

ANÁLISIS DE CALIDAD EN EL SERVICIO DE HOSPEDAJE EN LA REGIÓN HUETAR NORTE

Observatorio del Desarrollo Turístico (ObDeTUR)

Programa de Regionalización Interuniversitaria, Consejo Nacional de Rectores

Comisión de Regionalización Interuniversitaria Huetar Norte

**Lady Fernández M.
Uriel Barrantes C.**

Enfoque teórico

La calidad ha dejado de ser una condición intrínseca de los objetos o los procesos y más bien está determinada por la satisfacción del cliente. En el caso de los servicios turísticos, desde la década de los 80s, Parasuraman y asociados han propuesto una metodología para su medición que ha ganado adeptos y se ha enriquecido de varios modos hasta resultar el método prevalente sobre todo en las Américas, cuando se requiere medir la calidad en el servicio.

Su idea central es clara: la calidad del servicio resulta de la satisfacción del cliente por el servicio recibido y la única manera de medir esa satisfacción es comparando la expectativa que el cliente trae por el servicio que va a recibir con la percepción que le queda luego de recibido este. Parasuraman et al (1985, 1988), en su conocido Modelo de las Deficiencias o Discrepancias, enuncian varios factores como los responsables de determinar a la calidad en el servicio, destacándose entre estos a la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de

respuesta, la seguridad y la empatía. En cada una de estas dimensiones es en donde se espera que la discrepancia entre expectativa y percepción desaparezca y del conjunto de respuestas es de donde surge el grado de satisfacción del cliente o calidad en el servicio. Un total de 22 aspectos de las dimensiones mencionadas son los que se evalúan en la forma de cuestionarios que se aplican a un mismo usuario antes y después de recibir los servicios.

Enfoque metodológico

Los cuestionarios de expectativa y percepción se aplicaron en al menos cinco clientes que manifestaron anuencia a participar y que tuvieron la oportunidad de recibir servicios por lo menos por 24 horas. Siempre se cuidó que el cliente que respondía ambos cuestionarios fuera la misma persona y se consideraba como caso válido si se lograba que ambos cuestionarios estuvieran correctamente contestados.

El estudio se realizó en los meses de junio y julio de 2011, en catorce hoteles distribuidos a lo largo de la Región Huetar Norte y para su realización se contrató un equipo de tres personas, profesionales en turismo y a las que se dio la capacitación del caso para realizar el trabajo de campo. (Ver lista de hoteles en tabla y su ubicación en mapa).

Se hizo un análisis consolidado de los catorce casos y este se utilizó como un referente para comparar cada caso individual en relación con el panorama sectorial hallado. En el

presente informe se presentan los principales hallazgos que surgen del análisis consolidado.

Análisis de los resultados

Solamente un 7,1% de los hoteles muestran un cumplimiento del 100% de los aspectos que evalúa el método SERVQUAL (Cuadro 1) aunque casi 65 % de hoteles tienen un cumplimiento entre 72,7 % y 90,1 % de tales aspectos. Es decir, que 72,8 % de la muestra no sale mal librado en los aspectos que este método considera importantes, lo que debe mirarse con un moderado optimismo, porque podría ser mejor si se reconoce que casi un 30 % de los hoteles restantes no satisfacen ni la mitad de los requerimientos que preocupan a Servqual. De hecho, en 7,1 % de los hoteles apenas se alcanza un 36,4 % de cumplimiento en esos aspectos (Cuadro 1).

No obstante, es llamativo que como sector, el conjunto de hoteles analizado sale muy bien librado cuando se compara la expectativa de servicio con la percepción del servicio recibido. Como se ve en la Figura 1, para todas las dimensiones que propone la metodología, la percepción siempre es mayor que la expectativa que el cliente traía, lo que se traduce que los hoteles de la muestra en general lo están haciendo bien porque dieron a sus clientes un poco más de lo que esperaban.

Los temas de seguridad (profesionalismo, cortesía y confianza que proyecta el personal) y fiabilidad (habilidad de prestar el servicio que el

hotel prometió), parecen ser las áreas que más potencial de mejora tienen estos hoteles.

Conclusiones

- La calidad en el servicio de hospedaje en los hoteles de la región Huetar Norte incluidos en la

muestra se considera, en términos generales, buenos.

- De hecho, más de la mitad de estos hoteles cumplen satisfactoriamente más de la mitad de los aspectos Servqual.
- El total de las 22 variables Servqual se fallaron al menos una vez en alguno de los hoteles.

- Individualmente sin embargo, en varios de los hoteles si se detectaron áreas específicas en las que es posible la mejora.
- La metodología Servqual es propicia para ser aplicada en la determinación de la calidad en el servicio de hospedaje en la región.

MATERIAL GRÁFICO

CUADRO 1:

Grado de cumplimiento de las variables SERVQUAL en la muestra de hoteles analizados en la Región Huetar Norte

Hoteles	Grado de cumplimiento (%) de
Cantidad (porcentaje)	variables SERVQUAL
1 (7,1)	100
3 (21,4)	90,1
3 (21,4)	86,4
3 (21,4)	72,7
1 (7,1)	63,6
1 (7,1)	54,6
1 (7,1)	45,4
1 (7,1)	36,4
Total: 14 (100%)	Promedio : 68,7 %

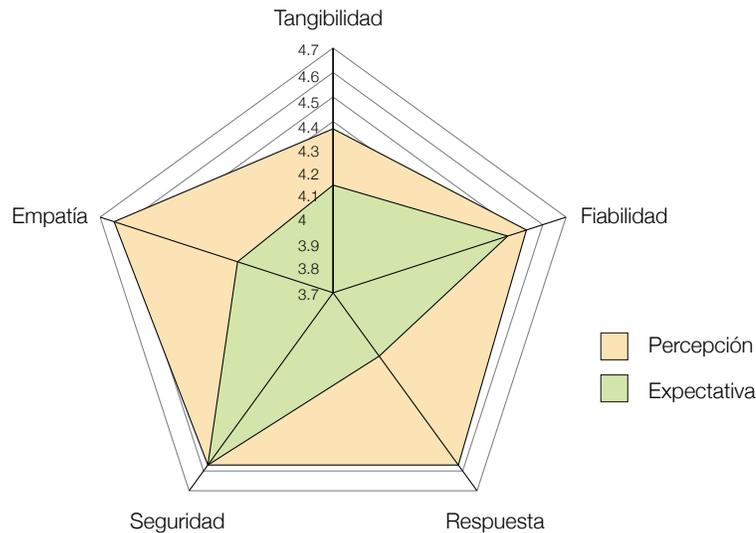


Figura. 1. Percepción y expectativas con los datos consolidados de la muestra de 14 hoteles.

Bibliografía

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. and BERRY, L. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49(4): 42-50.

_____. 1988. SERVQUAL: A multiple items scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. 64(1): 12 – 40.