



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**Título**

**LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE EN LA HACIENDA TURÍSTICA RANCHO  
LOS EMILIO'S DEL CANTÓN ALAUSÍ**

***PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL***

**Autora**

Marianela Belén Miranda Cruz

**Tutora**

Ing. Patricia Alexandra Chiriboga Zamora

**Año**

2021

## DICTAMEN FAVORABLE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Facultad:** Ciencias Políticas y Administrativas  
**Carrera:** Ingeniería Comercial

### 1. DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR/MIEMBRO

**Apellidos:** Chiriboga Zamora  
**Nombres:** Patricia Alexandra  
**Cedula/Pasaporte:** 0604092296  
**Tutor/Miembro:** Tutor

### 2. DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

**Apellidos:** Miranda Cruz  
**Nombres:** Marianela Belén  
**C.I / Pasaporte:** 0604796466  
**Título del Proyecto de Investigación:** LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA HACIENDA TURÍSTICA RANCHO LOS EMILIO'S DEL CANTÓN ALAUSÍ.  
**Dominio Científico:** Administración  
**Sub área del conocimiento:** Marketing  
**Línea de Investigación:** Ciencias Sociales y del Comportamiento

### 3. CONFORMIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
1. Título	SI	
2. Introducción	SI	
3. Planteamiento del problema	SI	
4. Objetivos: General y Específicos	SI	
5. Estado del arte relacionado a la temática de investigación	SI	
6. Metodología	SI	
7. Resultados y discusión	SI	
8. Cronograma del trabajo investigativo	SI	
9. Bibliografía normas APA	SI	
10. Anexos	SI	

Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI** es favorable el dictamen Proyecto de Investigación Escrito, autorizando su empastado.

Lugar y Fecha: Riobamba, 02 de agosto de 2021



Firmado electrónicamente por:  
**PATRICIA  
ALEXANDRA  
CHIRIBOGA ZAMORA**

Mgs. Patricia Chiriboga  
**DOCENTE TUTOR**

## DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

**Facultad:** Ciencias Políticas y Administrativas

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### 1. DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

**Tutor:** Mgs. Patricia Alexandra Chiriboga Zamora **Cédula:** 0604092296

**Miembro tribunal:** Mgs. Gilma Gabriela Uquillas Granizo **Cédula:** 0603278938

**Miembro tribunal:** Mgs. Lenin Estalin Fuentes Gavilánez **Cédula:** 0603571076

### 2. DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

**Apellidos:** Miranda Cruz

**Nombres:** Marianela Belén

**C.I / Pasaporte:** 0604796466

**Título del Proyecto de Investigación:** LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA HACIENDA TURÍSTICA RANCHO LOS EMILIO'S DEL CANTÓN ALAUSÍ

**Dominio Científico:** Administración

**Línea de Investigación:** Ciencias Sociales y del Comportamiento

### 3. CONFORMIDAD PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
Título	SI	Ninguna
Resumen	SI	Ninguna
Introducción	SI	Ninguna
Objetivos: general y específicos	SI	Ninguna
Estado del arte relacionado a la temática de investigación	SI	Ninguna
Metodología	SI	Ninguna
Resultados y discusión	SI	Ninguna
Conclusiones y recomendaciones	SI	Ninguna
Referencias bibliográficas	SI	Ninguna
Apéndice y anexos	SI	Ninguna

Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, SI( X ) / NO( ) es favorable el dictamen del Proyecto escrito de Investigación, obteniendo una calificación de: **9.93** sobre 10 puntos.

Mgs. Patricia Chiriboga  
**DOCENTE TUTOR**

**GILMA GABRIELA**  
Firmado digitalmente por GILMA GABRIELA UQUILLAS GRANIZO  
Fecha: 2021.08.18 20:15:18 -05'00'

**UQUILLAS GRANIZO**

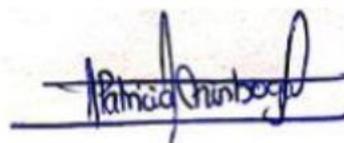
Mgs. Gilma Uquillas  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Eco. Lenin Fuentes MBA.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **INFORME DEL TUTOR**

En mi calidad de tutora, y luego de haber revisado el desarrollo de la investigación con el tema: **“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA HACIENDA TURÍSTICA RANCHO LOS EMILIO’S DEL CANTÓN ALAUSÍ”**, elaborado por la Srta. Marianela Belén Miranda Cruz, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el tribunal designado.

Riobamba, 19 de agosto de 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patricia Chiriboga', is written over a horizontal blue line.

***Ing. Patricia Chiriboga MgS.***

***C.I. 0604092296***

## **DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Marianela Belén Miranda Cruz con cédula de identidad N.º 0604796466, por medio de este documento certifico que soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y , los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo y puede hacer uso de este documento como conviniere necesario para fines académicos.



***Marianela Belén Miranda Cruz***

***C.I. 0604796466***

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darme la fortaleza para poder llegar hasta este momento tan importante de mi vida profesional.

A mi madre, Elenita, por ser mi guía, mi soporte, mi motivación más grande y mi amiga incondicional.

A mis hermanas, Gaby y Majo, por todo su amor y apoyo constante.

A mis sobrinas, Kristel y Madison por todo su cariño.

A mi abuelita Teresa de Jesús, mi ángel en el cielo.

*Marianela*

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia por ser el pilar fundamental en mi vida.

A la Universidad Nacional de Chimborazo, Carrera de Ingeniería Comercial, a los docentes que formaron parte de mi vida universitaria transmitiendo sus conocimientos y experiencias tanto académicas como también la formación en valores para ser una excelente profesional.

A los docentes miembros de mi tribunal, especialmente a mi tutora Ing. Patricia Chiriboga por su tiempo, paciencia, dedicación y su ejemplo de entrega con mucho amor a lo que hace.

A Pablo Emilio Rodas y Carina Espinoza por abrirme las puertas permitiéndome realizar el proyecto de investigación en su empresa.

A mis amigos por estar siempre para mí y darme las fuerzas necesarias para no rendirme expresándome su cariño infinito.

*Marianela*

## INDICE DE CONTENIDO

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	II
DICTAMEN DE CONFORMIDAD.....	III
INFORME DEL TUTOR.....	IV
DERECHOS DE AUTOR.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
1 INTRODUCCIÓN.....	1
2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
3 JUSTIFICACIÓN.....	3
4 OBJETIVOS.....	3
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	3
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	3
5 HIPÓTESIS .....	4
6 ESTADO DEL ARTE .....	4
6.1 Antecedentes .....	4
6.2 Fundamentación teórica.....	5
6.2.1 UNIDAD I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	5
6.2.2 UNIDAD II: CALIDAD DE LOS SERVICIOS .....	9
6.2.3 UNIDAD III: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE .....	12
7 METODOLOGÍA.....	15
7.1 Método.....	15
7.2 Tipo de investigación.....	15

7.3	Diseño de la investigación .....	16
7.4	Población y muestra.....	16
7.4.1	Población externa .....	16
7.4.2	Muestra externa .....	16
7.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	17
7.5.1	Técnicas .....	17
7.5.2	Instrumentos .....	17
7.6	Técnicas de procesamiento de la información .....	18
8	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	18
8.1	Análisis de resultados de las encuestas realizadas a los Clientes de la Hacienda Turística Rancho “Los Emilio´s” .....	18
8.2	Comprobación de la Hipótesis .....	27
8.3	Discusión de Resultados .....	39
8.4	Propuesta para mejorar la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio´s .....	41
9	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	44
9.1	Conclusiones .....	44
9.2	Recomendaciones .....	45
10	BIBLIOGRAFÍA .....	46
11	ANEXOS.....	48
11.1	Cuestionario Modelo SERVQUAL.....	48
11.2	Escala de puntuación del Modelo SERVQUAL sobre la calidad de servicio...49	

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de frecuencias del género de los clientes de Rancho Los Emilio's .....	18
Tabla 2. Distribución de frecuencias de la edad de los clientes Rancho Los Emilio's ...	19
Tabla 3. Distribución de frecuencias global de datos agrupados .....	20
Tabla 4. Distribución de los niveles de la dimensión de Elementos Tangibles .....	21
Tabla 5. Distribución de los niveles de dimensión de Fiabilidad.....	22
Tabla 6. Distribución de los niveles de la dimensión de Capacidad de Respuesta .....	24
Tabla 7. Distribución de los niveles de la dimensión de Seguridad.....	25
Tabla 8. Distribución de los niveles de la dimensión de Empatía.....	26
Tabla 9. Tabla cruzada de Elementos Tangibles y Calidad de los Servicios .....	29
Tabla 10. Prueba Chi-cuadrado para Elementos Tangibles y Calidad .....	30
Tabla 11. Tabla cruzada de Fiabilidad y Calidad .....	31
Tabla 12. Prueba Chi-cuadrado para Fiabilidad y Calidad.....	32
Tabla 13. Tabla cruzada de Capacidad de Respuesta y Calidad .....	33
Tabla 14. Prueba Chi-cuadrado para Capacidad de Respuesta y Calidad.....	34
Tabla 15. Tabla cruzada de Seguridad y Calidad .....	35
Tabla 16. Prueba Chi-cuadrado para Seguridad y Calidad.....	36
Tabla 17. Tabla cruzada de Empatía y Calidad. ....	37
Tabla 18. Prueba Chi-cuadrado para Empatía y Calidad .....	38
Tabla 19. Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Modelo SERVQUAL.....	39
Tabla 20. Media de las dimensiones del Modelo SERVQUAL.....	39

