



UNSAAC

Universidad Nacional de
San Antonio Abad del Cusco



Volumen 2 – Núm. 1 / Septiembre 2024 (44 - 65)

Modelo SERVPERF para evaluar la calidad del servicio al cliente en hoteles turísticos de Puno, Arequipa y Cusco: Hotel Sonora Posada Del Inca

SERVPERF model to evaluate the Quality of Customer Service in tourist hotels in Puno, Arequipa and Cusco: Hotel Sonora Posada del Inca.

<https://doi.org/10.51343/revtrascender.v2i1.1391>

Recibido:30/04/2024

Aceptado:03/09/2024

Nigers Bebel Poblete Farfán¹

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Perú

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7462-4957>

nigers.poblete@unsaac.edu.pe

¹ Licenciado en Turismo. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en los Hoteles Sonesta Posada del Inca en la zona sur del Perú, específicamente en las sedes de Puno, Arequipa y Cusco. Cuyo objetivo fue evaluar el nivel de la calidad de servicio, aplicando el enfoque SERVPERF, el cual esta correctamente validado. Se utilizó una metodología tipo básica, con enfoque cuantitativo, diseño no experimental de nivel descriptivo. El estudio incluyó 300 huéspedes, seleccionando 20 por hotel para un total de 60 participantes, a quienes se les aplicó una encuesta de 40 preguntas. Los resultados obtenidos demuestran que los hoteles Sonesta Posadas del Inca muestran resultados variados en servicio: Cusco destaca en elementos tangibles y empatía (80%), pero tiene menor capacidad de respuesta (60%). Arequipa sobresale en empatía y seguridad (85%), aunque su capacidad de respuesta es la más baja (55%). Puno presenta menores calificaciones en elementos tangibles (50%) y fiabilidad (55%), pero alta empatía y seguridad (85% y 80% respectivamente). En conclusión, los hoteles Sonesta Posadas del Inca en el sur de Perú muestran una calidad de servicio variada. Las sucursales de Cusco y Arequipa destacan en empatía y calidad de elementos tangibles pero tienen limitaciones en respuesta, especialmente en Arequipa. El hotel en Puno, aunque débil en elementos tangibles y fiabilidad, es fuerte en empatía y seguridad.

PALABRAS CLAVE: modelo SERVPERF, calidad del servicio, capacidad de respuesta y fiabilidad.

ABSTRACT

This research was carried out in the Sonesta Posada del Inca hotels in southern Peru, specifically in Puno, Arequipa and Cusco. Its objective was to evaluate the level of service quality, applying the SERVPERF approach, which is properly validated. A basic methodology was used, with a quantitative approach, descriptive non-experimental design. The study included 300 guests, selecting 20 per hotel for a total of 60 participants, to whom a 40-question survey was applied. The results obtained show that Sonesta Posadas del Inca hotels show varied results in service: Cusco stands out in tangible elements and empathy (80%), but has lower responsiveness (60%). Arequipa excels in empathy and security (85%), although its responsiveness is the lowest (55%). Puno presents lower scores in tangible elements (50%) and reliability (55%), but high empathy and safety (85% and 80% respectively). In conclusion, Sonesta Posadas del Inca hotels in southern Peru show a varied quality of service. The Cusco and Arequipa branches stand out in empathy and quality of tangible elements but have limitations in responsiveness, especially in Arequipa. The hotel in Puno, while weak in tangibles and reliability, is strong in empathy and security.

KEY WORDS: SERVPERF model, quality of service, responsiveness and reliability.

INTRODUCCIÓN

La importancia de este estudio radica en su enfoque en la calidad del servicio en la industria hotelera, un factor crítico para la competitividad y el éxito de los establecimientos hoteleros. En un mercado donde la experiencia del huésped es primordial, comprender y satisfacer sus necesidades y expectativas es esencial. Los modelos de evaluación de calidad, como el Modelo SERVPERF (Service Performance) proporcionan un marco teórico sólido para analizar efectivamente las percepciones y valoraciones de los clientes. Este modelo ha sido validado ampliamente en la literatura, destacándose su aplicabilidad y precisión en diversos contextos de servicio (Ramos et al., 2020). Este estudio, añade valor académico al campo y busca captar el interés del lector. La relevancia del Modelo SERVPERF se destaca en el trabajo de Caiza (2021) como de manera general (Vidrio et al., 2020). La aplicación de este modelo en el Hotel Sonesta Posadas del Inca ilustra su utilidad, alineando las percepciones y expectativas del cliente con la valoración del servicio. Este enfoque reduce la redundancia y mantiene las referencias esenciales, facilitando una lectura más directa y enfocada (Zoraya & Valdivia, 2016).

En el ámbito hotelero, la calidad de los servicios al cliente es un factor determinante para la satisfacción, según se evidencia en la investigación de Mosahab et al. (2010), también influye en la fidelización de los huéspedes, como demuestra el estudio de Caruana (2002). Además, Alva (2017) destaca la competitividad del mercado como otro elemento crucial. El sector hotelero en los departamentos de Puno, Arequipa y Cusco es altamente competitivo, con una amplia oferta de alojamientos para los visitantes (Ahumada, 2016). Las expectativas de los clientes respecto a los servicios hoteleros han evolucionado con el tiempo, destacando la necesidad de mejora continua, un proceso esencial para cualquier establecimiento hotelero (Toala & Hinojosa, 2021).

En cuanto a las bases teóricas, el Modelo SERVPERF, que se basa en la brecha de la calidad de los servicios (Ibarra & Casas, 2015), es una herramienta ampliamente utilizada para valorar la calidad del servicio desde un punto de vista de los consumidores (Ramirez, 2017). Se recomienda el uso de SERVPERF como una herramienta con alto valor predictivo para el sector turístico, especialmente para el subsector de alojamiento (Angamarca et al., 2020). Este modelo se enfoca en cinco

dimensiones clave: empatía, capacidad de respuesta, fiabilidad, elementos tangibles y seguridad. La aplicación de SERVPERF proporciona una estructura sistemática para evaluar y mejorar la calidad del servicio al cliente en el contexto hotelero (Mayorga , J., & Martínez, C., 2008).

