad en toda empresa.

Valderrama (2017) refiere:

Para que una empresa logre sobresalir y tomar la delantera se ha considerado muy importante el logro de la calidad en los servicios, sobre todo cuando existen empresas dedicadas al mismo comercio y los clientes tienen más oportunidades para elegir. Por ello, es que las empresas buscan mejorar de forma continua el servicio teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, ya que son al final quienes optan por elegir al mejor. El autor de este punto aduce que la importancia se puede guiar mediante algunos aspectos: En primera instancia, la competencia es más dura y el elemento que emplean las empresas para

diferenciarse es ofertar productos con un valor agregado, logrando así cierta ventaja frente a los competidores.

Por otro lado, los clientes cada vez son más exigentes, ya no solo basta ofrecer un bajo precio o un producto de calidad, también se debe brindar una buena atención en un entorno agradable, respuesta rápida a sus consultas, un servicio personalizado y rápido, de manera que, se tenga un cliente satisfecho y debido a esto recomiende a los demás, de no ser así es más seguro que el cliente no se exprese bien y más probable que no lo vuelva a visitar a la empresa proveedora del servicio. Por último, es importante tener en cuenta ciertas deficiencias para mejorar primero cada una de ellas y obtener una ventaja competitiva. (p. 23 y 24)

Es necesario hacer fuerza con estrategias que logren obtener ventajas competitivas con respecto a la competencia y para ello la calidad en el servicio es una estrategia que no falla para combatir con la competencia y lograr clientes fidelizados.

Álvarez (2013) expone:

Cuando se trata del ámbito hotelero se debe decir que lo importante es satisfacer a los clientes con el afán de fidelización, tratando de sostener a mediano y largo plazo la venta de los servicios y por ende la rentabilidad del sector, no obstante por esto se sabe que la calidad es la medida por la cual las empresas hoteleras del mundo entero satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes turistas, si bien las expectativas son una cuestión individual de cada persona, se trata de los aspectos materiales y funcionales que posea el servicio. Es por ello que la labor hotelera constituye un reto para toda empresa del sector en cuanto a desarrollar una tarea que asegure que dichos servicios sean percibidos por todos los clientes conforme a los que los pueda satisfacer. El objetivo de la actividad hotelera es sin duda poder cumplir con la exigencia de los clientes turistas, para fidelizarlos, por lo que necesitan un modelo para poder llevar a cabo la persecución a este objetivo fundamental (p.3 y 4)

En éste documento también centran la atención en la fidelización de cliente como estrategia, tal es el caso de la investigación que se presenta en éste documento, y es que toda empresa se debe a los clientes, las empresas hosteleras se esfuerzan de forma constante en brindar una experiencia que supere cualquier expectativa, en virtud que los cliente bien atendidos regresan y regresan con más clientes.

### 3.2 Hallazgos y análisis general

La calidad en el servicio es un factor que para los clientes es crucial al momento de elegir dónde hospedarse, e incluso volver o no al lugar donde le fueron prestados los servicios con anterioridad. En una empresa hostelera la empatía que el colaborador manifieste al cliente es un factor importante; para los huéspedes la actitud que demuestran los colaboradores al momento de brindarle el servicio es valioso para su satisfacción como cliente, es mínimo el porcentaje de clientes que manifiesta que la actitud no influye en su satisfacción en el servicio. La actitud y la atención brindada a los huéspedes influyen de manera significativa en la fidelidad que el cliente pueda tenerle a la empresa que le brinda el servicio de hostelería. La capacidad de respuesta que se le pueda brindar al huésped es de mucha importancia ya que al momento de brindarle atención y solución inmediata a sus necesidades el cliente se siente importante y a la vez se identifica con la empresa que le brinda el servicio; así lo manifestó el mayor porcentaje de los encuestados.

Al mismo tiempo se identificó que la fidelidad se fortalece debido a que se está llenando con las expectativas que se esperaba de parte de la empresa hostelera. El huésped espera llegar y que el personal sea atento y dispuesto, que le resuelva dudas con respecto al hostel y que lo haga de la mejor manera posible. La confianza es un aspecto de suma importancia para los que buscan alojamiento en un hostel; si la empresa que presta el servicio hostelero le brinda confianza al huésped se comprobó que el cien por ciento está dispuesto a volver al lugar en una próxima ocasión, y no volverán solos, traerán a sus familiares y amigos para que también visiten el lugar.

