



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2024,
Volumen 8, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3

**CALIDAD DEL SERVICIO EN DESTINOS
TURÍSTICOS: CASO DE SERVICIOS DE
ALOJAMIENTO EN TLATLAUQUITEPEC,
PUEBLA**

**QUALITY OF SERVICE IN TOURIST DESTINATIONS: CASE
OF ACCOMMODATION SERVICES IN TLATLAUQUITEPEC,
PUEBLA**

Adán Sánchez García

Tecnológico Nacional de México, México

Claudia Hernández Méndez

Tecnológico Nacional de México, México

Álvaro Chávez Galavíz

Tecnológico Nacional de México, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.11505

Calidad del Servicio en Destinos Turísticos: Caso de Servicios de Alojamiento en Tlatlauquitepec, Puebla

Adán Sánchez García¹

adan.sanchez@tlatlauquitepec.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0001-7466-5898>

Tecnológico Nacional de México
Campus Instituto Tecnológico
Superior de Tlatlauquitepec
México

Claudia Hernández Méndez

claudia.hernandez@tlatlauquitepec.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0001-4656-0607>

Tecnológico Nacional de México
Campus Instituto Tecnológico
Superior de Tlatlauquitepec
México

Álvaro Chávez Galavíz

alvaro.chavez@tlatlauquitepec.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0003-2026-2297>

Tecnológico Nacional de México
Campus Instituto Tecnológico
Superior de Tlatlauquitepec
México

RESUMEN

La investigación presentada consistió en valorar la calidad en el servicio de alojamiento, basado en satisfacción de las necesidades y expectativas de los propios clientes. A partir de la investigación documental se define la calidad en servicio, el concepto de alojamiento y la situación del turismo y la hotelería en Tlatlauquitepec, Puebla, con el fin de conocer el devenir y las características del sector hotelero local. La metodología para valorar la calidad de servicio percibida por los clientes se respaldó en la obtención de información, a través de trabajo de campo, para lograr consolidar indicadores sobre confianza, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad en el marco del modelo SERVQUAL. La finalidad del proyecto es generar información para quien toma decisiones en el ramo hotelero local, con el propósito de concientizar sobre las áreas de oportunidad que tienen los servicios de alojamiento.

Palabras clave: Calidad en el servicio, Sector hotelero, Servqual, Turismo local

¹ Autor principal

Correspondencia: adan.sanchez@tlatlauquitepec.tecnm.mx

Quality of Service in Tourist Destinations: Case of Accommodation Services in Tlatlauquitepec, Puebla

ABSTRACT

The research presented consisted of assessing the quality of the accommodation service, based on the satisfaction of the needs and expectations of the customers themselves. Based on the documentary research, the quality of service, the concept of accommodation and the situation of tourism and hospitality in Tlatlauquitepec, Puebla, in order to learn about the evolution and characteristics of the local hotel sector. The methodology for assessing the quality of service perceived by customers, it was supported by obtaining information through fieldwork, to consolidate indicators on empathy, reliability, responsiveness, accountability, and tangibility, within the framework of the SERVQUAL model. The purpose of the project is to generate information for decision-makers in the local hotel industry, with the purpose of raising awareness about the areas of opportunity that accommodation services have.

Keywords: Quality of service, Hotel sector, servqual, Local Tourism

Artículo recibido 20 abril 2024

Aceptado para publicación: 25 mayo 2024



INTRODUCCIÓN

El turismo tiene mucha importancia para la economía local, en Tlatlauquitepec, Puebla la contribución del turismo al PIB municipal rebasa el 10% (DATATUR, 2023); gobierno y sociedad han mostrado interés acerca del turismo como alternativa de impulso al desarrollo local. El distintivo de Pueblo Mágico en 2012 y la difusión en medios de comunicación de atractivos turísticos ha incrementado también el número de visitantes que desean conocer el municipio. Lo que a su vez conlleva a adaptarse y cubrir las necesidades que requieren los turistas, motivando a aumentar la capacidad y calidad hotelera y de servicios conexos.

El proyecto de investigación Calidad del servicio en destinos turísticos: caso de servicios de alojamiento en Tlatlauquitepec Puebla tiene como objetivo valorar la calidad en el servicio de alojamiento al turista, basado en satisfacción de las necesidades y expectativas, para lograrlo es necesario analizar la oferta servicios de alojamiento predominantes en la localidad y determinar en qué medida satisface la demanda de los turistas. Se establece como premisa que el cliente tiende a ser más exigente, esto presiona al incremento de la calidad de los servicios turísticos. La valoración se realiza mediante la calidad percibida de las personas que se hospedaron en un hotel entre los meses de octubre –noviembre 2023, considerando los indicadores de confianza, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad en el marco del modelo SERVQUAL. Al final se busca brindar información a quien toma decisiones trascendentes en el ramo hotelero local, con el propósito de concientizar sobre las áreas de oportunidad que tiene los prestadores de servicios del giro de alojamiento. La mejor manera de medir el beneficio social se refleja en mayor afluencia de clientes y la correspondiente derrama económica entre los involucrados en el proceso de gestión de la calidad.