Al abordar las bases teóricas con el modelo SERVPERF, se destaca la importancia de integrar teorías establecidas sobre la satisfacción y la experiencia del cliente, como lo podemos corroborar con las propuestas por Gilmore & Pine (2000), en la gestión cotidiana de la calidad del servicio en el ámbito hotelero. SERVPERF actúa como un catalizador para evaluar y refinar continuamente estos aspectos, lo que es crucial para adaptarse a las expectativas evolutivas de los clientes y mejorar su experiencia general

La gestión de la calidad en servicios turísticos, en el sector turístico y hotelero es un área de estudio fundamental que aborda estrategias y herramientas para que se garantice la fidelización y satisfacción de los clientes (Casino, 2001). Se pueden explorar conceptos como la excelencia en el servicio, la gestión de experiencias y las practicas mejores en las industrias hoteleras (Sánchez, 2019).

Satisfacción del cliente, es un aspecto central en la gestión de la calidad del servicio (Laura, 2015). Teorías como la teoría de la satisfacción de los clientes de Oliver o el modelo de expectativas-percepciones de satisfacción del cliente de Parasuraman, Zeithaml y Berry (Mora, 2011), pueden proporcionar un marco teórico para que se comprendan los factores que influyen en las satisfacciones de los clientes y su vínculo con la calidad de los servicios (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020).

Experiencia del cliente, ampliamente estudiado en la industria hotelera y turística. Se pueden explorar teorías como la teoría de las experiencias de los clientes de Gilmore y Pine, que enfatiza la relevancia de que se cree memorables y significativas experiencias para todo cliente a lo largo de su interacción con el hotel (Cameron U., 1987).

Integrar el Modelo SERVPERF en las estrategias de marketing de servicios enfatiza la necesidad de alinear las promociones y entregas de servicios con las expectativas medibles del cliente. La relación entre la evaluación de SERVPERF y las teorías del marketing relacional y experiencial resalta cómo las tácticas de marketing pueden ser diseñadas para reforzar la calidad del

servicio percibida, generando así relaciones duraderas y lealtad de los clientes

El Marketing de servicios, se enfoca en la promoción y entrega de servicios de calidad alta que logren satisfacer la expectativa y necesidad de los clientes. Teorías como el marketing relacional y el marketing experiencial pueden proporcionar insights acerca de cómo se construyen sólidas relaciones con todo cliente y crear experiencias únicas que generen lealtad y recomendaciones positivas (Daniels et al., 2013).

Respecto a los antecedentes de investigación de tiene el estudio sobre "Evaluación de la calidad de los servicios al cliente en hoteles de Cusco, Arequipa y Puno: Un estudio comparativo" (Condori et al., 2021): Esta investigación podría haber explorado la calidad del servicio a los clientes en varios hoteles de la región, empleando el Modelo SERVPERF u otras herramientas de evaluación, como plataformas online. Podría haber analizado las diferencias en la percepción del servicio entre los diferentes destinos turísticos (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú [MINCETUR], 2005).

Según Mayorga y Martínez (2008) en su investigación sobre el

"Impacto de la calidad de los servicios en la lealtad y satisfacción del cliente en hoteles de Cusco, Arequipa y Puno", analizó cómo la calidad de todo servicio influye en la lealtad y satisfacciones de los clientes en hoteles de la región, utilizo encuestas y análisis estadísticos para examinar la relación entre estas variables. Otra investigación realizada fue de Daniels et al., (2013), intitulada "Mejoramiento continuo de la calidad de todo servicio en hoteles de Cusco, Arequipa y Puno": Esta tesis explora estrategias y prácticas para el mejoramiento de la calidad de todo servicio en hoteles de la región. Podría haber incluido estudios de casos de hoteles exitosos, entrevistas con gerentes hoteleros y análisis de mejores prácticas en la industria.

El Hotel Sonesta Posadas del Inca, con presencia en el departamento de Puno, Arequipa y Cusco, se encuentra inmerso en un mercado turístico dinámico y altamente competitivo. En el año 2023, el ser excelente en al momento de brindar sus servicios, se volvió en un diferenciador clave para garantizar la preferencia y fidelización de los huéspedes. En este sentido, el modelo SERVPERF emerge como una herramienta estratégica vital, no solo para evaluar, sino también para mejorar

continuamente la calidad del servicio ofrecido (Ramirez, 2017).

La problemática identificada en el hotel se centra en la valoración de la calidad del servicio al cliente, un factor directamente relacionado con la satisfacción y fidelización de los huéspedes. Dada la importancia de adaptarse a las elevadas expectativas de los clientes, el modelo SERVPERF brinda un marco eficaz para analizar las percepciones y expectativas de los huéspedes (Torres & Luna, 2017). Su aplicación es clave para mejorar los servicios ofrecidos y asegurar la competitividad del hotel en estas vibrantes regiones turísticas.

En base lo todo lo expuesto se identifica como problemática central la valoración de la calidad del servicio al cliente en el año 2024. El problema general que se plantea es: ¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio brindado al cliente, aplicando el modelo SERVPERF en el Hotel Sonesta Posadas del Inca en los departamentos de Cusco, Arequipa y Puno? Para abordar esta cuestión, el objetivo principal de la investigación es evaluar la calidad del servicio al cliente en estas localizaciones mediante la aplicación del modelo SERVPERF, con la hipótesis que indica que la utilización del modelo SERVPERF se califica como buena, por

los adecuados procedimientos, infraestructura y equipamiento (Mosahab et al., 2010).

METODOLOGÍA

Se efectuó una investigación de tipo básica; puesto que se pretende incrementar el conocimiento teórico, así como cerrar brechas de teorías y conceptos en base a las variables de estudio como son las Calidad del servicio y el Modelo SERVPERF. Según Vizcano et al., (2023) la investigación básica, igualmente referida como investigación pura o fundamental, se concentra en la expansión del conocimiento científico y teórico en un área específica, sin considerar su implementación práctica inmediata.

Asimismo, este estudio tiene un enfoque cuantitativo, puesto que emplea métodos que posibilitan la medición y el análisis estadístico de los datos para verificar hipótesis y evaluar variables (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

El nivel es descriptivo; el cual permite acercarnos al problema y conocer como estos fenómenos se presentaron; ya sea en sus características o componentes más resaltantes, el cual nos permite contrastar la hipótesis con la realidad (Hernandes & Mendoza, 2023). Asimismo, para la ejecución del presente estudio, fue planteada la metodología de

SERVPERF propuesto por (Cronin y Taylor (1992), que ha sido ampliamente validado y se considera confiable en el ámbito académico y profesional para medir la calidad del servicio. Así mismo fue adaptado un cuestionario como instrumento y aplicado mediante técnica de la encuesta. Fue aplicado al instante en que los huéspedes dieron por culminado los servicios brindados por el Hotel. Fue empleado la Escala de Likert en los cuestionarios que se aplicaron; teniendo en cuenta las opciones: Malo, Muy malo, Bueno, Muy Bueno, Regular (Matas, 2018).