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Ubicación de la Hostería Turística Rancho Los Emilio's .....	6
Gráfico 2. Organigrama Estructural de la Hostería Turística Rancho Los Emilio's.....	8
Gráfico 3. Dimensiones del Modelo SERVQUAL .....	11
Gráfico 4. Concepto de Cliente según varios autores.....	12
Gráfico 5. Concepto de Satisfacción del Cliente según varios autores .....	14
Gráfico 6. Distribución de frecuencias del género de los clientes de Rancho Los Emilio's .....	18
Gráfico 7. Distribución de frecuencias de la edad de los clientes de Rancho Los Emilio's .....	19
Gráfico 8. Distribución de frecuencias global de datos agrupados .....	20
Gráfico 9. Distribución de los niveles de la dimensión de Elementos Tangibles .....	21
Gráfico 10. Distribución de los niveles de dimensión de Fiabilidad.....	23
Gráfico 11. Distribución de los niveles de la dimensión de Capacidad de Respuesta ....	24
Gráfico 12. Distribución de los niveles de la dimensión de Seguridad.....	25
Gráfico 13. Distribución de los niveles de la dimensión de Empatía.....	27
Gráfico 14. Propuesta para mejorar la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's .....	41

## **RESUMEN**

El proyecto de investigación con el título “La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio’s del cantón Alausí” tiene como finalidad el análisis del nivel de satisfacción de los clientes referente a la calidad de los servicios que ofrece Rancho Los Emilio’s, para su desarrollo se requiere el estudio de conceptualización de calidad, así como también de servicio, para poder medir la calidad del servicio se utilizó el Modelo SERVQUAL, mediante la aplicación de este modelo y el análisis de los resultados, se pudo realizar una propuesta para así poder mejorar la calidad de los servicios e incrementar el nivel de satisfacción de los clientes que visitan el lugar.

Para comprobar la efectividad de las variables se aplicó un cuestionario de un modelo exitoso y se procedió a recopilar la información, para la comprobación de la hipótesis se utilizó la prueba estadística Chi-cuadrado y así poder realizar una propuesta para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.

### **PALABRAS CLAVE**

Calidad, calidad de servicio, satisfacción del cliente.

## **ABSTRACT**

The research project with the title “The quality of services and customer satisfaction at the Tourist Hacienda Rancho Los Emilio’s in Alausí canton” aims to analyze the level of customer satisfaction regarding the quality of services offered by Rancho Los Emilio’s, for its development requires the study of conceptualization of quality, the SERVQUAL model was used to measure the quality of service, by applying this model and analyzing the results, a proposal was made to improve the quality of services and increase the level of satisfaction of customers who visit the place.

To verify the effectiveness of the variables, a questionnaire of a successful model was applied, and the information was collected, to verify the hypothesis, the Chi-square statistical test was used and thus be able to propose so that the company can achieve its objectives. Short, medium, and long-term objectives.

**Keywords:** quality, service quality, customer satisfaction.

Reviewed by:  
Mgs. Sonia Granizo Lara.  
**English professor.**  
c.c. 0602088890

## **1 INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación pretende determinar la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del Cantón Alausí y la satisfacción que tienen los clientes que visitan el lugar. Actualmente es muy importante el poder determinar la calidad de los servicios que brinda una empresa turística, esto le dará paso a ser reconocida a nivel tanto local como nacional, el poder medir la satisfacción de los clientes en los servicios que reciben es algo muy importante para la empresa de tal manera que se puede conocer cuál es su expectativa, percepción y satisfacción para así determinar si sus necesidades son cumplidas de la manera adecuada; como empresa, los servicios que ofrecen no dependerán solamente de cómo se desenvuelvan los trabajadores, sino que a la vez influye mucho la manera en cómo trabajan de forma conjunta creando un entorno ideal para que el cliente viva una experiencia placentera, de esta manera es como los servicios turísticos pueden ir mejorando en el tiempo con una constante innovación.

La calidad influye mucho en fidelizar al cliente hacia una marca, un producto o servicio, esto es en lo que concuerdan muchos de los autores al investigar la importancia que tiene la calidad en los servicios turísticos para poder llegar a la creación de una fidelización de la marca, en la hacienda turística Rancho Los Emilio's es de gran importancia el poder medir la satisfacción de los clientes que visitan el lugar, ya que desean centrarse en un mejoramiento en sus diferentes servicios.

En la presente investigación se aplicará el método hipotético deductivo mediante el uso de técnicas como son la encuesta y la observación directa, mismas que permitirán analizar la calidad de los diferentes servicios que se ofrecen en el lugar y a la vez, el nivel de satisfacción que tienen los clientes una vez que culminan su visita a la hostería turística Rancho Los Emilio's.

## **2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La calidad en los servicios que ofrecen las empresas turísticas es un punto clave para poder obtener crecimiento en el mercado local, regional, nacional e internacional, todo cliente al contratar un servicio busca calidad y satisfacción en la experiencia que recibe.

En el mercado del turismo exclusivamente deben cerciorarse de que todo servicio ofrezca una experiencia placentera en su estadía y de esta manera contribuya a satisfacer las necesidades del cliente y llegar a cumplir o hasta inclusive superar sus expectativas.

La hacienda turística Rancho Los Emilio's existe desde hace varios años, a pesar de tener una larga trayectoria, en el mercado no se conoce con precisión la satisfacción de los clientes acerca de los servicio que reciben tras su estadía en el lugar, determinar esto es importante para la empresa ya que permitirá mejorar en gran escala la entrega de los servicios que se ofrecen como son alojamiento, restaurant, piscina al aire libre, acampada en la montaña, paseo a caballo, entre otros, también existe falta de aprovechamiento del área de terreno por lo que se podría implementar mayor infraestructura, no existe capacitación al talento humano para poder enfrentar nuevos retos y no manejan un adecuado control de la base de datos para poder conocer cuál es el servicio que más demandan sus clientes.

El conocer el nivel de satisfacción de los clientes que visitan el lugar permitirá mejorar en gran escala la entrega de la calidad de los servicios, por ello, es preciso realizar una investigación que ayude a recolectar la información necesaria para el análisis de la satisfacción de los clientes, los resultados que arroje la investigación serán un punto clave para que los dueños de la empresa puedan tomar decisiones y estrategias precisas que originen una mejora en la relación de la expectativa con la experiencia vivida en el lugar.

## **2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera la calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí?

## **3 JUSTIFICACIÓN**

La Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí no conoce de manera precisa la percepción que tienen sus clientes al hacer uso de sus servicios, por ello se requiere un estudio en cuándo a la satisfacción de la calidad de los servicios que ofrecen para de esta manera poder incrementar la afluencia de clientes al lugar así como también la presente investigación ayudará a enfocarse en los puntos más débiles que posee el rancho para de esta manera implementar nuevas estrategias en base a una propuesta para el mejoramiento de sus servicios así como también para la implementación de los nuevos servicios que se encuentran en etapa de planificación ya que cuentan con un área extensa de terreno.

## **4 OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

- Determinar de qué manera la calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar la situación actual de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's.
- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes en la calidad de los servicios recibidos.
- Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's.

## **5 HIPÓTESIS**

H<sub>0</sub>: La calidad de los servicios no influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí.

H<sub>1</sub>: La calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí.

## **6 ESTADO DEL ARTE**

### **6.1 Antecedentes**

La presente investigación se desarrolla en base a datos bibliográficos investigados con relación a la calidad de los servicios, con el objetivo de adquirir información previa de similares investigaciones.

La investigación con el título “La Calidad del Servicio y la Satisfacción de los clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la ciudad de Latacunga” realizada por (Chiluisa Caillagua & Herrera, 2015) señala la importancia de ofrecer calidad en los servicios, con buena atención a los clientes, a pesar de la fuerte competencia en un mercado de constante crecimiento como sucede en el sector turístico, se puede conocer la percepción mediante distintas dimensiones como son los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.

La investigación con el título “La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la Empresa Siscomdis de la ciudad de Ambato” realizada por (Coque, 2012) menciona que la percepción del cliente es lo más importante para poder satisfacer su necesidad, por ello, es indispensable la constante innovación en el espacio físico, el implementar varios servicios dentro de una misma área, así como también el brindar una constante capacitación a los colaboradores sobre atención al cliente.

(Cajas, Flores, & Peralvo, 2020) en su investigación “Análisis de calidad de los servicios turísticos de aventura en el cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua en el año 2018” manifiestan la importancia de la calidad de los servicios en el turismo de aventura, con una medición en base a las dimensiones del Modelo SERVQUAL se puede obtener la calidad percibida y realizar un análisis comparativo con la expectativa que crean los clientes antes de hacer uso de los servicios turísticos de aventura.