El trabajo se estructura en seis apartados, siendo el primero una revisión teórica sobre la calidad en el servicio, en el segundo se define el servicio de alojamiento, tomándose como referente la figura del hotel, dejando de lado otras formas de alojamiento, en el tercer apartado se elabora un marco contextual del sector hotelero en México y el estado de Puebla, En un cuarto apartado se expone la situación del turismo y la hotelería en Tlatlauquitepec, Puebla con el fin de caracterizar área de estudio, el devenir y las características del sector hotelero local. En un quinto apartado se



presenta la metodología empleada para la obtención de información y las características del modelo SERVQUAL. Por último se presenta la discusión y resultados del trabajo de campo realizado y las correspondientes conclusiones del trabajo.

La Calidad en el Servicio

La conceptualización de calidad remite al siglo XIX, cuando surge el inspector industrial, encargado de supervisar la efectividad en la elaboración de productos (Cubillos y Rodríguez, 2009). El avance tecnológico favoreció la eliminación de causas que provocaban los defectos, conduciendo a la aparición del control de calidad. La observancia estándares en los requisitos estimuló la creación de la Organización ISO en 1947 que estableció normas estandarizadas que se aplican a los Sistemas de Gestión de Calidad (ISO, 2023). En 1999 el Modelo Europeo de Gestión de Calidad propone que la calidad se consigue con la revelación de lo que el cliente necesita, el cumplimiento es responsabilidad de todos los miembros de la empresa (Martínez, 2008). La exigencia del cumplimiento de requisitos abarca a proveedores de insumos, elaboración del producto o servicio y entrega de estos a los clientes. La Norma ISO 9001-2015 (2015,) relaciona la calidad como un sistema “para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos del cliente”, Ishikawa (1986) considera que “calidad significa calidad del producto”, específicamente, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, la calidad tiene que ver con todo. En opinión de Crosby (1989), la calidad es el “cumplimiento de unas especificaciones dadas”, significa que las mentes brillantes establecen previamente los requisitos.

Por su parte Juran declara que la calidad tiene la propiedad de ser medible, en caso de un producto manufacturado contempla características de desempeño, confiabilidad, durabilidad, facilidad de uso, servicios adicionales, entre otros. En servicio, su medición consiste en la realización a tiempo, integridad, ser amigable y cortés, conocimientos y preparación del servidor (Gryna F., Chua R. y Defeo, J., 2007). La evaluación de la calidad encierra el suministro de insumos, proceso de elaboración y prestación del servicio. Feigenbaum (1983) generaliza, señalando que la calidad es un sistema eficaz de mejora para proporcionar productos y servicios a niveles que permitan la satisfacción del cliente.



El servicio tiene una naturaleza intangible, generalmente no necesitan materias primas físicas, pero si del trabajo humano. Kotler & Lane Keller (2012,) puntualizan que “un servicio se define como cualquier acción o cometido esencialmente intangible que una parte ofrece a otra, sin que exista transmisión de propiedad”. Los servicios poseen las características de intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y caducidad. La intangibilidad implica que los usuarios sacarán sus propias conclusiones del establecimiento, las personas y el precio, es de interés para la empresa comprender cómo perciben sus clientes la calidad que ofrece.

Elaboración y prestación de servicio se producen casi simultáneamente; la interacción del proveedor y cliente influye en diferente grado en el consumo del servicio, como es el caso de los servicios de hospedaje donde los clientes otorgan mucha importancia por quién presta el servicio. La prestación de servicios es variable, dependen de quién lo proporciona, cuándo y dónde se lleva a cabo. Por último, los servicios deben realizarse inmediato, al no poderse almacenar o acumular el disfrute caduca. En conclusión, el servicio es el conjunto de actividades planificadas por una o varias personas, distinguidos por ser intangibles, inseparables, variables y perecederos, que buscan satisfacer las necesidades de un cliente, el cual puede estar vinculado con un producto físico.

Servicio de Alojamiento

El establecimiento más común que proporciona un servicio a las personas que requieran alojarse por un tiempo breve se denomina hotel, se trata de habitaciones que tengan lo necesario para hacer que los visitantes se queden por una noche o incluso por días, los sinónimos de alojar son hospedar o aposentar. Para los fines de esta investigación se tomará como referente de alojamiento el hotel. El hotel comprende el establecimiento “que se dedica profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario” (Mestre, 1999). Los servicios incluidos en los establecimientos, dependerá de los de las decisiones de los propietarios del hotel.

La clasificación de hoteles contempla el entorno y recepción, la habitación, los alimentos y las bebidas, las instalaciones y el mantenimiento de las mismas, la integralidad del servicio en todas las áreas y servicios del hotel como ejes de desempeño para el hotel. El número de estrellas



expresa de modo intuitivo el tipo de oferta que el hotel ofrece, de modo que hoteles con mayores atributos obtienen mayor número de estrellas: una estrella: solo ofrece lo indispensable; dos estrellas, contienen servicios e infraestructura básicos; tres estrellas, suponen instalaciones adecuadas, servicio completo y estandarizado, sin grandes lujos; cuatro estrellas: instalaciones de lujo y servicio superior; cinco estrellas: instalaciones y servicios excepcionales (CESTUR, 2013). La clasificación de los hoteles es de gran importancia para valorar el rendimiento y mejorar la calificación, aún resulta ser de mucha ayuda a las personas que tengan interés para hospedarse y explorar los servicios que tiene cada uno de ellos.

