

Indicaciones y formato

1. Mesa de trabajo (marque sólo una opción)

<input type="checkbox"/>	Alimentos	<input type="checkbox"/>	Educación
<input type="checkbox"/>	Ciencias Exactas e Ingeniería	<input type="checkbox"/>	Medio Ambiente y Recursos Naturales
<input checked="" type="checkbox"/>	Desarrollo Humanístico y Social	<input type="checkbox"/>	Modernización Tecnológica y Desarrollo Regional
<input type="checkbox"/>	Desarrollo Urbano y Vivienda	<input type="checkbox"/>	Salud

2. Tipo de presentación que solicita (marque solo una opción)

* La decisión final corresponderá al comité evaluador (como se indica en la convocatoria)

<input type="checkbox"/>	Ponencia cartel	<input checked="" type="checkbox"/>	Ponencia oral
--------------------------	------------------------	-------------------------------------	----------------------

3. Trabajo financiado (en su caso, escribir la fuente de financiamiento)

<input type="checkbox"/>	Si, por Ayuntamiento de Acapulco de Juárez	<input checked="" type="checkbox"/>	No
--------------------------	---	-------------------------------------	-----------

4. Correo electrónico al que se enviarán los resultados.

_____ **davidreyes1811@gmail.com**

- Los archivos se recibirán en formato OPENOFFICE.ORG ó MICROSOFT WORD.
- El nombre del archivo debe de ser el nombre completo del autor, si envía más de un archivo agregue un número, esto con el fin de diferenciarlos y evitar que se sobrescriban al momento de guardarlos en la computadora.
- Los participantes deberán enviar su resumen como archivo adjunto al correo electrónico fesg@guerrero.gob.mx con el asunto PONENCIA FESGRO 2014.
- Especificar si el trabajo es financiado y por quien.
- Seleccionar la mesa de trabajo y tipo de ponencia.
- El resumen será de cuatro a seis cuartillas, y deberá contener:
 - Título (máximo 25 palabras).
 - Autor (máximo cuatro autores, nombres completos).
 - Institución (ciudad, teléfono, correo electrónico a donde se enviarán los resultados, en su caso indicar quien financió el trabajo).
 - Introducción.
 - Objetivos.
 - Metodología.
 - Resultados – Discusión – Conclusión (deberán contener en total un máximo 250 palabras).
 - Bibliografía (máximo 5 citas).

INSTRUMENTACIÓN DE LA T STUDENT Y WILCOXON EN EL MODELO SERVQUAL PARA EVALUAR LA CALIDAD DE SERVICIO, LEALTAD EN LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LOS HOTELES DE ACAPULCO, GUERRERO.

David Antonio Reyes Peña¹, , Diego Guzman Balderas² Juan Villagómez³ Adrián Morales Gálvez⁴
¹Unidad Estudios de Posgrado e Investigación – Unidad Académica de Contaduría y Administración⁴ UAGro.
Pino sin número, Col Roble. Acapulco de Juárez. Guerrero. México.
01(744486336)–davidreyes1811@gmail.com

no financiado

INTRODUCCIÓN.

El puerto de Acapulco, es de los destinos turísticos más antiguos del país, el cuál su ciclo de vida, se encuentra en su fase de declinación y ha permanecido entre el 40% de ocupación promedio anual en los últimos años y es un destino de playa que reporta la más baja ocupación hotelera, en las principales plazas turísticas del país (SECTUR, 2008)

Por lo que es necesario el de establecer, estrategias de Calidad de Servicio (Cruz, J.G.A., 2010)(Gutierrez (Trujillo, Carrete, Vera, & García, 2011) y Lealtad de huéspedes, (Martinez V., 2001) (Martínez, Peiró, & Ramos, 2001)

Que permitan que este centro turístico vuelva a tener un buen posicionamiento en sus huéspedes y que coadyuve a incrementar la calidad del servicio de hospedaje durante todo el año, ya que hasta el momento se carece de un estudio actual con estas características.

La Calidad del Servicio y Lealtad en los servicios de hospedaje en los hoteles de Acapulco, Guerrero, se evaluará mediante el Modelo SERVQUAL[que es el que mas se enfoca a las necesidades de los huéspedes (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993)(Martinez V., 2001) (Trujillo, Carrete, Vera, & García, 2011)

Por lo que el objetivo del estudio es evaluar la Calidad del Servicio y Lealtad en los servicios de hospedaje en los hoteles de Acapulco, Guerrero, mediante el Modelo SERVQUAL.