Presenta un diseño No Experimental; puesto que estos estudios son realizados sin manipular deliberadamente las variables y en el que solamente son observados todo fenómeno en su ámbito natural para ser analizado. (Hernández-Sampieri, et al., 2015).

La población de estudio estuvo constituida por los huéspedes de las tres sedes de la cadena hotelera durante el período del 1 al 19 de enero de 2024. En Cusco, el número de huéspedes que se alojaron en el hotel fue de aproximadamente 7 por día, en Arequipa 5 por día, y en Puno 4 por día. Según registros del área de ingresos de este periodo, se contabilizó un total aproximado de 300 huéspedes entre

nacionales y extranjeros; fue decidido aplicar un muestro no probabilístico por conveniencia, donde la selección de la muestra en este estudio se determina a partir de la conveniencia para el investigador, permitiéndole seleccionar de forma arbitraria la cantidad de participantes que compondrán el estudio Hernández (2021). En grupos de 20 huéspedes entre nacionales y extranjeros por cada sede o departamento, es decir, 60 huéspedes en total quienes mostraron disposición y consentimiento de participar en el estudio, todos los huéspedes encuestados se hospedaron por 2 días o más y utilizaron los servicios de alimentación y servicio a la habitación. Esta cantidad se consideró suficiente para obtener datos relevantes, teniendo en cuenta los tiempos limitados para la realización de este estudio. Para Ñaupas et al. (2018), la población se refiere al conjunto total de individuos, eventos o elementos que son objeto de estudio en una investigación.

Para el presente estudio, se aplicó un modelo ya validado y se adaptó un cuestionario de 20 preguntas, estableciendo cuatro preguntas por cada dimensión, se consideró el modelo SERVPERF; el cual se encuentra previamente validado (Carvajal, 2017), que se entiende, se realizó la división del cuestionario en 5 dimensiones, las cuales

son: Empatía, Capacidad de respuesta, Fiabilidad, Elementos Tangibles y Seguridad. Es aplicada la escala de Likert para que se realice la medición y permite calificar de 1 a 5 siendo: 5 (Muy

Bueno); 4 (Bueno); 3 (Regular); 2 (Malo) y 1 (Muy malo).

A continuación, se detalla cómo cada una de estas dimensiones del modelo SERVPERF (Ramos et al., 2020):

Tabla 1
Dimensiones del modelo SERVPERF

Dimensiones	Definición	Indicadores
Elementos tangibles	Evalúa aspectos físicos del hotel como la infraestructura, limpieza y funcionamiento de instalaciones. Los huéspedes juzgan la comodidad de las habitaciones, la limpieza de espacios comunes y la adecuación de las instalaciones.	<ul style="list-style-type: none"> - Estado de las habitaciones - Calidad de las instalaciones - Presentación del personal
Empatía	Refleja la capacidad del personal para entender y atender las necesidades y expectativas de los huéspedes, ofreciendo un servicio personalizado y atento.	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud del personal - Personalización del servicio - Escucha activa
Seguridad	Incluye la seguridad física y la percepción de seguridad en el hotel, valorando aspectos como el personal de seguridad, cámaras de vigilancia y procedimientos de emergencia.	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas de seguridad - Iluminación adecuada - Procedimientos de emergencia
Capacidad de Respuesta	Se refiere a la rapidez y eficacia del personal para responder a las necesidades y solicitudes de los huéspedes, minimizando tiempos de espera y proporcionando soluciones efectivas.	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo de espera - Resolución de problemas - Disponibilidad del personal
Fiabilidad	Mide la consistencia y confiabilidad del servicio, asegurando que las promesas y compromisos del hotel se cumplan de manera constante durante toda la estadía del huésped.	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de promesas - Coherencia en la experiencia del cliente - Gestión de reservas

Nota. En base a Ramos et al, 2020

Análisis Estadístico

La investigación empleó un modelo de análisis que consistió en el procesamiento estadístico de datos cuantitativos obtenidos a través de

encuestas, utilizando el software SPSS - 27 para codificar los datos estadísticos. La presentación de los resultados se realizó mediante la descripción de tablas y gráficos. El análisis se basó en una

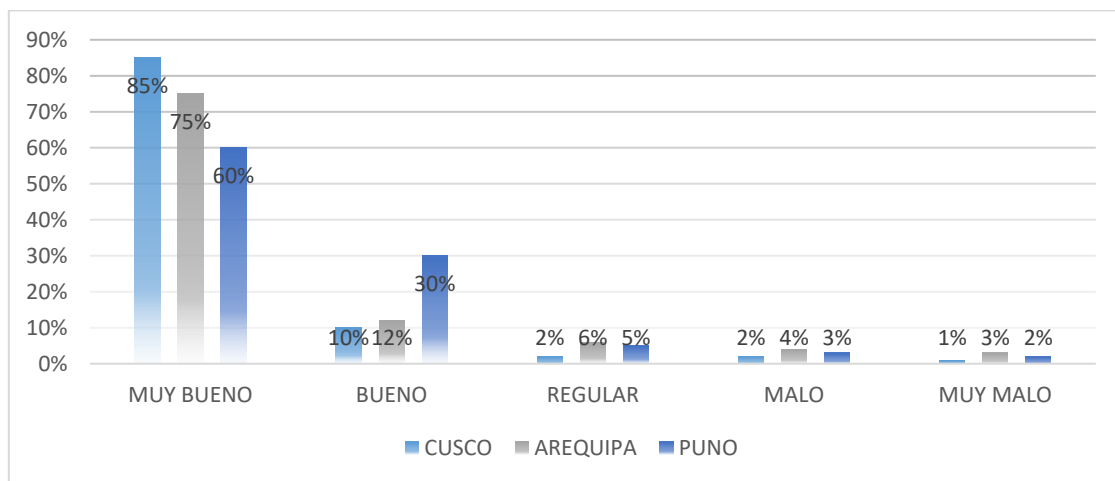
escala denominativa, como la escala de Likert, que proporcionó la base para evaluar las respuestas y correlacionarlas con las preguntas formuladas en el instrumento de medición.