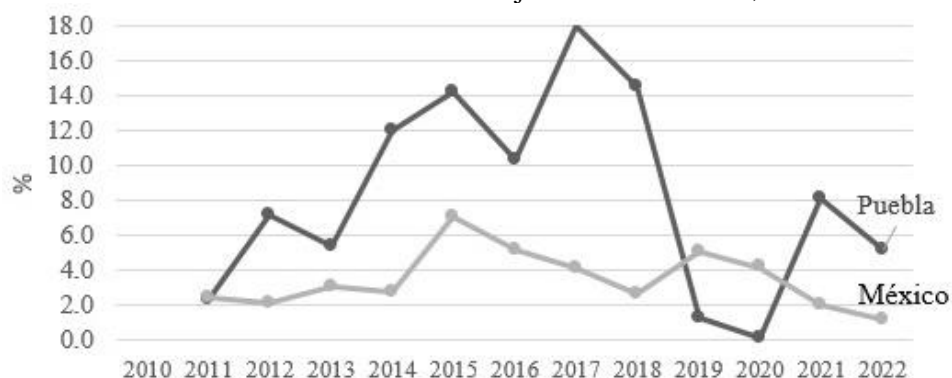
Marco Contextual del Sector Hotelero

El turismo prolifera en el mundo, al tiempo que se diversifica, entre 2010 y 2019 el crecimiento anual promedio de los ingresos por turismo internacional fue de 4.7% (UNWTO, 2021). Una característica distintiva contemporánea radica en que las decisiones de los viajeros se guían cada vez más por lo que averiguan en internet y lo que descubren en redes sociales. La industria hotelera y turística normalmente representa alrededor del 10% del PIB mundial. Sin embargo, en 2020, cuando llegó la pandemia por COVID-19, apenas representó el 5.5 % del PIB mundial. (El economista, 2021). De los 260 millones de turistas que conforman el mercado el 39.4 por ciento se hospedan en hotel, lo que deja una derrama económica aproximada de 215 mil millones de pesos (Gutiérrez, 2022).

En 2019 México ocupó el séptimo lugar como destino turístico. El turismo en el país sustenta su fortaleza en el aprovechamiento de infraestructura, atractivos y servicios al turista, por su parte, el estado de Puebla, para 2018, el PIB turístico representó aproximadamente el 9.1 % del PIB nacional, generando más de 4 millones de empleos, que representa el 8.6% del empleo total (H. Congreso del Estado de Puebla, 2019). Entre 2010 y 2015 los cuartos de hotel en el país tuvieron un crecimiento paulatino y a partir de 2016 comenzó una disminución en el crecimiento de hoteles con un leve aumento en 2019, la caída en el crecimiento de establecimientos se mantiene hasta 2022 (Gráfica 1).



Gráfica 1. Crecimiento de los cuarto de alojamiento en México, 2010-2022



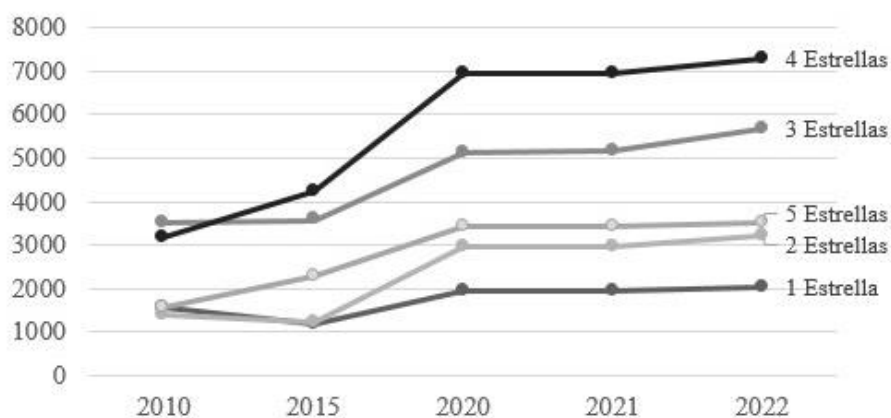
Fuente: DATATUR, 2023

En 2020, la estancia promedio en hoteles y establecimientos similares en México era de 3,3 noches, mientras que en 2015 dicha cifra era cercana a las cuatro noches (Statista Research Department, 2023). En 2020, en la Encuesta Anual de Servicios Privados No Financieros, los establecimientos cuyas actividades se relacionan con el turismo registraron indicadores sensiblemente menores a lo observado el año previo, en términos nominales, los ingresos registraron caídas de hasta 61.8%. El personal ocupado disminuyó 24.2 % en los hoteles con otros servicios integrados; 18.7 % en los centros nocturnos, cantinas y bares (INEGI, 2022). En el caso de Puebla, el crecimiento de cuartos de hotel ha tenido la misma tendencia general que el nacional, es evidente que después del alto crecimiento en 2017 comenzó una caída que se agudizó en 2020 por el efecto de la Pandemia por Covid-19. En el periodo 2010-2022 el número de establecimientos tuvo un crecimiento promedio anual de 8.1%, por su lado el crecimiento de cuartos creció 6.0% en el mismo periodo, cuando a nivel nacional la tasa de crecimiento promedio fue 3.5% y 2.7% respectivamente.

En 2010 la categoría de hoteles de 3 estrellas estaba por encima de las demás categorías, la categoría de 2 estrellas estaba en último lugar en importancia con mínima diferencia entre las categorías de 1 y 5 estrellas. Para 2022 ya se ha redefinido el posicionamiento de las categorías de hoteles; los hoteles de Puebla de han caracterizados por ser mayoritariamente de 4 estrellas, seguidos por los establecimientos de 3 estrellas. Los hoteles de 2 estrellas han crecido y ganado

importancia relativa. No obstante, los hoteles de 1 y 5 estrellas se mantienen sin cambios significativos de 2020 a 2022 (Gráfica 2).