El Modelo SERVQUAL es clave en las investigaciones sobre calidad tanto como productos y/o servicios, así lo podemos encontrar en las investigaciones de Chiluisa Y Herrera, así como también de Cajas, Flores y Peralvo.

## **6.2 Fundamentación teórica**

### **6.2.1 UNIDAD I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA.**

#### **6.2.1.1 Reseña Histórica**

El 9 de junio de 1973 se compra parte de la hacienda en donde ahora se encuentra ubicado Rancho Los Emilio´s que pertenece a Ángel Rubén Rodas, es donde construye su casa junto con su esposa América Beatriz Espinoza Paredes donde crecen sus hijos siendo el único varón Pablo Emiliano.

En el año 2006, tras una cabalgata realizada hacia el recinto Miraflores del cantón Cumandá, Pablo Emiliano Rodas Espinoza “Pablo Emilio” y su familia se dirigen a un complejo turístico, luego de conocer el relajamiento que existe, tomar un baño en la piscina en días festivos; Pablo Emilio, tiene la idea de construir una piscina familiar en la casa de su padre Rubén Rodas, en el predio denominado Bolivia. Al ver que a la gente le gustaba ir a la piscina como si fuese un establecimiento turístico; Pablo Emilio construye poco a poco las duchas, baños, cabaña de estar, cabaña de juegos y cocina; para el año 2013 acaba de construir una cabaña con seis habitaciones llamada Hotel Los Emilio´s.

En la actualidad se considera a este establecimiento una hacienda turística denominada Rancho Los Emilio's, conformada por los predios de propiedad del señor Ángel Rubén Rodas Ullo, en este establecimiento se brinda servicio de alojamiento, alimentación, cabalgatas, caminatas, recreación en juegos de mesa y una cancha de vóley, también cuenta con un mini parque para los niños, al realizar la visita al ordeño se recorre la ruta de la leche pues de ahí se obtiene los productos elaborados por Lácteos Los Emilio's.

**Gráfico 1.** Ubicación de la Hostería Turística Rancho Los Emilio's



**Fuente:** Google Maps (2021)

**Elaborado por:** Marianela Miranda

### 6.2.1.2 Misión y Visión

- Misión

Promover el agroturismo, satisfaciendo las necesidades de turistas del país y el mundo, a través de la calidad en el servicio con nuestro personal debidamente capacitado, logrando superar las expectativas del entorno, contribuyendo así al mejoramiento de la actividad turística del cantón Alausí.

- Visión

Ser un establecimiento reconocido a nivel nacional e internacional, por la confianza y seguridad que ofrecemos, brindando la mejor alternativa para conocer la biodiversidad del cantón Alausí y la provincia del Chimborazo, enfocados principalmente en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes por medio del agroturismo.

### **6.2.1.3 Valores**

La Hacienda Turística Rancho Los Emilio's tiene claros sus principios y valores con los que se van enfocando sus metas gracias a la ayuda de sus colaboradores que trabajan con:

**Eficiencia y rapidez:** en la prestación del servicio.

**Calidad:** Ofrecer productos de alta calidad permitirá lograr la permanencia y el crecimiento de la empresa.

**Trabajo en equipo:** para lograr unión en el personal y resultados oportunos.

**Servicio:** mantener siempre una actitud servicial a quienes visiten las instalaciones y procurar satisfacer todas sus necesidades e inquietudes que presenten. Hacer sentir a nuestros clientes que son muy importantes para nosotros.

**Mejoramiento continuo:** La empresa está en la obligación de entregar al mercado productos y servicios de calidad, que estén acorde con los requerimientos del mercado meta, por lo que es indispensable que cada vez se vaya innovado y mejorando el producto y el servicio.

**Honestidad:** a través de un manejo transparente de recursos, y en todas las acciones, dando confianza a los clientes y a todos quienes conforman la empresa.

**Responsabilidad:** Todos los empleados estarán comprometidos al desarrollo de las actividades a ellos asignadas, las mismas que serán realizadas con seriedad y responsabilidad.

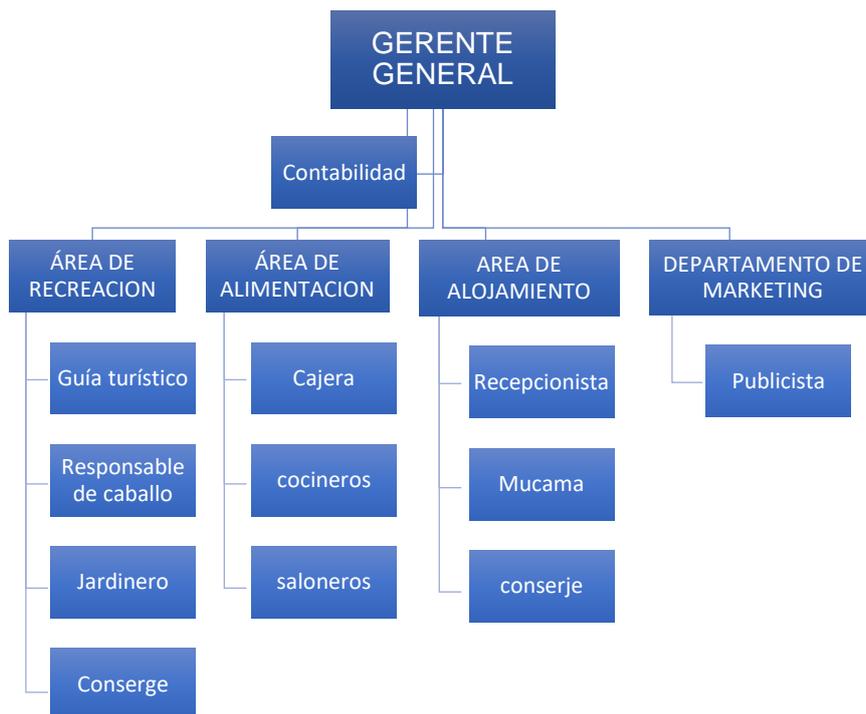
**Puntualidad:** en cada una de las obligaciones asignadas para con la empresa y el cliente.

**Compromiso:** Deberá existir una aceptación voluntaria de la obligación de aportar esfuerzos y capacidades al mejoramiento de la empresa por parte de todos quienes la conforman.

(Rancho Los Emilio's, 2020)

#### 6.2.1.4 Organigrama Estructural

**Gráfico 2.** Organigrama Estructural de la Hostería Turística Rancho Los Emilio's



**Fuente:** (Rancho Los Emilio's, 2020)

**Elaborado por:** Marianela Miranda

## **6.2.2 UNIDAD II: CALIDAD DE LOS SERVICIOS**

### **6.2.2.1 Concepto de Calidad**

La calidad es la adecuación que se le da a un producto o servicio para que cumpla con un alto nivel en sus características al llegar hasta el cliente.

(Harrington, 1990) definió la calidad como el hecho de cumplir o exceder las expectativas del cliente a un precio que sea capaz de soportar.

(Juran, 1993) supuso que la calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Además, según Juran, la calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es “la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”.

La calidad es algo fundamental dentro de una empresa ya que se debe brindar un producto o servicio de calidad y el cliente es quien tiene la potestad de poder valorarla y concluir si satisface su necesidad.

### **6.2.2.2 Concepto de Servicio**

Según (Sandhusen, 2002) "Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

Para (Sánchez Galán, 2016) Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.

El servicio es un producto intangible, que demanda la necesidad de cumplir con ciertas actividades para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

### **6.2.2.3 Concepto de Calidad de Servicios**

Según (Molina, 2014) la calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

“Es importante destacar que cuando en una organización se plantea la visión tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin: satisfacer las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro” (Albretch, 1992).

La calidad de los servicios se considera eficiente cuando los resultados superan a las expectativas que tenía el cliente previamente al usar el servicio.

### **6.2.2.4 Concepto de Modelo SERVQUAL**

Según (Estudio, 2019) El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas. De esta forma, contrasta esa medición con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.

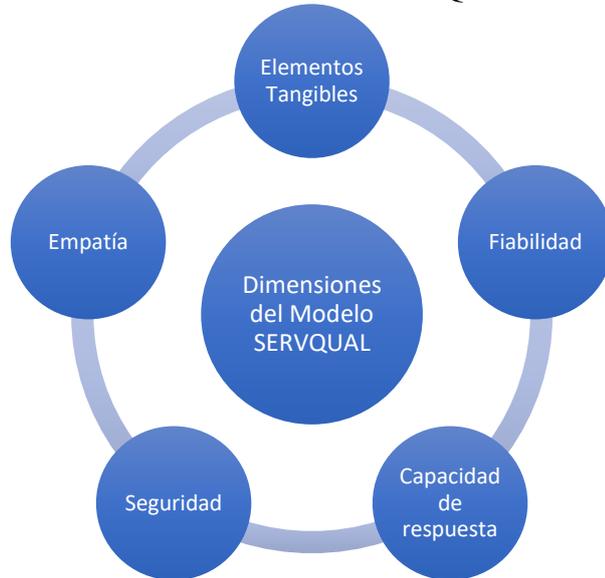
Para (Nishizawa, 2014) El modelo Servqual es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio.

