

Análisis en la percepción y satisfacción del cliente, propuesta en la mejora y en la entrega de servicios de calidad para Hotelería de gran turismo. Araiza Inn

1. Emmanuel Rodríguez Juárez

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, emmanuel.rodriguez01@upaep.edu.mx

2. Dra. Laura Berenice Sanchez Baltasar

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, fernandorey.castillo@upaep.mx

El objetivo del estudio es evaluar la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio que el hotel Araiza Inn ofrece, con el objetivo principal de ayudar a la administración del hotel a identificar cómo los huéspedes perciben los servicios, comparado con las expectativas esperadas. Implementando herramientas bajo una filosofía a nivel estratégico y operativo, atendiendo a los requerimientos que promueve la escala de medición en calidad de servicios (LQI), derivada del SERVQUAL. Con base a la percepción y satisfacción del cliente como principal exponente, puntualizando la estrategia corporativa y las expectativas del cliente como resultado. Con el fin de generar información que permita tomar mejores decisiones estratégicas que impacten en la competitividad de hoteles de gran turismo, orientado a un sistema de mejora continua.

El estudio utilizó una encuesta para acumular información, La muestra del estudio consta de 182 huéspedes del hotel (5 estrellas) Araiza Inn Hermosillo. Los resultados de los hallazgos indican una diferencia significativa, entre las expectativas de los huéspedes y las experiencias reales, destacando así las implicaciones administrativas. El estudio actual brinda la oportunidad de reconocer en orden de categorías, las características que los huéspedes que se alojan en los hoteles de lujo, consideran importantes, así como identificar las áreas de disparidad en la calidad del servicio. Este es un estudio importante a los gerentes de hoteles que planean mejorar su desempeño y competitividad a través de la satisfacción de los huéspedes.

Palabras clave: Calidad del servicio, percepción, satisfacción, expectativas, estrategias.