Gráfica 2. Evolución de las categorías de hoteles en Puebla



Fuente: DATATUR, 2023.

Al día de hoy identifica una estructura hotelera con una predominancia de los hoteles de 3 y 4 estrellas, juntos representan casi el 60% del total de establecimientos a nivel estatal. Se concluye que la cantidad de los hoteles aumenta al paso de los años y al mismo tiempo la calidad de la oferta al aumentar la calificación de sus establecimientos y los servicios prestados al cliente.

Situación del Turismo y la Hotelería en Tlatlauquitepec, Puebla

Tlatlauquitepec es un municipio localizado en la Sierra Nororiental del estado de Puebla, México. La orografía de territorio es accidentada, presenta un declive irregular de más de 25 kilómetros en el sur a norte, de más de 3,000 metros a menos de 800 metros de altitud. Los climas son variados con abundante bosque mesófilo de montaña (INAFED, 2019). La población total es de 55,576 habitantes (INEGI, 2023); el ritmo de crecimiento de la población fue de 0.8% promedio anual de 2010 a 2020. La región mantiene una presencia importante de población indígena, siendo predominante en la región la lengua náhuatl (INEGI, 2015). El 38.4% de la población activa trabajaba en el sector primario, el 16.5% trabaja en el sector secundario y el 31.5% trabajaba en el sector de servicios; y se estima que de la población ocupada alrededor de 64.7% percibió menos de 2 salarios mínimos diarios (INEGI, 2010). El mejoramiento de las condiciones de vida se refleja a largo plazo, en el año 2020 ya se tiene un grado de marginación bajo (CONAPO, 2023).

La carencia de infraestructura turística es de suma importancia ya que es determinante con la llegada de turistas. En Tlatlauquitepec, la derrama económica venía creciendo a una tasa promedio anual de 3.3% entre 2017 y 2019, sin embargo, de 2019 a 2020 cayó 64.9%. Con datos oficiales, PIB Municipal tuvo una variación anual entre 2018 y 2019 fue de -0.7% (SECTUR, 2021). Se puede afirmar que la derrama económica había crecido más que la producción total, al menos antes de la Pandemia (Tabla 1).

Tabla 1. Indicadores básicos de la actividad turística en Tlatlauquitepec del 2017 a 2020

Indicador	2017	2018	2019	2020
Afluencia de Visitantes	47,969	49,891	51,758	17,882
Derrama económica (millones de pesos)	31.526	32.792	34.748	12.194

Nota. La afluencia de visitantes incluye llegada de turistas nacionales y extranjeros.
Fuente: SECTUR, 2021.

Al obtener la razón que de PIB turístico dividido entre el PIB municipal de 2018, se supo que el turismo en Tlatlauquitepec aporta el 10.61%, es un valor muy alto si lo comparamos con el nacional (8.54%) y estatal (8.94%).

En 2012, Tlatlauquitepec fue declarado Pueblo Mágico, en 2016, arribaron al municipio 21,963 turistas, 90.6% nacionales 9.4% extranjeros. Se tenía un total de 14 establecimientos de hospedaje registrados: 11 hoteles y 3 moteles. En el mismo año se tenía 216 cuartos y unidades de hospedaje; 18.1% de los establecimientos tenían una categoría de tres estrellas, 27.2% de dos estrellas y 9.1% de una estrella. (H. Ayuntamiento de Tlatlauquitepec, 2018). En 2020 en Tlatlauquitepec se reportaron 16 establecimientos de hospedaje con 231 cuartos. Aunque los establecimientos aumentaron, la realidad es que los cuartos disponibles son mínimos, considerando que en fechas de temporada alta es escasa.

La estructura de hoteles característica de Tlatlauquitepec son de Tres estrellas (25%), Dos estrellas (18.8%) y Una estrella (6.3). La otra mitad de establecimientos no están sujetos a la clasificación por estrellas. Entre los cuartos un 32.0% están clasificados como Tres estrellas, el 18.6% de los cuartos es de Dos estrellas y el 4.3% es de Una estrella (Tabla 2).



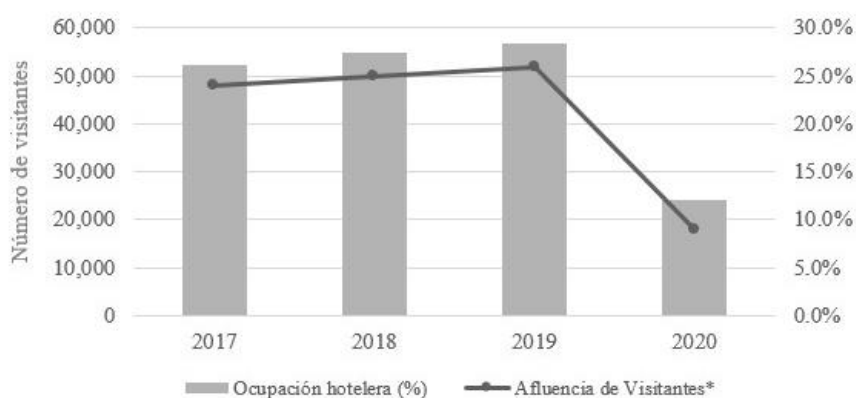
Tabla 2. Establecimientos y cuartos y unidades de hospedaje en Tlatlauquitepec, según categoría turística, 2022

	Total	Cinco estrellas	Cuatro estrellas	Tres estrellas	Dos estrellas	Una estrella	Sin categoría
Establecimientos	16	0	0	4	3	1	8
%	100.0%	0.0%	0.0%	25.0%	18.8%	6.3%	50.0%
Cuartos y unidades	231	0	0	74	43	10	104
%	100.0%	0.0%	0.0%	32.0%	18.6%	4.3%	45.0%

Fuente: SECTUR, 2021.