El Modelo SERVQUAL mediante sus 5 dimensiones nos ayuda a obtener un resultado sobre la satisfacción del cliente en cuando a la calidad de los servicios que recibe, mediante este modelo también podemos conocer los parámetros en los cuales la empresa se encuentra teniendo debilidad y ayudar al mejoramiento de estrategias mediante una propuesta para incrementar la afluencia de clientes al lugar ofreciendo servicios de calidad.

### 6.2.2.5 Dimensiones del Modelo SERVQUAL

El Modelo SERVQUAL fue elaborado por (Parasuraman, Ziethaml, & Berry, 1988) se basa en cinco dimensiones para así lograr medir la calidad de los servicios.

**Gráfico 3.** Dimensiones del Modelo SERVQUAL



**Fuente:** (Parasuraman, Ziethaml, & Berry, 1988)

**Elaborado por:** Marianela Miranda

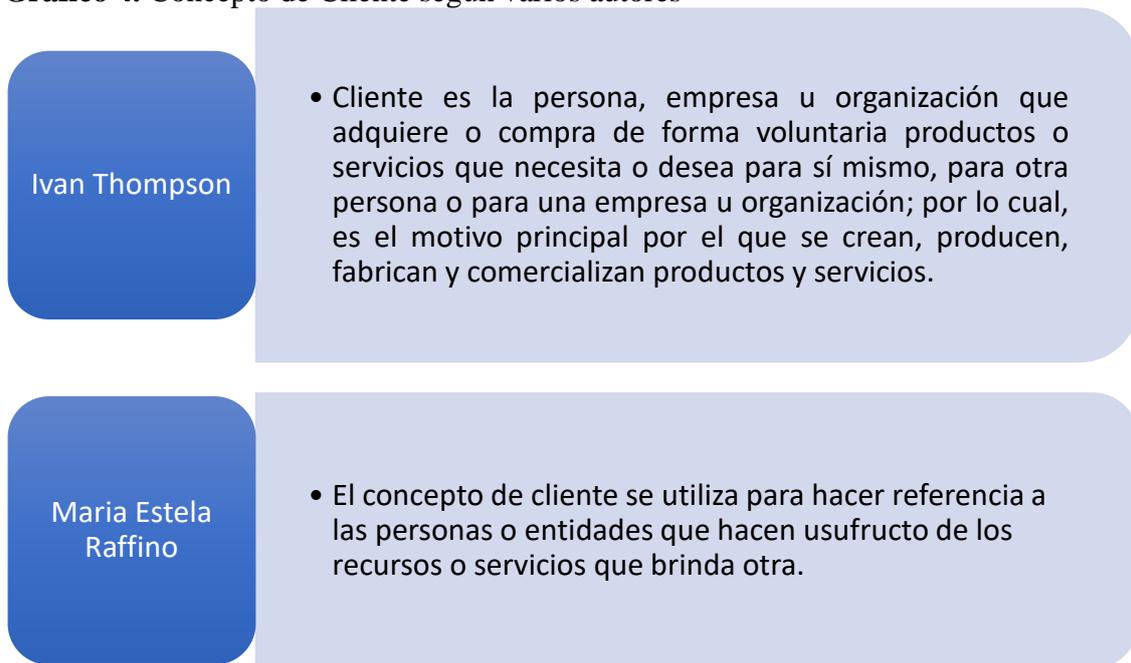
- Elementos Tangibles: toma en cuenta la infraestructura, instalaciones físicas, el personal, equipos, publicidad.
- Fiabilidad: se basa en el servicio que reciben de acuerdo con el cuidado que tengan en cumplir con lo que se establece previo a la llegada de los clientes, ser fiables y brindar confianza.
- Capacidad de respuesta: esta dimensión está directamente relacionada con el tiempo de espera al poder hacer uso de un servicio, debe tener la capacidad de resolver inquietudes.
- Seguridad: se relaciona directamente con la tranquilidad del tiene el cliente que la persona que se encuentra asesorándole al hacer uso de un servicio se encuentra capacitada.

- Empatía: esta dimensión se la debe relacionar de manera individual ya que el cliente recibe atención personalizada y tiene la creencia de que toda inquietud podrá ser resuelta.

## 6.2.3 UNIDAD III: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

### 6.2.3.1 Concepto de Cliente

**Gráfico 4.** Concepto de Cliente según varios autores



**Fuente:** (Thompson, 2019), (Raffino, 2020)

**Elaborado por:** Marianela Miranda

Un cliente es la razón de ser para la creación de un producto o servicio ya que estos están destinados a ser adquiridos mediante empresas, organizaciones o personas que tienen la necesidad de adquirir productos o servicios para satisfacer sus necesidades.

### 6.2.3.2 Concepto de Atención al Cliente

La atención al cliente es el adecuado manejo de estrategias para poder satisfacer un nivel de atención adecuado hacia los clientes internos y externos, tomando en cuenta a la competencia.

Según (Ucha, 2009) Se designa con el concepto de Atención al Cliente a aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos.

El servicio al cliente se enfoca en el manejo adecuado del contexto en la venta del producto o servicio a los clientes para poder comunicarse de una manera directa respondiendo cualquier inquietud y así lograr satisfacer su atención.

### **6.2.3.3 Concepto de Expectativa del Cliente**

Para (Cacciavillani, 2018) Las expectativas del cliente son aquellos anhelos que el comprador, nuevo o habitual, espera satisfacer gracias a tu empresa, tus productos y servicios. Eso incluye también la experiencia que espera tener en el proceso de compra o utilización del producto.

“Le llamamos expectativa de los clientes a aquello que nuestros clientes esperan de nosotros como marca. La expectativa está relacionada íntimamente con las experiencias que hayan tenido anteriormente en torno a nuestra propuesta, respecto a la calidad de nuestro producto y con el servicio de atención que brindemos” (Da Silva, 2020).

La expectativa del cliente es algo que la empresa no puede predecir, se debe actuar de acuerdo con las necesidades que demandan sus clientes a los productos o servicios que ofrece ya que el cliente crea grandes expectativas para sentirse satisfechos.

### **6.2.3.4 Concepto de Percepción del Cliente**

“La percepción del cliente son valoraciones subjetivas que este se forma luego de experimentar los servicios o productos, de ahí que algunos la identifiquen también como experiencia o servicio percibidos dado que abarca cada experiencia directa o indirecta que el cliente haya tenido” (Melara, 2020).

Para (Sordo, 2021) La percepción de los clientes hace referencia a las opiniones que tienen las personas sobre tu empresa. Esta se genera cuando evalúa la experiencia que tiene con la organización, incluidos el producto que ofreces, tus estrategias de branding y tu servicio.

La percepción del cliente está ligada netamente con la experiencia, ya que se logra tener una percepción al hacer uso de un servicio o conocer cierto producto.

### 6.2.3.5 Concepto de Satisfacción del Cliente

#### Gráfico 5. Concepto de Satisfacción del Cliente según varios autores

La satisfacción del cliente hace referencia al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio.

- Pérez & Gardey

Definen la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".

- Kotler & Armstrong

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y, por ende, en el mercado meta.

- Thompson

**Fuente:** (Pérez & Gardey, 2014), (Kotler & Armstrong, 2007), (Thompson, 2019)

**Elaborado por:** Marianela Miranda

Para lograr la satisfacción del cliente es muy importante tomar en cuenta cómo actúa la mente del consumidor, para realizar este análisis, en la empresa intervienen distintos departamentos como finanzas, mercadotecnia, ventas, el llevar un seguimiento post venta también ayuda muchísimo a conocer la satisfacción del cliente y poder fidelizarlo.

## **7 METODOLOGÍA**

### **7.1 Método**

#### **7.1.1 Método Hipotético Deductivo**

El método hipotético deductivo permite partir de lo general hacia lo específico por lo cual es fundamental la comprensión del nexo existente entre los antecedentes y el resultado obtenido al concluir un trabajo de investigación.

Este método permite a la hacienda turística Rancho Los Emilio's recolectar información que permita extraer conclusiones lógicas y válidas, es por ello por lo que los pasos a seguir comenzaron con la observación del fenómeno en estudio, seguido de la creación de una hipótesis para poder explicar el fenómeno, después la deducción de consecuencias o proposiciones más relevantes vinculados a la hipótesis para así comprobar la realidad de los enunciados deducidos.

### **7.2 Tipo de investigación**

#### **7.2.1 Explicativa**

Son aquellos trabajos donde nuestra preocupación se centra en determinar los orígenes o causas de un determinado conjunto de fenómenos. Su objetivo, por lo tanto, es conocer por qué suceden ciertos hechos, analizando las relaciones causales existentes o, al menos, las condiciones en que ellos se producen. (Sabino, 1979)

Este tipo de investigación constituye el poder determinar las causas y efectos que están afectando a la empresa en el grado de satisfacción que tiene el cliente.

#### **7.2.2 Investigación de campo**

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (Arias, 2012)

Este tipo de investigación ayuda a obtener los datos directos de las variables investigadas para así poder realizar una indagación importante para el posterior análisis.

### **7.3 Diseño de la investigación**

#### **7.3.1 No Experimental**

El diseño de investigación fue no experimental ya que los sucesos fueron observados de manera real, sin manipularlos para después analizarlos en su contexto natural, así como también de datos obtenidos por la empresa en períodos anteriores.