Los resultados generados van a orientar líneas de trabajo con respecto a la Calidad de Servicio y Lealtad de los huéspedes, para el gremio hotelero, y enmarcar las políticas públicas de los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal). Además del beneficio de los huéspedes, así como las ganancias económicas para el puerto de Acapulco, Guerrero.

OBJETIVOS.

Conocer la evaluación de la Calidad y Lealtad del cliente en el servicio de hospedaje en los Hoteles de Acapulco, utilizando el Modelo SERVQUAL e instrumentando las pruebas T de Student y Wilcoxon

1. Conocer la evaluación de la calidad del servicio del cliente en sus 5 dimensiones de los servicios de hospedaje mediante el modelo SERVQUAL de la discrepancia 5
2. Determinar el porcentaje de lealtad del cliente en el servicio de hospedaje

METODOLOGÍA.

El presente estudio se llevó a cabo en los 237 hoteles del puerto de Acapulco, Guerrero, México, en la temporada de verano del 2013. Se realizó un muestreo estratificado para las categorías en combinación para la asignación de unidades muestrales con probabilidad proporcional al número de hoteles y aleatorio en la selección de hoteles.

También se realizó un muestreo estratificado para las categorías en combinación para la asignación de unidades muestrales con probabilidad proporcional al número de cuartos y sistemático en la última etapa con inicio aleatorio en la selección de los huéspedes.

Tamaño de la muestra

Tabla 1: Tamaño de la muestra por estratos

clase	número de hoteles	número de encuestas
1 estrella	9	12
2 estrellas	38	59
3 estrellas	40	116
4 estrellas	23	188
5 estrellas	6	94
GT	4	57
CE	3	56
Total	123	582

Diseño de la muestra

De acuerdo al grado de cristalización de la pregunta de investigación es formal; de acuerdo al método de colección de datos, es interrogativo/comunicación; con respecto al control de variables, diseño ex post facto; con respecto al propósito del estudio es causal; de acuerdo a la dimensión temporal es transversal; en lo referente a la dimensión tópica es un estudio estadístico; de acuerdo al entorno de la investigación es en condiciones de campo; y con respecto a las percepciones de principiantes es de

rutina actual.

Análisis de datos

Los estadísticos de prueba utilizados fueron:

Wilcoxon: se utiliza para datos continuos en muestras relacionadas que no se distribuyen de forma normal (Ipiña & Duran, 2008)

T Student pareada: por el teorema de límite central, el cual se refiere cuando la muestra es grande la distribución muestral adquiere la forma normal, por lo tanto se instrumenta la prueba T de Student pareada

Método del modelo de calidad SERVQUAL: se caracteriza en sus cinco dimensiones: para evaluar la calidad dentro de cada dimensión se tiene que calificar antes de entrar al hotel y después de haber conocido el servicio, por lo que el análisis para la calidad es:

$$\text{Percepción}_i - \text{Expectativa}_i = d_i$$

si $d_i = 0$ Implica que la percepción es igual a la expectativa.

si $d_i = -c$ Implica que la expectativa es mayor que la percepción.

si $d_i = c$ Implica que la percepción es mayor que lo expectativa.

Para que una dimensión se considere de calidad, la percepción debe ser mayor que la expectativa (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993)

RESULTADOS.

A) Resultados de la Calidad del Servicio

En la tabla 2 se muestran los resultados, donde indica que la diferencia de la percepción y expectativa no son significativas al nivel de confianza $\alpha = 0.05$, en lo tangible, Capacidad de respuesta, Empatía, Fiabilidad y seguridad, esto indica que la percepción es igual a la expectativa estadísticamente.