RESULTADOS

Dimensión Elementos Tangibles

Figura 1

Evaluación de la infraestructura del Hotel Sonesta Posadas del Inca



La Figura 1 muestra que la calificación de Muy Bueno obtuvo un porcentaje de 85% para el departamento de Cusco, continuado por el departamento de Arequipa con el 75% y por último el departamento de Puno con el 60%. Lo que indica que existe una mejor calidad o recientes mejoras en la infraestructura del hotel en Cusco, que parece estar a la vanguardia en términos de mantener o mejorar sus instalaciones en comparación con los otros dos. Poor

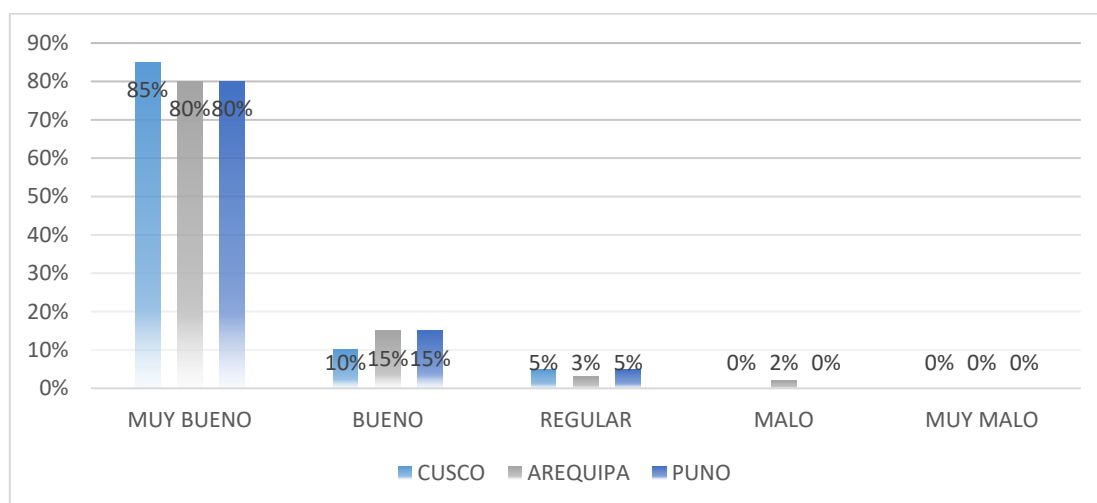
Resultados Obtenidos en Cada una de las Dimensiones

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos y se dará una interpretación de los mismos por cada dimensión que se consideró del modelo SERVPERF.

otro lado, la categoría Bueno, muestra que el departamento de Puno obtuvo el 30%, mientras que en Cusco se encontró con un 10%. Este patrón sugiere que mientras la mayoría de los huéspedes en Cusco consideran la infraestructura como 'Muy Bueno', en Puno, la percepción es algo más moderada pero aún positiva, reflejando quizás diferencias en las expectativas o experiencias de los huéspedes entre estas ubicaciones.

Figura 2

Aseo y vestimenta apropiada del personal en el hotel

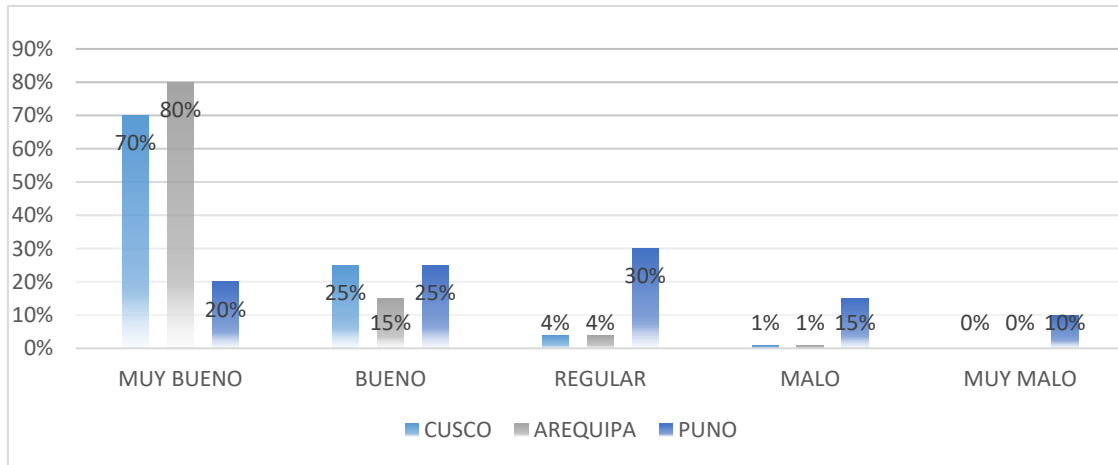


En la Figura 2 se observa que respecto al aseo y vestimenta del personal en el Hotel Sonesta Posadas del Inca es alta, dando una calificación de Muy Bueno, en los encuestados de los tres departamentos como: Cusco 85%, Arequipa 80% y Puno 80%. Esto refleja que el personal en estos hoteles mantiene un alto estándar en estos aspectos, los cuales son cruciales para la imagen del hotel y la percepción general del servicio por parte de los huéspedes. Sin embargo, aunque las puntuaciones son elevadas, ninguno de los departamentos alcanza el 100%, lo que sugiere la posibilidad de mejorar.

Este margen de mejora podría deberse a variaciones en la implementación de los sistemas de supervisión y control del personal encargado del aseo o a inconsistencias en otros aspectos operativos relacionados con la presentación personal. Para optimizar estas percepciones, es recomendable reforzar las estrategias de capacitación continua y la supervisión. Además, podría ser beneficioso revisar y ajustar los estándares y protocolos de aseo y vestimenta, asegurando que todos los empleados cumplan de manera consistente con los altos estándares que los huéspedes y la dirección del hotel esperan.

Figura 3

Estado de conservación de muebles y enseres como: cortinas, colchones, camas, mesas, sillas y lámparas.