#### **7.3.2 Descriptiva**

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas. (Hernández, 2014)

Este diseño fue implementado ya que se realiza una investigación clara y concisa en cuanto a las variables, analizando cada una de una manera independiente.

### **7.4 Población y muestra**

#### **7.4.1 Población externa**

La población de estudio en la hacienda turística Rancho Los Emilio's se basa en la cantidad de clientes que frecuentan la hacienda turística, el flujo promedio por mes son 127 personas, por lo tanto, el total de la población son 1.524 personas al año.

#### **7.4.2 Muestra externa**

Para la población de clientes de la hacienda turística Rancho Los Emilio's que es de 1.524 personas al año, se aplicó la siguiente fórmula para conocer el tamaño de la muestra:

**N:** Tamaño de la población (1.524) clientes por año.

**Z:** Grado de confianza que se establece (1,96); 95%

**E:** Error absoluto (0,05); 5%

**P:** Proporción de unidades que poseen el atributo de interés (0,50)

**Q:** Resto aritmético de P (0,50)

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 1.524}{0,05^2(1.524 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1.463,65}{4.7679}$$

$$n = 306,98 \text{ (307) encuestas}$$

Tomando en cuenta la fórmula del muestreo, el tamaño de la muestra en esta investigación es de 307 encuestados.

## 7.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 7.5.1 Técnicas

- Observación Directa: Es una técnica en la cual se observa un objeto de manera directa en la realidad y así permitir obtener información relevante.
- Encuesta: Es una técnica basada en preguntas claras y fáciles previamente desarrolladas relacionada a las variables de la investigación.
- Entrevista: Es una técnica que permite recolectar información real mediante preguntas bien formuladas y respuestas específicas.

### 7.5.2 Instrumentos

- Cuestionario Modelo SERVQUAL: Instrumento que ayudará a obtener información y a medir la calidad de los servicios de la empresa.

## 7.6 Técnicas de procesamiento de la información

En la investigación se procesa la información mediante la herramienta estadística SPSS ya que se pueden introducir grandes volúmenes de datos los cuáles se procesan de una manera fácil y rápida, para así poder conocer la relación entre dos variables y de esta manera determinar si existe o no dependencia estadística entre ellas.

## 8 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

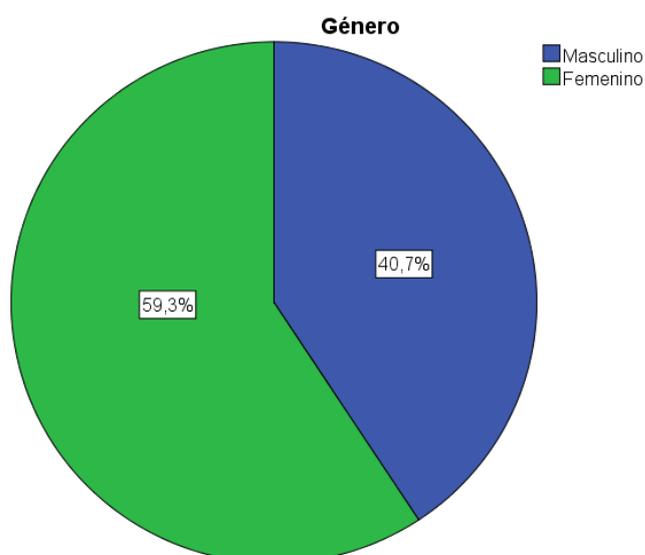
### 8.1 Análisis de resultados de las encuestas realizadas a los Clientes de la Hacienda Turística Rancho “Los Emilio´s”

Tabla 1. Distribución de frecuencias del género de los clientes de Rancho Los Emilio´s

Género				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	125	40,7	40,7
	Femenino	182	59,3	100,0
	Total	307	100,0	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio´s.

**Gráfico 6.** Distribución de frecuencias del género de los clientes de Rancho Los Emilio´s



**Fuente:** Tabla 1 de la encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio´s.

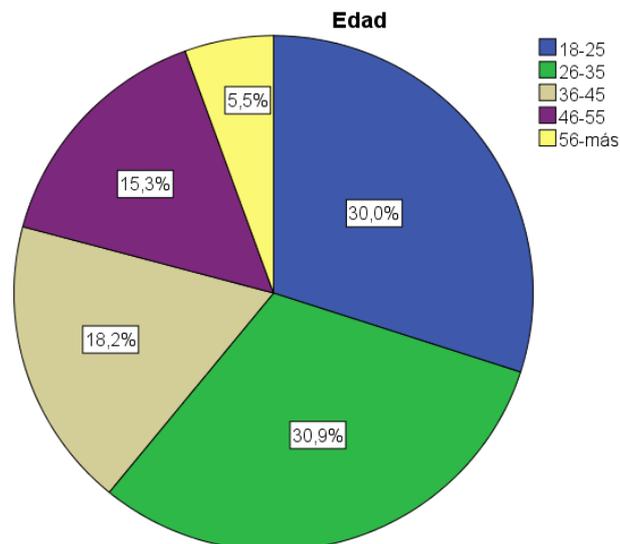
Mediante la encuesta aplicada en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's tenemos como resultado que, los clientes que visitan el lugar con más frecuencia son del género femenino con un 59,3% y se encuentra a los clientes del género masculino con un 40,7%.

Tabla 2. Distribución de frecuencias de la edad de los clientes de Rancho Los Emilio's

Edad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-25	92	30,0	30,0
	26-35	95	30,9	60,9
	36-45	56	18,2	79,2
	46-55	47	15,3	94,5
	56-más	17	5,5	100,0
	Total	307	100,0	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

**Gráfico 7.** Distribución de frecuencias de la edad de los clientes de Rancho Los Emilio's



**Fuente:** Tabla 2 de la encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Los clientes con frecuencia en visitar el lugar tenemos con un 30% el rango de 18-25 años, con un 30,9% se encuentra el rango de edad de 26-35 años, siendo éste el que concentra la mayor cantidad de clientes, con un 18,2% se encuentran los clientes en el

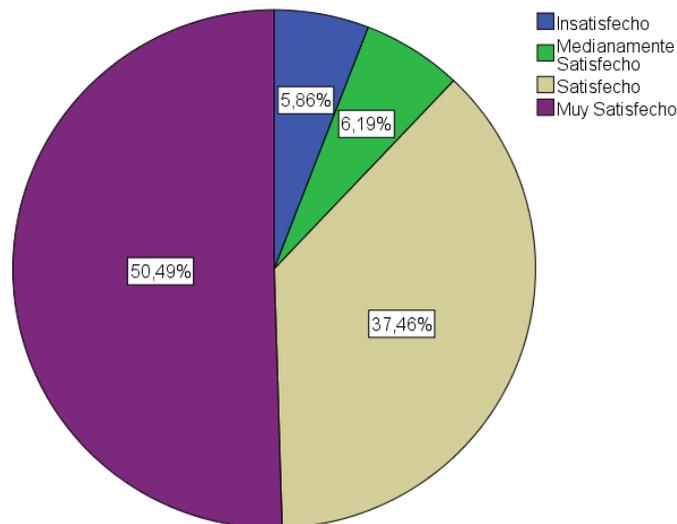
rango de 36-45 años, con un 15,3% se encuentra el rango de edad 46-55 años y tenemos un 5,5% siendo éste el grupo de minoría con 56-más años.

Tabla 3. Distribución de frecuencias global de datos agrupados

Calidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insatisfecho	18	5,9	5,9
	Medianamente Satisfecho	19	6,2	12,1
	Satisfecho	115	37,5	49,5
	Muy Satisfecho	155	50,5	100,0
	Total	307	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Gráfico 8. Distribución de frecuencias global de datos agrupados



Fuente: Tabla 3 de la encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La tabla 3 nos muestra los resultados tras agrupar las cinco dimensiones que tiene el Modelo de la Encuesta SERVQUAL, el porcentaje representativo es de 50,5% que pertenece a la valoración de Muy Satisfecho, esto nos demuestra que la empresa se encuentra por buen camino y debe seguir tomando decisiones en beneficio de los clientes, con un 37,5% se encuentra la valoración de Satisfecho lo cuál nos indica que los clientes demandan el mejoramiento continuo de los servicios.