En Tlatlauquitepec, la ocupación hotelera y la afluencia de visitantes a la localidad mantienen un comportamiento sincrónico, se puede ver en la Grafica 4. Como es que el crecimiento de las dos variables va creciendo desde 2017 hasta 2019 y que el efecto de la Pandemia por Covid 19 tuvo un efecto negativo en el turismo local, situación que se refleja con la caída drástica en 2020 (Gráfico 3).

Gráfica 3. Evolución de afluencia de visitantes y ocupación hotelera en Tlatlauquitepec, 2017-2020.



* Incluye turistas nacionales e internacionales

Fuente: SECTUR, 2021.

La disminución en la ocupación hotelera en 2020 fue resultado de las políticas de confinamiento en México por la pandemia de COVID-19, para el año 2022 la ocupación hotelera promedio mensual se mantuvo en 12.1% (Tabla 3).

Tabla 3. Llegada de turistas, ocupación y estadía promedio en hoteles y moteles de Tlatlauquitepec, 2022.

	Llegada de turistas	Ocupación (Porcentaje)	Estadía promedio (Noches por turista)
Total	8 047	12.1	1.5
Cinco estrellas	0	0.0	0.0
Cuatro estrellas	0	0.0	0.0
Tres estrellas	4 785	14.1	1.5
Dos estrellas	3 262	12.2	1.4
Una estrella	0	0.0	0.0

Fuente: SECTUR. Monitoreo DataTur.

La totalidad de turistas que arribaron a Tlatlauquitepec en 2020 se distribuyeron en hoteles de Dos y tres estrellas, la ocupación promedio en los hoteles de Dos estrellas fue de 12.2% y la ocupación en hoteles de Tres estrellas fue de 14.1% en promedio mensual. Los huéspedes se mantuvieron de 1.4 a 1.5 noches en promedio.

METODOLOGÍA

El diseño utilizado para el presente estudio es no experimental, pues se trata de observar hechos relacionados con el hospedaje, además es mixto pues utiliza la metodología cualitativa y cuantitativa. Las dimensiones a analizar son confianza, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad.

La región de estudio es la cabecera municipal de Tlatlauquitepec. El levantamiento de información se realizó en un periodo que duro desde el día 20 de octubre al 20 de noviembre de 2023. Los agentes involucrados o participantes de la investigación son los clientes de hoteles y los proveedores de los servicios de alojamiento.

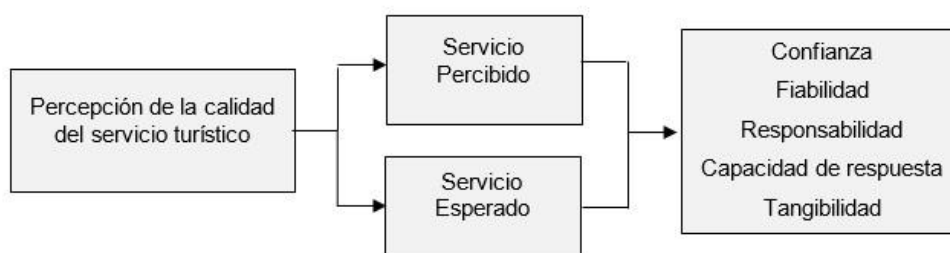
La población entrevistada se eligió de manera aleatoria entre los clientes de hoteles dispuestos a ser entrevistados y que contaban con el tiempo suficiente para la actividad, en total se realizaron

62 encuestas. Se aplicaron 7 entrevistas a establecimientos hoteleros del centro del municipio de Tlatlauquitepec por ser el lugar de concentración de la mayoría de hoteles. Esto implicó que el muestreo no fuera aleatorio, pero si congruente con el estudio de los hoteles locales más importantes.

La investigación es correlacional pues se pretende establecer relación existente entre la calidad en el servicio que se presta en el hotel con el nivel de satisfacción percibido por cliente que utilizó el servicio. El muestreo de los comercios fue estratificado dividiendo los estratos según el giro del comercio en 1) hotel de Una estrella b) hotel de Dos estrellas y c) hotel de Tres estrellas, por ser las categorías de hoteles predominantes en Tlatlauquitepec. La parte cualitativa de la investigación incluye recorridos de campo y prácticas de observación de la región.

El instrumento de medición de calidad en el servicio empleado para el análisis es el SERVQUAL (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., 1988), el cual propone cinco dimensiones donde se agrupan atributos que permiten evaluar la percepción de la calidad de un servicio. Una vez identificadas las deficiencias existentes respecto a las percepciones se puede dar paso a su análisis para crear la posibilidad de ofrecer un servicio que sea percibido como de alta calidad (Figura 1).