Los elementos tangibles juegan un papel importante al momento de fidelizar clientes; el huésped se siente identificado con la empresa cuando los servicios como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos se les proporcionan de la mejor manera posible, todo los



huéspedes desean descansar y disfrutar teniendo a su alcance todas las comodidades posibles, para hacer que su estancia sea acogedora y placentera.

La seguridad y privacidad es un factor determinante para que el huésped tome la decisión de volver al lugar. Cuando la empresa vela por la seguridad de sus huéspedes su fidelidad se fortalece, ya que saben que su seguridad en ese hostel está resguardada. Puede conducirse tranquilo por el lugar sabiendo que se preocupan por su seguridad y privacidad de la mejor manera posible. Todos estos aspectos en conjunto hacen que en un hostel se brinde un servicio de calidad; cuando el huésped piensa en estos aspectos que llenan sus expectativas de servicio de forma rápida viene a su mente el hostel que lo satisface de la mejor manera; con esto la empresa ya ocupa el primer lugar en la mente del cliente y por consecuencia lo tiene fidelizado.

### 3.3 Conclusiones

- La calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de clientes en empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán influye de forma total en la satisfacción-fidelidad de los clientes. Desde el punto de vista de todos los encuestados brindar un servicio de calidad es vital para fidelizar sus gustos y preferencias
- La empatía influye de gran forma en la calidad en el servicio como estrategia para fidelizar a los clientes en las empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu, todos los encuestados respondieron de forma positiva a la interrogante planteada que le dio respuesta a éste factor de la calidad en el servicio. Para los clientes la empatía influye para fidelizar sus preferencias
- La capacidad de respuesta influye en la calidad en el servicio como estrategia para fidelizar a los clientes en las empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu. Desde el punto de vista de los encuestados la capacidad de respuesta influye de forma efectiva en para el logro de su fidelidad
- Según la totalidad de los huéspedes encuestados, la confianza es un factor de calidad que en parte determina su fidelidad hacia las empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu
- La respuesta positiva fue alta al momento de responder que los elementos tangibles como estrategia influyen para la fidelización de servicios, según los clientes encuestados de las empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán, Retalhuleu
- De acuerdo a los datos recopilados, la seguridad como estrategia para fidelizar a los huéspedes es un aspecto de suma importancia e influye para el logro de la fidelización de clientes en las empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán

## Referencias

### 4.1. Bibliográficas

1. Arthur A, Thompson., John E, Gamble., Margareth, A, Peteraf., A, J, Strickland III., (2012). *Administración estratégica*. México. McGraw-Hill/Interamericana: Editores, S.A. de C.V
2. Bastos. (2006). *Fidelización del cliente*. España: Ideaspropias Editorial.
3. Cerda, H. (1991). *Elementos de la investigación*. Bogotá: El Búho.

### 4.2. Digitales

5. Estudios turísticos. (2018, 10 de diciembre). *Evaluación de la calidad de servicio en hostelería*. Recuperado de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-130-1996-pag71-85-76488.pdf>
6. OMT. (2018, 14 de diciembre). *El turismo: un fenómeno económico y social*. Recuperado de <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
7. Sovero & Suarez. (2019, 14 de marzo). *La calidad de servicio y su influencia en la fidelidad de los clientes, caso Contacom Sic E.I.R.L. En Huancayo Metropolitano – 2014*. Recuperado de <https://docplayer.es/96049979-La-calidad-de-servicio-y-su-influencia-en-la-fidelidad-de-los-clientes-caso-contacom-sic-e-i-r-l-en-huancayo-metropolitano-2014.html>
8. Turismo: Concepto, Tipos y características. (2018, 16 de diciembre). *Turismo*. Recuperado de <https://concepto.de/turismo/#ixzz5oD6YaFZo>
9. Valderrama. (2019, 26 de marzo). *Calidad de servicio y la fidelización de los clientes de la empresa de bienes y servicios para el hogar S.A.C*. Recuperado de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_39670ae33e087d55d3520e0964b3e02c](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_39670ae33e087d55d3520e0964b3e02c)

## **Anexos**

## Anexo 1. Modelo de la encuesta



**Universidad Panamericana**  
**Sede Coatepeque**  
**Licenciatura en Administración de Empresas**

### Boleta de Encuesta

**Tema de Investigación “Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán”**

INDICACIONES: por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad y honestidad, la información obtenida en la presente encuesta servirá únicamente para hacer un ejercicio académico que brindará datos esenciales para la elaboración de un artículo científico, de la carrera de licenciatura en Administración de Empresas, de la Universidad Panamericana, Sede Coatepeque, año 2019.