### 8.1.1 Descripción e interpretación de los resultados de la calidad de los servicios

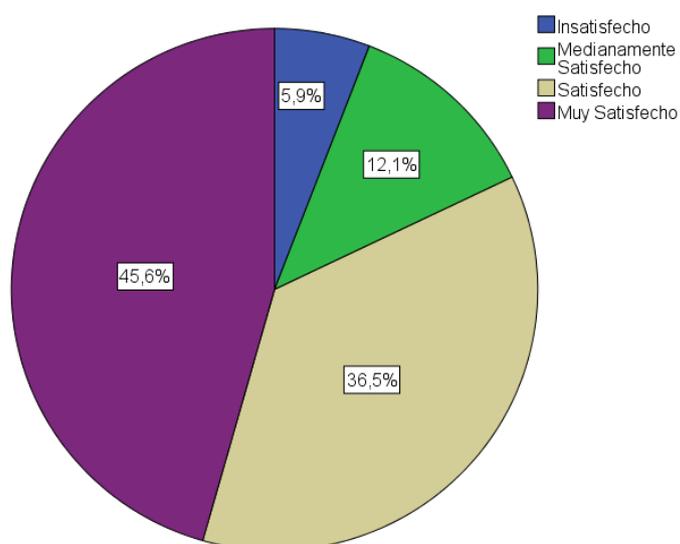
La calidad de los servicios de la Hostería Turística Rancho Los Emilio's se ha obtenido mediante la agrupación de las cinco dimensiones de la encuesta del Modelo SERVQUAL mismas que son: Elementos Tangibles (ET), Fiabilidad (F), Capacidad de Respuesta (CR), Seguridad (S) y Empatía (E), para un mejor análisis a continuación se presenta frecuencias de datos agrupados de acuerdo con las diferentes dimensiones.

Tabla 4. Distribución de los niveles de la dimensión de Elementos Tangibles

Elementos Tangibles (ET)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	18	5,9	5,9	5,9
Medianamente Satisfecho	37	12,1	12,1	17,9
Válidos Satisfecho	112	36,5	36,5	54,4
Muy Satisfecho	140	45,6	45,6	100,0
Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Gráfico 9. Distribución de los niveles de la dimensión de Elementos Tangibles



Fuente: Tabla 4 de la encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La tabla 4 tiene como porcentaje representativo un 45,6% lo cual nos indica que los encuestados están Muy Satisfechos respecto a la dimensión de Elementos Tangibles mismos que nos demuestran que las instalaciones físicas están en buen estado, tiene un ambiente limpio y agradable, posee instalaciones adecuadas para realizar distintas actividades, con un porcentaje representativo de 36,5% en la valoración Satisfecho nos indica que tenemos una debilidad en cuanto al material publicitario ya que no es visualmente atractivo, con un 12,1% se encuentra la valoración de Medianamente Satisfecho lo cuál nos indica que varios de los encuestados demandan el mejoramiento y mantenimiento de las instalaciones físicas, mientras que el 5,9% de los encuestados perciben a los Elementos Tangibles como Insatisfechos.

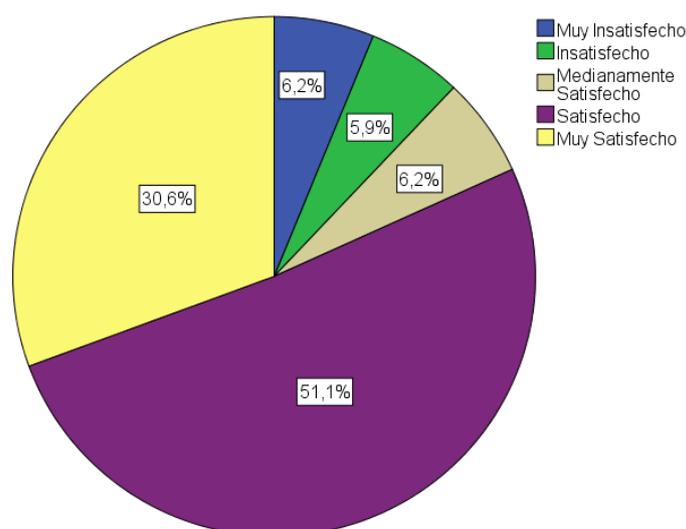
Los Elementos Tangibles que posee la Hostería Turística Rancho Los Emilio´s satisfacen las necesidades de la mayoría de los clientes, sin embargo, con el paso del tiempo se van adecuando espacios para cubrir la demanda de sus clientes potenciales.

Tabla 5. Distribución de los niveles de dimensión de Fiabilidad

<b>Fiabilidad (F)</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Insatisfecho	19	6,2	6,2	6,2
Insatisfecho	18	5,9	5,9	12,1
Medianamente Satisfecho	19	6,2	6,2	18,2
Válidos Satisfecho	157	51,1	51,1	69,4
Muy Satisfecho	94	30,6	30,6	100,0
Total	307	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio´s.

**Gráfico 10.** Distribución de los niveles de dimensión de Fiabilidad



**Fuente:** Tabla 5 de la encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La tabla 5 tiene un porcentaje representativo de 51,1% que indica que los encuestados están Satisfechos respecto a la dimensión de Fiabilidad mismos que nos demuestra que los servicios son prestados correctamente, pero con una deficiencia en los tiempos de espera como se indica desde que llegan, con un 30,6% los encuestados están Muy Satisfechos esto indica que se debe cumplir con los tiempos establecidos por parte del personal que labora en la Hostería, con un 6,2% nos encontramos con Medianamente Satisfecho y Muy Insatisfecho lo cuál nos indica que se deben tomar nuevas directrices en cuanto a Fiabilidad para lograr mayor satisfacción de los clientes, mientras un 5,9% de encuestados perciben a la Fiabilidad como Insatisfecha.

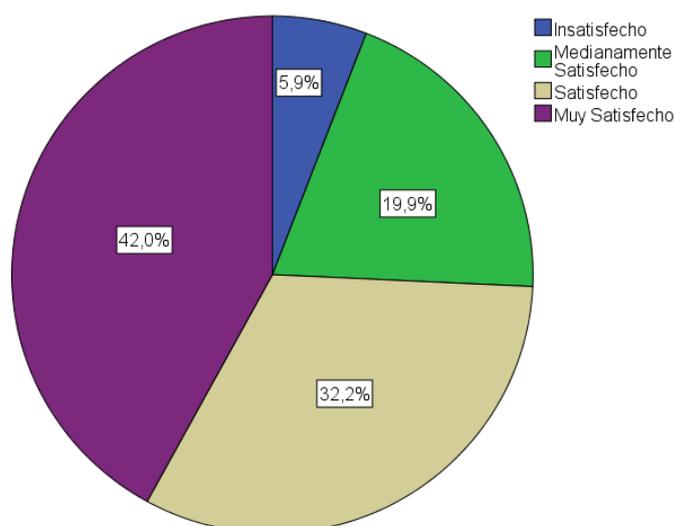
En la Hostería se adaptan a las necesidades de los clientes, sin embargo, al existir mayor cantidad de demanda no cuentan con la cantidad necesaria de personal para poder satisfacer las necesidades del cliente.

Tabla 6. Distribución de los niveles de la dimensión de Capacidad de Respuesta

Capacidad de Respuesta (CR)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	18	5,9	5,9	5,9
Medianamente Satisfecho	61	19,9	19,9	25,7
Válidos Satisfecho	99	32,2	32,2	58,0
Muy Satisfecho	129	42,0	42,0	100,0
Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Gráfico 11. Distribución de los niveles de la dimensión de Capacidad de Respuesta



Fuente: Tabla 6 de la encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

En la tabla 6 encontramos un porcentaje representativo de 42% lo cual indica que los encuestados están Muy Satisfechos respecto a la dimensión de Capacidad de Respuesta lo cual se considera que hacer una reservación en el lugar es fácil y sencillo, con un 32,2% los encuestados se encuentran Satisfechos ya que la Capacidad de Respuesta debe mejorar para poder atender a todos los clientes, con un 19,9% tenemos la valoración de Medianamente Satisfecho lo cual nos indica que se debe mejorar en muchos aspectos la

manera en cómo el personal puede resolver cualquier inquietud o problema, mientras que el 5,9% perciben a la Capacidad de Respuesta como Insatisfecha.

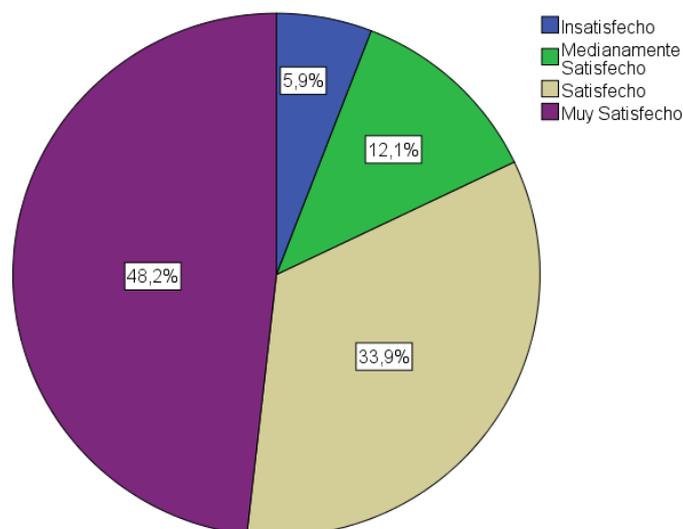
La Hostería cuenta con el personal adecuado sobre los servicios que ofrecen, sin embargo, la Capacidad de Respuesta ha ido mejorando con el pasar de los años al adquirir nuevas experiencias lo cual les ha obligado a mejorar para mayor satisfacción de sus clientes.