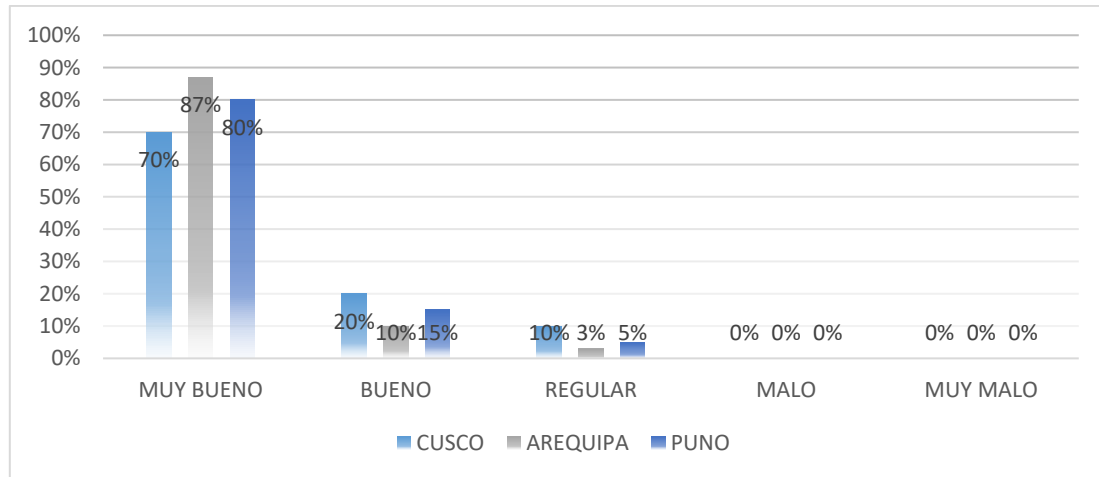
En la Figura 3, el estado de conservación de elementos como: cortinas, colchones, camas, sillas, mesas y lámparas; en donde se puede apreciar la calificación de Muy Bueno al departamento de Arequipa con el 80%, seguido por Cusco con 70% y por último a Puno con el 20%. Podemos analizar que en los departamentos de Arequipa y Cusco los encuestados perciben favorablemente sobre los estados de conservación de los elementos que se hallan en las habitaciones; mientras que

en Puno no están satisfechos por el servicio recibido. Asimismo, se observa notoriamente que el departamento de Puno tiene una calificación de Regular con el 30%, Arequipa y Cusco solo el 4%. De este análisis, podemos inferir, que en el departamento de Puno se debe mejorar este aspecto tan importante para brindar un servicio con calidad, puesto que los huéspedes necesitan buenas instalaciones con todos los elementos necesarios para su plena satisfacción.

Dimensión Empatía

Figura 4

Exclusividad del servicio en el hotel Sonesta Posadas del Inca

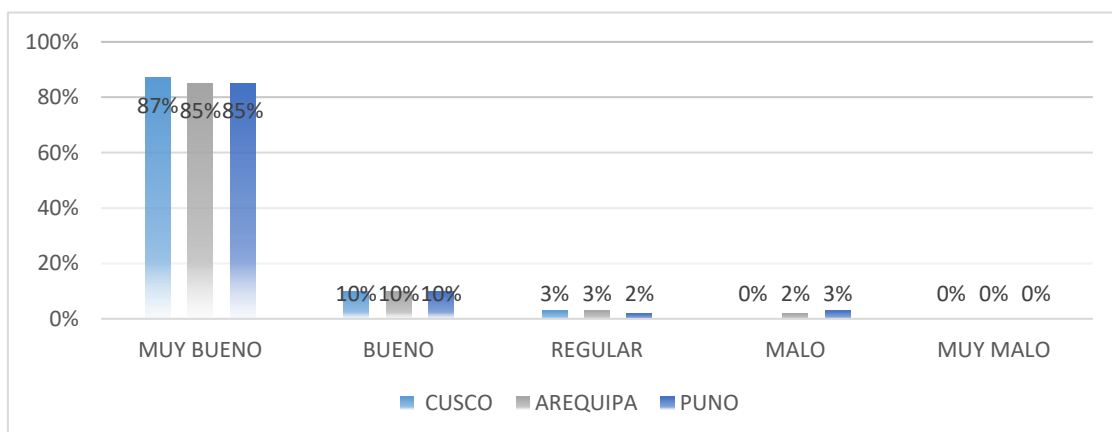


La Figura 4 indica sobre la exclusividad del servicio que brinda el Hotel Sonesta Posadas del Inca; en donde se califica como: Muy Bueno con el 87% al departamento de Arequipa, debido a que este hotel brinda sus servicios exclusivamente para el turismo corporativo, seguido por el departamento

de Puno con el 80% y por último el departamento de Cusco con el 70%. Cabe mencionar, que el hotel puede mejorar este aspecto tomando estrategias y acciones de mejora, superando las expectativas de los clientes o huéspedes en todas sus sedes.

Figura 5

El personal del Hotel (amabilidad y comprensión)



En la Figura 5, a la pregunta si el personal del hotel es amable y comprensivo en todo momento, se tiene

que en los tres departamentos respondieron Muy Bueno, Cusco con un porcentaje de 87%; Arequipa 85% y

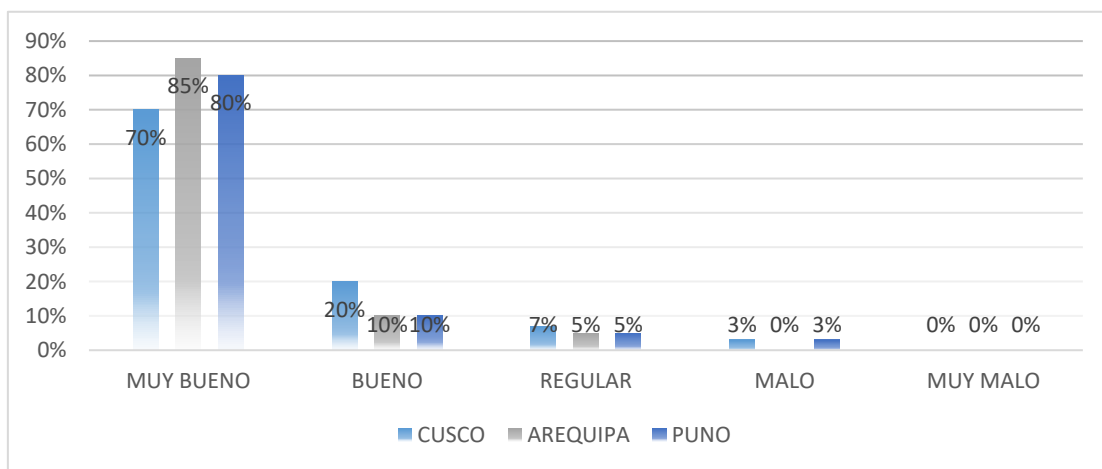
Puno con un porcentaje del 85%. Asimismo, las demás calificaciones como Bueno, Regular y Malo tienen porcentajes menores, los cuales oscilan entre 10% y 2% respectivamente. Del análisis podemos inferir que el personal

que trabaja en el Hotel siempre está predispuesto a brindar una atención amable y cordial durante toda la prestación del servicio hacia los huéspedes.