Instrumento dirigido a los huéspedes de la empresa: Hostales del Irtra, San Martín Zapotitlán Retalhuleu.

1. ¿La actitud que demuestra el colaborador al momento de brindarle servicio influye en su satisfacción como cliente?

SI

NO

2. ¿Cuándo le atienden con una sonrisa y amabilidad es más fácil sentirse identificado con la empresa?

SI

NO

3. ¿La atención brindada es un factor que influye al momento de tomar la decisión de volver al lugar?

SI

NO

4. ¿Cuándo le brindan atención inmediata a sus necesidades se siente importante?  
SI  NO
5. ¿Al momento de darle solución a sus demandas se identifica con la empresa que le brinda el servicio?  
SI  NO
6. ¿Su fidelidad a la empresa se fortalece cuando los colaboradores le brindan atención y soluciones de forma inmediata a sus demandas?  
SI  NO
7. ¿Cuándo le brindan la confianza y la satisfacción que usted busca en un servicio, estaría dispuesto a regresar a prestar los servicios de la empresa?  
SI  NO
8. ¿Se siente identificado con la empresa cuando los servicios como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros; se proporcionan de la mejor manera?  
SI  NO
9. ¿Considera que los servicios tales como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros; son elementos importantes para su satisfacción?  
SI  NO
10. ¿Considera que su fidelidad hacia la empresa depende en parte a sus servicios tales como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros?  
SI  NO
11. ¿Se siente identificado con la empresa cuando vela por su seguridad y privacidad de la mejor manera posible?  
SI  NO
12. ¿Considera que su fidelidad hacia la empresa depende en parte por la seguridad y privacidad que le brinda?  
SI  NO
13. ¿Considera que la seguridad y privacidad son elementos importantes para su satisfacción?  
SI  NO



**Anexo 2. Modelo de la entrevista**  
**Universidad Panamericana**  
**Sede Coatepeque**  
**Licenciatura en Administración de Empresas**

**Boleta de entrevista guiada**

Tema de investigación: **“Calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de hostelería de San Martín Zapotitlán”**

Dirigida a: Autoridades Administrativas de Hostales del Irtra, San Martín Zapotitlán Retalhuleu.

**I. Datos de Control:**

1. Entrevistador: \_\_\_\_\_
2. Hora de la entrevista: \_\_\_\_\_
4. Persona entrevistada y cargo que ocupa en la empresa  
\_\_\_\_\_
5. Lugar y fecha de la entrevista:  
\_\_\_\_\_

**II. Preguntas respecto a: ¿cómo influye la calidad en el servicio como estrategia para la fidelización de los clientes en empresas de hostelería?**

1. ¿Cómo influye la actitud que demuestra el colaborador al momento de brindarle servicio en la satisfacción del cliente?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. ¿Cómo se siente cuándo el colaborador atienden al cliente con una sonrisa y amabilidad?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. ¿Cómo influye la atención brindada al momento de tomar la decisión de volver al lugar?

---

---

4. ¿Cómo se siente cuándo le brindan atención inmediata a sus necesidades?

---

---

5. ¿Cuál es su reacción del cliente al momento de darle solución a sus demandas?

---

---

6. ¿Qué cambios hay en la fidelidad hacia la empresa cuando los colaboradores le brindan atención y soluciones de forma inmediata a sus demandas?

---

---

7. ¿Cuál es su opinión hacia la empresa cuando el personal de la empresa le brinda la confianza y la satisfacción que busca en un servicio?

---

---

8. ¿De qué manera se siente el cliente con la empresa cuando los servicios como: aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros; se proporcionan de la mejor manera?

---

---



9. ¿Qué importancia le dan los clientes a los servicios tales como: aire, acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros?

---

---

10. ¿Cómo considera los servicios de aire acondicionado, infraestructura, variedad de platillos, entre otros, para el desarrollo de la fidelidad?

---

---

11. ¿Cómo se siente el cliente con la empresa cuando ésta vela por su seguridad y privacidad de la mejor manera posible?

---

---

12. ¿Cuál es el impacto en la fidelidad que tienen los clientes hacia la empresa cuando se vela por la seguridad y privacidad que le brinda?

---

---

13. ¿Cómo considera la seguridad y privacidad para la satisfacción de los clientes?

---

---

### Anexo 3

Fotografía 1. Uno de los hoteles del Irtra



Fuente: elaboración propia

Fotografía 2. Uno de los restaurantes de hostales del Irtra



Fuente: elaboración propia

## Anexo 4

Fotografía 3. Hotel y Restaurante Xetumuli



Fuente: elaboración propia