Tabla 7. Distribución de los niveles de la dimensión de Seguridad

Seguridad (S)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	18	5,9	5,9	5,9
Medianamente Satisfecho	37	12,1	12,1	17,9
Válidos Satisfecho	104	33,9	33,9	51,8
Muy Satisfecho	148	48,2	48,2	100,0
Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Gráfico 12. Distribución de los niveles de la dimensión de Seguridad



Fuente: Tabla 7 de la encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

El 48,2% de los encuestados se sienten Muy Satisfechos en cuanto a la dimensión de Seguridad esto indica que tienen la confianza que el Rancho no le permitiría la entrada a alguien que perturbe la calma en el lugar, un 33,9% califican dicha dimensión como Satisfechos lo cual indica que no se sienten seguros al realizar transacciones con la empresa, con un 12,1% en la valoración Medianamente Satisfecho nos indica una debilidad ya que la empresa debe mejorar el uso de sus cuentas bancarias destinadas hacia una sola persona para mayor confiabilidad y el 5,9% de los encuestados califican a la Seguridad como Insatisfecha.

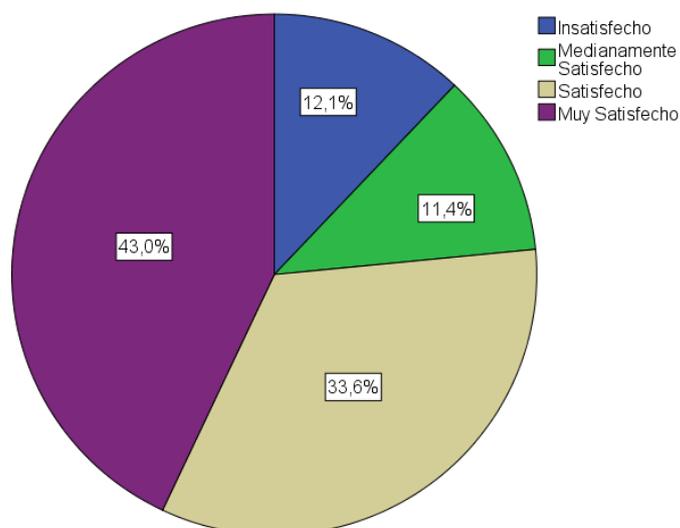
En el lugar la seguridad es muy importante ya que no solo se debe cuidar las instalaciones de la Hostería, sino también la fábrica de lácteos, el ganado, entre otros, las personas de sus alrededores son quienes ayudan en esta labor ya que es un lugar apartado, sin embargo, poseen una debilidad al no contar con cámaras de seguridad y aparatos tecnológicos para mayor seguridad.

Tabla 8. Distribución de los niveles de la dimensión de Empatía

Empatía (E)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	37	12,1	12,1	12,1
	35	11,4	11,4	23,5
Válidos	103	33,6	33,6	57,0
	132	43,0	43,0	100,0
Total	307	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

**Gráfico 13.** Distribución de los niveles de la dimensión de Empatía



**Fuente:** Tabla 8 de la encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

En la tabla 8 se encuentra un porcentaje representativo de 43% con una valoración de Muy Satisfecho en la dimensión Empatía mismo que indica que tienen un personal con gran empatía para disfrutar una mejor estadía, con un 33,6% los encuestados están Satisfechos con la atención del personal ya que siempre están dispuestos a atender sus necesidades, mientras que el 12,1% de los encuestados se encuentran Insatisfechos con la Empatía del personal y el 11,4% están Medianamente Satisfechos con la empatía del personal.

La empatía que posee el personal que labora en el lugar es algo clave para asegurar el regreso de los clientes, por ello han decidido mejorar su atención con calidad humana para poder así entender cualquier requerimiento.

## 8.2 Comprobación de la Hipótesis

Para poder realizar la comprobación de la hipótesis, saber si rechazamos la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptamos la hipótesis alternativa ( $H_1$ ), lo cual indica que la hipótesis nula tiene sus variables independientes y la hipótesis alternativa es aquella que tiene sus variables relacionadas, en esta investigación se utilizará la prueba estadística de Chi-cuadrado

mediante el programa IBM SPSS. En la presente investigación se plantearon dos hipótesis:

**H<sub>0</sub>:** La calidad de los servicios no influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí.

**H<sub>1</sub>:** La calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí.

Para análisis de las tablas cruzadas se toma en cuenta las cinco dimensiones del Modelo SERVQUAL relacionada con la Calidad de los servicios, en la misma que se puede observar el recuento (frecuencia observada) y el recuento esperado (frecuencia esperada).

Tabla 9. Tabla cruzada de Elementos Tangibles y Calidad de los Servicios

			Calidad				Total
			Insatisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	
Elementos Tangibles	Insatisfecho	Recuento	18	0	0	0	18
		Frecuencia esperada	1,1	1,1	6,7	9,1	18,0
	Medianamente Satisfecho	Recuento	0	0	30	7	37
		Frecuencia esperada	2,2	2,3	13,9	18,7	37,0
	Satisfecho	Recuento	0	19	85	8	112
		Frecuencia esperada	6,6	6,9	42,0	56,5	112,0
	Muy Satisfecho	Recuento	0	0	0	140	140
		Frecuencia esperada	8,2	8,7	52,4	70,7	140,0
	Total	Recuento	18	19	115	155	307
		Frecuencia esperada	18,0	19,0	115,0	155,0	307,0

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La tabla 9 muestra un cruce de los Elementos tangibles con relación a Calidad de los servicios de Rancho Los Emilio's. Se observa como resultado que los clientes están Muy Satisfechos con la calidad de los elementos tangibles.

Tabla 10. Prueba Chi-cuadrado para Elementos Tangibles y Calidad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	570,272 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitudes	453,120	9	,000
Asociación lineal por lineal	205,255	1	,000
N de casos válidos	307		

- a. 4 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- b. La frecuencia mínima esperada es 1,06.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

En la tabla 10 encontramos el coeficiente significativo de (Chi-cuadrado Pearson = 0.000) lo cual indica que es menor a 0,05 por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula. Se afirma que “H<sub>1</sub>: La calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí”. Los clientes al tener una mejor percepción de los elementos tangibles sentirán mayor satisfacción.

Tabla 11. Tabla cruzada de Fiabilidad y Calidad

			Calidad				Total
			Insatisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	
Fiabilidad	Muy Insatisfecho	Recuento	0	19	0	0	19
		Frecuencia esperada	1,1	1,2	7,1	9,6	19,0
	Insatisfecho	Recuento	18	0	0	0	18
		Frecuencia esperada	1,1	1,1	6,7	9,1	18,0
	Medianamente Satisfecho	Recuento	0	0	12	7	19
		Frecuencia esperada	1,1	1,2	7,1	9,6	19,0
	Satisfecho	Recuento	0	0	103	54	157
		Frecuencia esperada	9,2	9,7	58,8	79,3	157,0
	Muy Satisfecho	Recuento	0	0	0	94	94
		Frecuencia esperada	5,5	5,8	35,2	47,5	94,0
	Total	Recuento	18	19	115	155	307
		Frecuencia esperada	18,0	19,0	115,0	155,0	307,0

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La tabla 11 muestra un cruce de la Fiabilidad con relación a Calidad de los servicios de Rancho Los Emilio's. Se observa como resultado que los clientes están Satisfechos ya que cuentan con calidad en cuanto a la fiabilidad del lugar.

Tabla 12. Prueba Chi-cuadrado para Fiabilidad y Calidad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	735,699 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitudes	418,441	12	,000
Asociación lineal por lineal	198,830	1	,000
N de casos válidos	307		

a. 6 casillas (30,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

b. La frecuencia mínima esperada es 1,06.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

En la tabla 12 encontramos el coeficiente significativo de (Chi-cuadrado Pearson = 0.000) lo cual indica que es menor a 0,05 por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula. Se afirma que “H<sub>1</sub>: La calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí”. Los clientes al tener una mejor percepción de fiabilidad sentirán mayor satisfacción al utilizar los servicios.

Tabla 13. Tabla cruzada de Capacidad de Respuesta y Calidad

			Calidad				Total
			Insatisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	
Capacidad de Respuesta	Insatisfecho	Recuento	18	0	0	0	18
		Frecuencia esperada	1,1	1,1	6,7	9,1	18,0
	Medianamente Satisfecho	Recuento	0	19	35	7	61
		Frecuencia esperada	3,6	3,8	22,9	30,8	61,0
	Satisfecho	Recuento	0	0	80	19	99
		Frecuencia esperada	5,8	6,1	37,1	50,0	99,0
	Muy Satisfecho	Recuento	0	0	0	129	129
		Frecuencia esperada	7,6	8,0	48,3	65,1	129,0
	Total	Recuento	18	19	115	155	307
		Frecuencia esperada	18,0	19,0	115,0	155,0	307,0

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La tabla 13 muestra un cruce de la Capacidad de Respuesta con relación a Calidad de los servicios de Rancho Los Emilio's. Se observa como resultado que los clientes están Muy Satisfechos con la calidad de capacidad de respuesta.