Dimensión Seguridad

Figura 6

Respeto y trato hacia los huéspedes por parte del personal

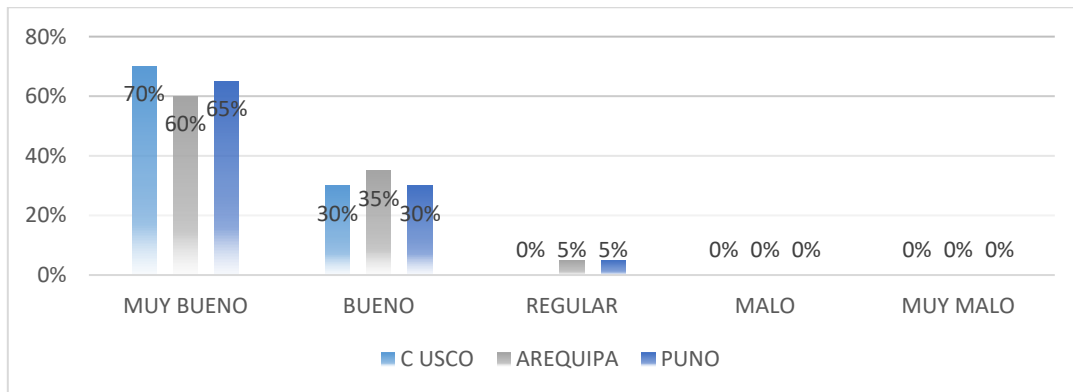


En la Figura 6 se muestra el respeto y trato hacia los huéspedes por parte del personal que trabaja en el Hotel Sonesta Posadas del Inca, en donde se califica Muy Buena la atención y el comportamiento respetuoso que tienen el personal del hotel hacia los huéspedes, en donde los encuestados tienen una

opinión favorable con el porcentaje del 85% en Arequipa, 80% en Puno y 70% en Cusco. Las valoraciones Bueno, Regular y Malo oscilan entre 20% y 3% respectivamente. Podemos inferir que en las tres sedes el personal se esmera por prestar una atención adecuada y correcta a los huéspedes.

Figura 7

Comodidad y seguridad en el hotel Sonesta Posadas del Inca



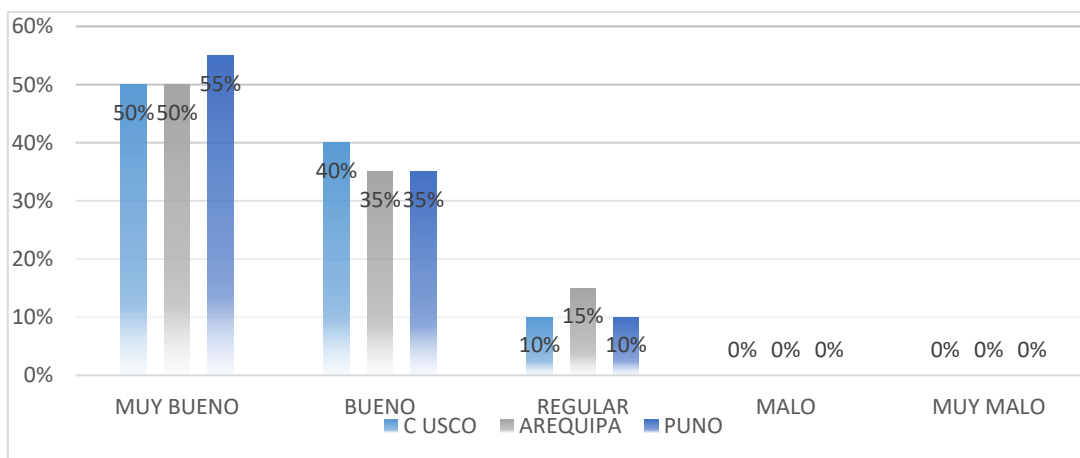
Con respecto a la Figura 7, se tiene una calificación de Muy Bueno a la pregunta si durante su estadía en el hotel los huéspedes se sintieron seguros y cómodos; en donde la sede Cusco encabeza con el 70%, posteriormente el departamento de Puno con el 65% y el departamento de Arequipa con el 60% y luego se tiene la calificación de Bueno;

en el cual Arequipa obtuvo un porcentaje de 35% y el 30% obtuvieron los departamentos de Cusco y Puno. Por lo tanto, este grafico nos indica que se debe mejorar este aspecto; puesto que es muy importante que los huéspedes estén satisfechos, se sientan cómodos y seguros en las instalaciones del hotel.

Dimensión capacidad de respuesta

Figura 8

Nivel de comunicación que tiene el personal con el huésped

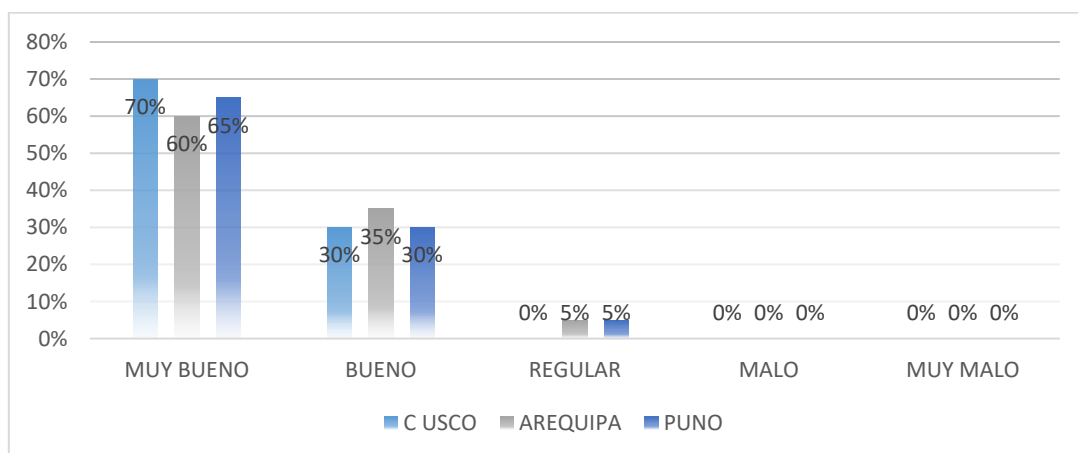


En el caso del nivel de comunicación que poseen los empleados con el huésped es Muy Buena, ya que la información adquirida en la investigación, se tiene el 55% en Puno de manera favorable, obtuvieron el 50% los departamentos de Arequipa y Cusco. Mientras que en la calificación Bueno el 40% se obtuvo en Cusco y el 35% se obtuvieron en Arequipa y Puno. En la calificación Regular la sede Arequipa

obtuvo un porcentaje de 15% y las sedes de Cusco y Puno obtuvieron el 10%. Del análisis podemos concluir que se tiene opiniones favorables de comunicación entre el personal del hotel con los huéspedes; pero no demuestra que los huéspedes estén muy satisfechos con esta opción, se sugiere establecer capacitaciones adecuadas para mejorar las comunicaciones entre los empleados y los huéspedes.