Figura 1. Representación esquemática del Modelo SERVQUAL



El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio agrupa las siguientes dimensiones: la confianza o empatía yace en la muestra de interés y nivel de atención individualizada que se ofrece las empresas a los clientes; la fiabilidad se relaciona con la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa; la responsabilidad se refleja en conocimiento y atención de los empleados que se logra con la profesionalidad, cortesía y credibilidad; la capacidad de

respuesta consiste en la disposición a prestar un servicio rápido y, por último, la tangibilidad se evidencia en la apariencia de las instalaciones físicas, equipos y personal.

Las cinco dimensiones evalúan la calidad percibida y definen la diferencia entre lo que el consumidor espera y lo que realmente percibe. Una buena valoración de la calidad se obtiene cuando el servicio experimentado cumple con las expectativas del cliente y lo satisface.

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

Como se mencionó, la muestra se determinó de manera casual donde únicamente se estableció el tamaño de la muestra de 7 hoteles. La encuesta se aplicó a los usuarios de los hoteles, utilizando un cuestionario de 23 preguntas y marcando las respuestas en el mismo, cada reactivo contenía 5 indicadores valorados con la escala del 1 al 5 (en el que 1= Muy insatisfecho, 2= Insatisfecho, 3. Ni satisfecho ni insatisfecho, 4= satisfecho y 5=muy satisfecho). Los resultados se determinaron a través de una media para identificar el punto alrededor del cual se centran los datos.

Para medir la fiabilidad se formularon diferentes preguntas enfocadas en el cumplimiento de lo ofrecido, preocupación por el cliente, atención personalizada del personal que ofrece el servicio en el hotel. Un promedio considerable de los entrevistados 25.4% estuvo muy satisfecho, el 55.6% se encontraron satisfecho, seguido del 19.0% ni satisfecho ni insatisfecho. En estos resultados se registra un porcentaje considerable y complacido con el cumplimiento, y el personal que presta el servicio en los hoteles de Tlatlauquitepec, hasta un 75% de los entrevistados estaría dispuesto a volver al hotel o recomendarlo.

Para conocer la fiabilidad, se generaron cuatro cuestiones para evaluar el conocimiento del personal respecto al servicio, solución de inconvenientes, atención a requerimientos de huéspedes y certeza con la forma de pago: el 31.9% de los entrevistados manifestó estar muy satisfecho, el 54.0% dijo estar satisfecho, el 13.7% menciono ni satisfecho ni insatisfecho y solo un 0.4% indicó estar insatisfecho. En general, se puede deducir que el personal cuenta con habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma segura y cuidadosa.

El indicador de responsabilidad se ha valorado con cuestiones relacionadas con el nivel de capacitación de los empleados para realizar su actividad con éxito; las preguntas van relacionadas



a si los empleados atienden eficientemente lo requerido, si el personal recomienda algún servicio especial, los empleados son atentos y agradables y si fueron eficientes a la hora de realizar el pago. En promedio los entrevistados valoraron de la siguiente forma: el 32.3% manifestó estar muy satisfecho, el 53.2% expresó estar satisfecho, el 13.7% indicó estar ni satisfecho ni insatisfecho y solo el 0.8% se mostró muy insatisfecho. Una lectura a este resultado sugiere la idea de que los hoteles tienen personal capacitado para ocupar los diferentes puestos de trabajo. La capacidad de respuesta se ha apreciado con información relativa a la atención rápida, disposición a atender, tener preparada y limpia la habitación y baños. Los entrevistados dejaron ver en sus respuestas que un 38.8% estuvo muy satisfecho, el 36.3% estaba satisfecho, el 15.7% dijo estar ni satisfecho ni insatisfecho, el 0.8% estaba insatisfecho y solo un 0.4% quedó muy insatisfecho. Es evidente que existe una preocupación por la atención pronta, de la misma manera se tiene una actitud previsoras por parte de los establecimientos al tener en condiciones óptimas las habitaciones en cuanto a arreglo y limpieza.

En cuanto a la tangibilidad, se plantearon cuestiones relacionadas con la comodidad de las habitaciones, la calidez, la suficiencia de los servicios, lo atractivo del establecimiento, el diseño para el desplazamiento fácil. Así, el 47.3% de los entrevistados valoraron como muy satisfechos y el 48.9% lo valoraron como satisfechos. El 3.8% dijo que estaba ni satisfecho ni insatisfecho.

A la pregunta específica de ¿Qué tal probable es que recomiende el establecimiento? La respuesta fue que entre un 83.9% estaría entre satisfecho y muy satisfecho de recomendarlo.

La encuesta a clientes se complementa con entrevistas en 7 hoteles obteniéndose lo siguiente: Para los propietarios es importante generar un buen servicio tanto en la decoración del hotel como en el trato que se brinda a los clientes. Existen temporadas en específico donde los hoteles se llenan por completo en todo el municipio y no alcanzan las habitaciones es por ello que al no haber habitaciones suficientes los turistas se van a otras partes cercanas al municipio a realizar sus reservas. Las temporadas altas para los hoteles son en semana santa, verano y diciembre. Independientemente de las temporadas, los fines de semana se dan un aumento en la ocupación hotelera para visitantes nacionales. Dependiendo las temporadas se solicitan paquetes que incluyen recorridos y alimentos, los costos son aparte de la habitación del hotel.