Tabla 2 Resultados de la prueba Wilcoxon

	Percepción - Expectativa de la Tangibilidad	Percepción - Expectativa de la capacidad de respuesta	Percepción - Expectativa en la Empatía	Percepción - Expectativa en la Fiabilidad	Percepción - Expectativa en la seguridad
Z	-.380 ^a	-1.675 ^b	-.380 ^b	-.280 ^b	-.337 ^b
Sig. asintót. (bilateral)	0.704	0.094	0.704	0.78	0.736
a. Basado en los rangos positivos.					
b. Basado en los rangos negativos.					
c. Prueba de los rangos con signo de Wilcoxon					

Prueba T de Student

En la tabla 3 se observa el resultado de la prueba T de Student para muestras pareadas, donde indica que la diferencia de la percepción y expectativa no son significativas al nivel de confianza $\alpha = 0.05$, en lo tangible, Capacidad de respuesta, Empatía, Fiabilidad y seguridad, esto indica que la percepción es igual a la expectativa estadísticamente.

Tabla 3 Resultados de la prueba T Student

Variables	Diferencias media	Desviación típ.	t	gl	Sig. (bilateral)
Percepción - Expectativa en la Tangibilidad	-0.05407	1.11	-0.675	191	0.5
Percepción - Expectativa en la Capacidad de respuesta	0.03414	1.1868	0.399	191	0.691
Percepción - Expectativa en la empatía	0.02942	1.30902	0.311	191	0.756
Percepción - Expectativa en la Fiabilidad	0.0559	1.33146	0.582	191	0.561
Percepción - Expectativa en la seguridad	-0.07538	1.37555	-0.759	191	0.449

C) Resultados de la Lealtad del Cliente

La tabla 4 muestra los resultados de la lealtad, donde la lealtad al hotel es del 42.7% y existe un 95% de confianza que el intervalo 35.4 y 50.0 esté contenido el verdadero porcentaje de la lealtad de la población. Se observa que los huéspedes que por primera vez frecuentan al hotel es del 54.2% mayor que el 42.7%, pero la tabla anterior nos muestra los intervalos de confianza generados mediante Bootstrap al 95% lo que indica que son estadísticamente iguales

Tabla 4 Resultados de la lealtad del cliente

¿Es la primera vez que frecuenta este hotel?					
	Frecuencia	Porcentaje	Típ. Error	Intervalo de confianza al 95%	
				Inferior	Superior
Si	104	54.2	3.6	46.9	60.9
No	82	42.7	3.6	35.4	50
No contesta	6	3.1	1.3	1	5.7
Total	192	100	0	100	100

DISCUSIÓN.

Los resultados obtenidos con respecto a la calidad de servicio de la percepción y expectativa no tienen significancia estadística, así nos lo demuestra los resultados con el estadístico de prueba Wilcoxon y la prueba T de Student lo que indican que son estadísticamente iguales para cada una de las cinco dimensiones. Pero el modelo SERVQUAL enmarca que la percepción siempre debe de enmarcar por arriba de la expectativa para que exista una buena calidad de servicio. (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993). (Trujillo, Carrete, Vera, & García, 2011). Aunque la calificación basada en una escala del 1 al 10 nos demuestra que la calificación fue de 8.5 a 9.4 lo cual no tienen significancia estadística. Utilizando la escala de calificaciones que se implementa en la UNAM es de B que significa una escala de 8 y 9, lo cual nos indica que es una calificación buena para la calidad de servicio.

CONCLUSIÓN.

No se rechaza la hipótesis en las pruebas T Student y Wilcoxon, porque no hay significancia estadística en las diferencias de la calidad de servicio de los hospedajes de los hoteles de Acapulco es buena, I en el período de verano 2013 con el modelo SERVQUAL instrumentando en sus cinco dimensiones.

Con respecto a la lealtad del cliente es muy importante porque es lo que garantiza el posicionamiento de los hoteles y se tiene que trabajar en ello para aumentar su porcentaje de lealtad.

Por lo que el presente trabajo cumplió con los objetivos propuestos.

BIBLIOGRAFÍA

Ipiña, S. L., & Duran, A. I. (2008). *Inferencia estadística y análisis de datos*. España: PEARSON.

Martínez, V., Peiró, J., & Ramos, J. (2001). *Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente*. Madrid España: Síntesis Psicología.

SECTUR. (2008). *Síntesis Metodológica del programa de monitoreo de la ocupación de servicios turísticos de hospedaje*. México, D.F.: SECTUR GOBIERNO FEDERAL.

Trujillo, A., Carrete, L., Vera, J., & García, S. I. (2011). *Como medir la calidad y cómo se percibe en algunos servicios en México. Servir con calidad en México*. México: AVANTE.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Madrid España: Díaz de Santos.