Figura 9

Información con exactitud al huésped



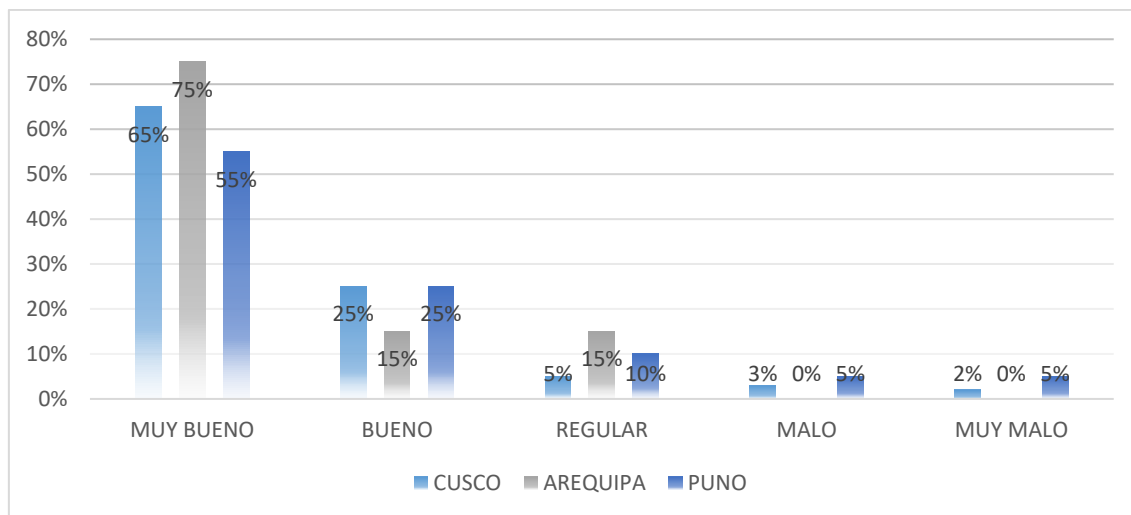
Durante la investigación se dio un resultado de Muy Bueno con respecto al personal que trabaja en el hotel en donde informa con exactitud a los huéspedes cuando concluirá cada servicio, los datos obtenidos con esta calificación fueron en Cusco el 70%, en el departamento de Puno 65% y en

Arequipa el 60%. Por lo tanto, podemos analizar que el personal informa adecuadamente a los huéspedes precisando la finalización de cada servicio y los huéspedes están satisfechos, cabe indicar, que se puede mejorar este aspecto en las tres sedes del Hotel para brindar un servicio de calidad.

Dimensión fiabilidad

Figura 10

Perspectiva en cuanto al personal que le brindó el servicio



En la Figura 10, se puede observar que la calificación Muy Bueno destaca con el 75% el departamento de Arequipa, el 65% obtuvo Cusco y Puno obtuvo un porcentaje del 55%, en la calificación Bueno podemos destacar que obtuvieron el 25% las sedes de Cusco y Puno, mientras que el 15% obtuvo Arequipa. En la calificación Regular la sede Arequipa obtuvo el 15%, seguido por Puno con el 10% y el 5% la sede Cusco. Por lo tanto, podemos inferir que los huéspedes en su mayoría de los tres departamentos tienen una opinión favorable con respecto al servicio brindado por el personal del hotel. Cabe mencionar, que dichos porcentajes pueden mejorarse aplicando estrategias que permitan brindar un servicio de calidad y por ende se puede obtener un porcentaje del 100%.

DISCUSIÓN

El modelo SERVPERF, como se destacó en las investigaciones de Vidrio et al. (2020) y Mayorga y Martínez (2008), se basa en la medición de la percepción de servicio a través de cinco dimensiones clave: empatía, capacidad de respuesta, fiabilidad, elementos tangibles y seguridad. Los resultados de la presente investigación muestran altas calificaciones en las dimensiones de empatía y capacidad de respuesta, son consistentes con la literatura anteriormente descrita que subraya la importancia de estas dimensiones en la satisfacción del cliente. Sin embargo, en términos de elementos tangibles y seguridad, se identificaron variaciones significativas entre los departamentos, lo que sugiere un área de mejora que no ha sido tan destacada en estudios previos

centrados principalmente en la interacción del servicio.

La hipótesis planteada en este estudio se centró en la calidad del servicio del Hotel Sonesta Posadas del Inca en los departamentos de Cusco, Arequipa y Puno, utilizando el modelo SERVPERF. Los resultados de las dimensiones evaluadas indican una percepción generalmente favorable del servicio ofrecido, lo que verifica la hipótesis propuesta, la cual afirma que la utilización del modelo SERVPERF se califica como buena, por los adecuados procedimientos, infraestructura y equipamiento; siendo las evaluaciones con altas calificaciones en las dimensiones de empatía, capacidad de respuesta y fiabilidad las que refuerzan esta afirmación. Sin embargo, también se identificaron áreas con potencial de mejora, como la seguridad y el estado de conservación de los muebles, que podrían afectar la percepción general de la calidad del servicio.

Los hallazgos de este estudio se alinean con las investigaciones de Mosahab et al. (2010) y Caruana (2002), en los que se encontró una relación directa entre la calidad del servicio y la fidelización de clientes. Es así como este estudio resalta cómo la percepción de la calidad del servicio en aspectos tangibles puede variar significativamente, lo cual es un

aporte nuevo en el contexto de los hoteles de Cusco, Arequipa y Puno, donde las expectativas pueden estar influenciadas por factores culturales y regionales.

Siguiendo las teorías de satisfacción del cliente de Oliver y el modelo de expectativas-percepciones de Parasuraman, Zeithaml y Berry (CEPAL, 2020), los resultados de la presente investigación sugieren que mientras que las expectativas de los clientes en cuanto a interacción personal se cumplen consistentemente, hay un desfase en cuanto a las expectativas de las infraestructuras físicas y la seguridad. Indicando una brecha que aún se necesita abordar para alinear completamente las percepciones y expectativas de los clientes.