Los motivos para invertir en un hotel es por necesidad de salir a delante con un negocio propio, al principio los hoteles iniciaron con cuatro cinco habitaciones, hoy en día les dan continuidad sus hijos o familiares, los establecimientos pueden tener una antigüedad hasta de 20 años. Los hoteles al cumplir con ciertas certificaciones garantizan mejores servicios. La decoración de los hoteles es un elemento único pues los artesanos locales dan un sentido de identidad a los establecimientos.

Con respecto a las quejas de los hoteles depende a la situación de ánimo del cliente. Los empleados están capacitados para lo básico de como tender una cama limpieza de salida, retoque, limpieza profunda y todo lo que debe hacer dentro del hotel. Los servicios que cuenta en los hoteles son los básicos, además del hospedaje, tienen estacionamiento, internet, restaurante. Y en algunos casos se complementa con recorridos, boutique, museo, spa, venta de productos artesanales, café y chocolatería.

CONCLUSIONES

El concepto sobre la calidad en el servicio no debe perder de vista el carácter dinámico de requisitos que deben cumplirse para lograr la satisfacción de los usuarios. La interacción en el tiempo del avance tecnológico, la competencia, el incremento en la oferta y los cambiantes patrones de consumo delimitan estándares. Al final, la calidad se logra mediante la revelación de lo que el cliente quiere o necesita, la consecución los requerimientos del cliente es responsabilidad de todos los miembros de la organización. La aplicación de la metodología Servqual en los servicios de alojamiento del municipio de Tlatalquitepec se presenta como una herramienta eficaz para la obtención de información respecto a los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes.

La evaluación de las dimensiones confianza, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad demuestra que las percepciones del servicio no son dinámicas, de acuerdo a circunstancias específicas locales de Tlatalquitepec. La evaluación de la satisfacción de los clientes solo se centró en las categorías de hoteles existentes, de Una, Dos y Tres estrellas, con resultados favorables en cuanto a las expectativas y la calidad que presentan estos establecimientos de alojamiento. Es probable que la valoración de la calidad en establecimientos



de alojamiento sin categoría sea desfavorable, por el momento solo quedaría en hipótesis. Ante estas circunstancias los empresarios hoteleros deben asumir su participación y responsabilidad en ofrecer servicios competitivos que se adapten a las mejoras continuas del sector.

En general, se tienen huéspedes satisfechos con la calidad del servicio proporcionado, sin embargo para lograr transitar de las respuestas de insatisfacción, neutrales o para pasar a muy satisfecho los prestadores de servicios hoteleros deberán enfocar sus esfuerzos capacitación de empleados, disminución de tiempo en la elaboración de productos, flexibilizar precio elevado en algunos casos. Para enfrentar las temporadas de alta demanda es necesario el incremento de oferta hotelera mediante la construcción, adecuación y dotación a las edificaciones para albergar mayor número de turistas mejorando los atributos de confianza, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESTUR (2013). *Sistema de Clasificación Hotelera Mexicano. Análisis de mejores prácticas y generación de una metodología para la clasificación hotelera en México*. Centro de Estudios Superiores en Turismo y CONACYT-SECTUR., México 41 p.
https://apps.utel.edu.mx/recursos/files/r161r/w25011w/ClasificacionHotelera_SECTUR.pdf

CONAPO (2023). *Índice de marginación por municipio, 1990-2015. Datos abiertos*. Recuperado de la base de datos de <https://www.datos.gob.mx/busca/dataset/indice-de-marginacion-carenciaspoblacionales-por-localidad-municipio-y-entidad/resource/036af5b0-34df-4a2c-b89a-763ce9d60ba0>

Crosby, (1989). *La Calidad No Cuesta. El Arte de Cerciorarse de la Calidad*. Décima primera reimpresión Mc Graw Hill México, 238 p.
https://issuu.com/victore.cardozodelgado/docs/la_calidad_no_cuesta._el_arte_de_ce

Cubillos Rodríguez, M. C., y D.Rozo Rodríguez (2009). *El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad*. Revista de la Universidad de La Salle, 2009 (48), 80-99.
<https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>



DATATUR (2023). *Actividad Hotelera: Porcentaje de Ocupación en Establecimientos de Hospedaje de Categoría Turística*.

<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadHotelera.aspx>

DATATUR (2023). *El PIB turístico estatal y municipal 2018-2020 en México. Una aproximación inicial*. Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México (DataTUR).

https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/PIB_Turistico_Estatal_Municipal_2020.zip

Díaz Salcedo, O. J. (2024). Concepciones Epistémicas y Didácticas en la Construcción de Unidades científicas: una estrategia didáctica en la construcción del pensamiento científico en contextos de pobreza. *Emergentes - Revista Científica*, 4(1), 296–315.

<https://doi.org/10.60112/erc.v4i1.109>

Da Silva Santos , F., & López Vargas , R. (2020). Efecto del Estrés en la Función Inmune en Pacientes con Enfermedades Autoinmunes: una Revisión de Estudios Latinoamericanos. *Revista Científica De Salud Y Desarrollo Humano*, 1(1), 46–59.

<https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v1i1.9>

El Economista (2021, 29 de marzo). *Contribución del turismo en el PIB mundial pasó de 10.4 a 5.5%*. El economista. <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Contribucion-del-turismo-en-el-PIB-mundial-paso-de-10.4-a-5.5-20210329-0005.html>

Feigenbaum (1983). *Total Quality Control*. 3rd Edition: McGraw-Hill Book Company. 831 p.

https://archive.org/details/totalqualitycont00feig_0/page/n5/mode/2up

Gryna F., Chua R. y Defeo, J. (2007). *Análisis y Planeación de la Calidad. Método Juran*. Quinta edición. McGraw-Hill/Interamericana. México, 774 p.

<http://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodo-juran-an%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran-5ta.pdf>

Gutiérrez (2022, 3 de septiembre). *Hoteles aportan 75 por ciento de inversiones turísticas, reporta Sectur*. La Jornada.



<https://www.jornada.com.mx/notas/2022/03/09/economia/hoteles-aportan-75-porciento-de-inversiones-turisticas-reporta-sectur/>

González González, L. A., Zamora Chávez, Z. S., Mora Rivera, K. M., Jimenez Ahumada, M. E., & Tsuyuko Shiguematsu, M. (2024). Caso Clínico: Hydrops Fetal No Inmune. *Estudios Y Perspectivas Revista Científica Y Académica*, 4(2), 155–167.

<https://doi.org/10.61384/r.c.a.v4i2.205>

H. Ayuntamiento de Tlatlauquitepec. (2021). *Plan de Desarrollo Municipal 2018-2021*. 110 p.

H. Congreso del Estado de Puebla (2019). *Primer Informe Anual*. Comisión de Turismo de la LX Legislatura 22p.

https://www.congresopuebla.gob.mx/docslx/informes/comisiones/34/1er_anio_legislativo.pdf

INAFED (2019). *Regionalización Puebla*. Recuperado el día 4 de enero de 2022 de

<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/regionalizacion.html>

INEGI (2015). *Encuesta Intercensal. Panorama sociodemográfico de México 2015*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México: INEGI, 2015.

http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825078065.pdf

INEGI (2023). *Censo de Población y Vivienda 2020. Principales resultados por localidad (ITER)* Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. <https://censo2020.mx/>

INEGI, (2022, 26 de septiembre). *Estadísticas a Propósito del Día Mundial del Turismo*. Comunicado de Prensa Núm. 557/22, 7 p..

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_TURISMO_2.pdf

Ishikawa, K. (1986). *¿Que es el Control Total de Calidad? La modalidad japonesa*. Editorial Norma. Colombia 282 p.

https://www.google.com.mx/books/edition/Que_Es_El_Control_Total_de_Calidad/MWGOXKteTQwC?hl=es-419&gbpv=1&dq=inauthor:+Kaoru+Ishikawa&printsec=frontcover



- ISO (2015). *Norma Internacional ISO 9001:2015* (traducción oficial). Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos. Quinta edición 2015-09-15. Recuperado el 16 de mayo de 2023, de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
- ISO (2023). *About us*. Organización Internacional de Normalización. Obtenido de <https://www.iso.org/about-us.html>
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Decimocuarta edición. Pearson Educación. México, 808 p.
- <https://drive.google.com/file/d/0B9gPiLUaqjNCczkzTS12d3R4Qmc/view?resourcekey=&=0-kZYfIPyW-hA99YU5kRlgEw>
- Martínez (2008). *Calidad. ¿Qué es el modelo EFQM (European Foundation for Quality Management)? [Quality. What is the EFQM excellence model?]* Anales de Pediatría Continuada, 6(5): 313–318. <https://www.elsevier.es/es-revista-anales-pediatria-continuada-51-pdf-S169628180874887X>
- Mestres (1999): *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Ediciones Gestión 2000, 2ª ed., Barcelona, 397 p.
- Morales Fretes, F. R., & Ramírez Davalos, Y. G. (2023). Experiencia vivida por pacientes en diálisis peritoneal domiciliaria: Estudios de casos en la ciudad Pilar, Paraguay. *Revista Veritas De Difusão Científica*, 4(2), 37–54. <https://doi.org/10.61616/rvdc.v4i2.45>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* 64 (1): 12-40 https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality
- Secretaría de Turismo (2023). *Tlatlauquitepec, Puebla*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/sectur/es/articulos/tlatlauquitepec-puebla>
- SECTUR (2021). *Monitoreo DataTur*. (4 de marzo de 2021). www.datatur.sectur.gob.mx
- SECTUR (2021). *Estrategia Estatal de Pueblos Mágicos*. Gobierno de Puebla, Puebla el Patrimonio de México. Pueblos Mágicos. México 46 p.

https://sectur.puebla.gob.mx/images/site/documentos/ESTRATEGIAESTATALDEPUEBLOSMAGICOS_.pdf

SECTUR (2021, 23 de agosto). *Tercer Informe de Labores 2020-2021*.

<https://www.gob.mx/sectur/documentos/secretaria-de-turismo-tercer-informe-de-labores-2020-2021>.

Statista Research Department, (2023, 15 de octubre). *La industria hotelera en México – datos estadísticos*.

<https://es.statista.com/temas/7891/la-industria-hotelera-en-mexico/#topicOverview>

Sanguino-García, V., Casadiego-Alzate, R., Díaz Mesa, V., Velásquez Calle, P. A., & Palacio Miranda, D. A. (2024). Motivaciones Y Comportamiento Altruista–Egoísta Del Consumidor De Mercados Campesinos Del Área Metropolitana Del Valle De Aburra, Antioquia – Colombia. *Revista Científica De Salud Y Desarrollo Humano*, 5(1), 430–459. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v5i1.111>

UNWTO (2021). *Global and Regional Tourism Performance*.

<https://www.unwto.org/es/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