El estudio amplía el entendimiento de cómo la gestión de la calidad debe abarcar no solo el personal y su interacción con el cliente, sino también el mantenimiento y la mejora continua de la infraestructura. Esto se alinea con las recomendaciones de mejora continua de la calidad del servicio discutidas por Daniels et al. (2013), sugiriendo que las prácticas efectivas en la industria no solo deben centrarse en la capacitación del personal, sino también en la inversión en recursos físicos.

La investigación con el modelo SERVPERF en los hoteles Sonesta Posada del Inca destaca variaciones en la calidad del servicio entre Puno, Arequipa y Cusco, revelando necesidades de mejoras en políticas para asegurar una experiencia turística uniforme y positiva. Esta evaluación sugiere que diferenciar estrategias de marketing según las fortalezas de cada ubicación podría optimizar la atracción turística y subraya la importancia de políticas de apoyo que mejoren la calidad del servicio consistentemente en la región.

CONCLUSIONES

El objetivo de este estudio fue evaluar el nivel de calidad del servicio en el Hotel Sonesta Posadas del Inca, ubicado en los departamentos de Puno, Arequipa y Cusco, aplicando el modelo SERVPERF. Los resultados indican una alta calificación en dimensiones como la empatía y la capacidad de respuesta del personal, demostrando la efectividad del modelo SERVPERF para identificar

tanto fortalezas como áreas de mejora en la calidad del servicio. La consistencia en las altas calificaciones refleja un compromiso hacia la excelencia en el servicio, aunque también se reconoce la necesidad de implementar mejoras continuas para asegurar la completa satisfacción del cliente.

Este análisis ofrece una comprensión profunda de la calidad del servicio al cliente en estos hoteles, permitiendo identificar oportunidades y establecer acciones concretas para mejorar la experiencia del huésped y mantener altos estándares de calidad en la industria hotelera regional.

Es así como el modelo SERVPERF demuestra ser una herramienta efectiva para la valoración de la calidad del servicio al cliente en el ámbito de los hoteles. Proporciona una calificación de muy buena en el puntaje comprobando así que se está, brindando una visión completa de la experiencia de los huéspedes.

BIBLIOGRAFÍA

Ahumada, A. (2016). *Análisis del comportamiento organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores del Hotel Sonesta Posadas del Inca Puno 2024*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/3350>

Alva, B. (2017). *Turismo accesible en las cadenas hoteleras: Casa Andina Private Collection y Sonesta Posada del Inca en la Ciudad de Puno 2016*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/8275>

Angamarca, G., Díaz, Y. C., & Carlos. (2020). Calidad percibida por los clientes de los hoteles de la provincia Los Ríos, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 380-393. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077029/html/>

Caiza, M. J. (2021). Análisis de la calidad mediante modelo servperf del servicio. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2624/3882>

Cameron U. (1987). *Declinaciones y desorganización disfuncional*. Academy of Management Journal.

Caruana, A. (2002). Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7), 811-828. doi:<https://doi.org/10.1108/03090560210430818>

Carvajal, A. P. (2017). Servqual o Servperf: ¿otra alternativa? *Sinapsis*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6172070>

Casino, A. (2001). Medición de la calidad de servicio: una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico. *Estudios de Economía Aplicada*, 18(2), 83-104. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30118209>

CEPAL. (21 de Abril de 2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.cepal.org/es/comunicados/pandemia-covid-19-llevara-la-mayor-contraccion-la-actividad-economica-la-historia-la>

Condori, L., Muchica, T., Pari, N., Canahua, Q., & Escobar, M. (2021). Evaluación de la calidad del servicio hotelero en los motores de búsqueda tripadvisor y booking de Cusco y Puno. *Revistas Unap*, 2(1), 131-142. Obtenido de <https://revistas.unap.edu.pe/journal/index.php/RIC/article/view/401/372>

Cronin, J., & Taylor, S. (1992). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. doi:<https://doi.org/10.2307/1252296>

Daniels, D., Radebaugh, H. & Sullivan, P. (2013). *Negocios Internacionales. Ambientes y operaciones*. Obtenido de *Negocios Internacionales. Ambientes y operaciones*: <https://www.marcialpons.es/libros/negociosinternacionales/9786073221603>

Hernandes, R., & Mendoza, C. (2023). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. Las rutas cuantitativa, cualitativa mixta*. McGraw-Hill Interamericana S.A. Obtenido de https://www.sancristoballibros.com/libro/metodologia-de-la-investigacion_93340

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Maria del Pilar. (2015). *Metodología de la Investigación Sexta Edición*. México: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

Hernandez, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. McGRAW-HILL Interamericana Editores, S.A.

Ibarra, L., & Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422015000100010

Laura, X. (2015). *Los sistemas de gestión hotelera en los hoteles de la ciudad de Puno 2015*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/8763>

Matas, A. (2018). *Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión*. Revista electrónica de investigación educativa.

Mayorga, J., & Martínez, C. (2008). Paul Krugman y el Nuevo Comercio Internacional. En *Criterio Libre* (págs. 73-86). Mexico: Pearson.

MINCETUR. (2005). *TLC Perú-Estados Unidos: Nociones Clave*. LIMA: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Mora, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146-162. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Mosahab, R., Osman, M., & T., R. (2010). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *International Business Research*, 3(4), 72-80. doi:10.5539/ibr.v3n4p72

Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Pine, J., & Gilmore, J. (2000). *La economía de la experiencia*. Mexico: Granica. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=-ECn14xHSWgC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Ramirez, A. (2017). Servqual o Servperf: ¿otra alternativa? *Sinapsis*, 9(1), 59-63. Obtenido de </Dialnet-ServqualOServperf-6172070.pdf>

Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cerre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n2/2218-3620-rus-12-02-417.pdf>

Sánchez, G. &. (2019). Análisis de la calidad del servicio en hoteles de tres estrellas: un enfoque desde la perspectiva del cliente. En *Revista de Turismo y Desarrollo Local* (págs. 55-68).

Toala, L., & Hinojosa, M. (2021). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Revista científica*, 4(3), 145-162. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1986>

Torres, J., & Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración*, 62(4), 1270-1293. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>

Vidrio, S., Rebolledo, A., & Gallindo, S. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación Administrativa*, 49(125), 1-18. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4560/456061607008/html/>

Vizcano, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Internacional*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>

Zoraya, A., & Valdivia, K. (2016). *Mejora de calidad del servicio al cliente en el Hotel Sonesta Cusco mediante la herramienta SERVQUAL-año 2016*. Universidad Andina del Cusco, Cusco.