Tabla 14. Prueba Chi-cuadrado para Capacidad de Respuesta y Calidad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	586,128 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitudes	435,205	9	,000
Asociación lineal por lineal	227,465	1	,000
N de casos válidos	307		

a. 4 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

b. La frecuencia mínima esperada es 1,06.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Observamos en la tabla 14 el coeficiente significativo de (Chi-cuadrado Pearson = 0.000) lo cual indica que es menor a 0,05 por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula. Se afirma que “H<sub>1</sub>: La calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí”. Los clientes al tener una mejor capacidad de respuesta sentirán mayor satisfacción.

Tabla 15. Tabla cruzada de Seguridad y Calidad

			Calidad				Total
			Insatisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	
Seguridad	Insatisfecho	Recuento	18	0	0	0	18
		Frecuencia esperada	1,1	1,1	6,7	9,1	18,0
	Medianamente Satisfecho	Recuento	0	19	18	0	37
		Frecuencia esperada	2,2	2,3	13,9	18,7	37,0
	Satisfecho	Recuento	0	0	97	7	104
		Frecuencia esperada	6,1	6,4	39,0	52,5	104,0
	Muy Satisfecho	Recuento	0	0	0	148	148
		Frecuencia esperada	8,7	9,2	55,4	74,7	148,0
	Total	Recuento	18	19	115	155	307
		Frecuencia esperada	18,0	19,0	115,0	155,0	307,0

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La tabla 15 muestra un cruce de la Seguridad con relación a Calidad de los servicios de Rancho Los Emilio's. Se observa como resultado que los clientes están Muy Satisfechos con la calidad de la seguridad.

Tabla 16. Prueba Chi-cuadrado para Seguridad y Calidad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	716,613 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitudes	542,984	9	,000
Asociación lineal por lineal	276,566	1	,000
N de casos válidos	307		

- a. 4 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- b. La frecuencia mínima esperada es 1,06.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Observamos en la tabla 16 el coeficiente significativo de (Chi-cuadrado Pearson = 0.000) lo cual indica que es menor a 0,05 por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula. Se afirma que “H<sub>1</sub>: La calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí”. Los clientes al percibir de una mejor manera la seguridad sentirán mayor satisfacción.

Tabla 17. Tabla cruzada de Empatía y Calidad.

			Calidad				Total
			Insatisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	
Empatía	Insatisfecho	Recuento	18	0	19	0	37
		Frecuencia esperada	2,2	2,3	13,9	18,7	37,0
	Medianamente Satisfecho	Recuento	0	0	35	0	35
		Frecuencia esperada	2,1	2,2	13,1	17,7	35,0
	Satisfecho	Recuento	0	19	61	23	103
		Frecuencia esperada	6,0	6,4	38,6	52,0	103,0
	Muy Satisfecho	Recuento	0	0	0	132	132
		Frecuencia esperada	7,7	8,2	49,4	66,6	132,0
	Total	Recuento	18	19	115	155	307
		Frecuencia esperada	18,0	19,0	115,0	155,0	307,0

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La tabla 17 muestra un cruce de la Empatía con relación a Calidad de los servicios de Rancho Los Emilio's. Se observa como resultado que los clientes están Muy Satisfechos con la calidad de empatía.

Tabla 18. Prueba Chi-cuadrado para Empatía y Calidad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	386,522 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitudes	397,174	9	,000
Asociación lineal por lineal	176,728	1	,000
N de casos válidos	307		

- a. 4 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- b. La frecuencia mínima esperada es 2,05.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Observamos en la tabla 18 el coeficiente significativo de (Chi-cuadrado Pearson = 0.000) lo cual indica que es menor a 0,05 por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula. Se afirma que “H<sub>1</sub>: La calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí”. Los clientes al percibir de una mejor manera la empatía sentirán mayor satisfacción.

### 8.3 Discusión de Resultados

Para el siguiente análisis se presenta en la tabla la media de las diferentes dimensiones mismas que son: elementos tangibles (ET), fiabilidad (F), capacidad de respuesta (CR), seguridad (S), y empatía (E); hemos denominado como máximo el nro. 5 y mínimo el nro. 2.

Tabla 19. Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Modelo SERVQUAL

Estadísticos descriptivos				
	N	Mínimo	Máximo	Media
ET	307	2	5	4,22
F	307	1	5	3,94
CR	307	2	5	4,10
S	307	2	5	4,24
E	307	2	5	4,07
N válido (según lista)	307			

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Tabla 20. Media de las dimensiones del Modelo SERVQUAL

Dimensión	Media	%
Elementos Tangibles	4,22	84,4%
Fiabilidad	3,94	78,8%
Capacidad de Respuesta	4,10	82%
Seguridad	4,24	84,8%
Empatía	4,07	81,4%
<b>Total</b>	<b>20,57/5=4,11</b>	<b>82,28%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Con la aplicación del Modelo SERVQUAL obtenemos una media de 4,11 (82,28%) cuyo valor máximo es el 5 (100%), de acuerdo con la escala de puntuación del anexo 11.2 la puntuación obtenida se encuentra en un rango “Muy Bueno” en base a las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.

Elementos Tangibles obtuvo un 84,4% lo cual indica que se encuentra en un rango de puntuación “Muy Bueno” este puntaje es alto debido a que la empresa realiza un mantenimiento constante de las instalaciones, cuenta con una infraestructura estilo rústica en todo el rancho, sin embargo, como punto débil se encuentra la falta de publicidad atractiva lo cual es clave en el crecimiento de las empresas ya que se lo considera una inversión para crear un recuerdo de la marca y la experiencia en la mente de los clientes.

Fiabilidad se encuentra con un 78,8% en el rango de puntuación “Bueno” siendo el porcentaje más bajo de nuestro análisis, esto debido a que la empresa al momento de querer adaptarse a las necesidades de los clientes puede existir una debilidad ya que no cuenta con la cantidad adecuada de personal para lograr satisfacer las necesidades de los clientes que visitan el rancho y demandan tanto los servicios existentes como otro tipo de servicios adicionales, lo cual sucede con más frecuencia en épocas festivas.

Capacidad de Respuesta obtuvo un 82% y se encuentra en el rango de puntuación “Muy Bueno” esto debido a que en el rancho los empleados se encuentran capacitados para ayudar a resolver cualquier inquietud de los clientes, para realizar una reservación de igual manera se lo realiza de manera ágil, sin embargo, muchas de las veces los clientes deben esperar más tiempo de lo planificado para hacer uso de algún servicio lo cual se considera un punto débil ya que se deben cumplir con los cronogramas establecidos.

Seguridad se encuentra con un 84,8% de acuerdo a la puntuación se ubica como “Muy Bueno” debido a que en el rancho al ser un lugar apartado, se mantiene la seguridad de

que nadie va a perturbar la tranquilidad de los clientes en el rancho o sus alrededores, sin embargo al realizar las transacciones con rancho Los Emilio's, los clientes no sienten seguridad al realizar las distintas transacciones ya que no se destina una cuenta bancaria para las reservas y demás lo cual debe fijar con una sola cuenta bancaria para poder generar además de seguridad, confiabilidad hacia los clientes.

Empatía cuenta con un 81,4% lo ubica en el rango de puntuación "Muy Bueno" esto debido a que sus horarios de atención son muy flexibles a los requerimientos de los clientes, el personal posee una calidez humana y un sentido de responsabilidad para poder ayudar a los clientes, resolver sus inquietudes y atender sus requerimientos, sin embargo, es importante el poder capacitar a los colaboradores en atención al cliente para atender mejor sus necesidades ya que no basta solo con la experiencia para así también poder fidelizar a los clientes y brindar una experiencia placentera.

La empresa ha mejorado mucho la calidad de sus servicios con el pasar de los años, sin embargo, es importante considerar estas dimensiones ya que se encuentran en un rango de puntuación 78,8 % a 84,8% lo cual indica que aún falta mucho para lograr la excelencia de calidad en los servicios que ofrece la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's.

#### 8.4 Propuesta para mejorar la calidad de los servicios en la Hacienda Turística

##### Rancho Los Emilio's

**Gráfico 14.** Propuesta para mejorar la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's

Dimensión	Objetivo	Estrategia
<b>Elementos Tangibles</b>	Mejorar la apariencia física del rancho.	- Invertir en publicidad adecuada que permita quedarse en la mente de los clientes.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la imagen corporativa.</li> <li>- Brindar capacitaciones a sus colaboradores.</li> <li>- No descuidar el mantenimiento de sus instalaciones físicas.</li> </ul>
<b>Fiabilidad</b>	Mejorar la atención hacia los requerimientos de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contar con la cantidad de personal adecuado de acuerdo con las fechas que exista mayor afluencia de clientes.</li> <li>- Mejorar los tiempos en cuanto a poder dar respuesta a ciertas dudas o requerimientos.</li> <li>- Distribuir las responsabilidades entre sus colaboradores.</li> </ul>
<b>Capacidad de Respuesta</b>	Mejorar la atención preventa y postventa de los servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La atención para una reservación debe presentarse con varias opciones de paquetes turísticos.</li> <li>- Vender sus servicios mediante el comercio electrónico.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar el servicio postventa para poder conocer la satisfacción de los clientes y lograr la fidelización de estos.</li> </ul>
<b>Seguridad</b>	Ofrecer confianza de que los datos proporcionados no serán vulnerados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer una cuenta bancaria destinada solamente para realizar transacciones con clientes del rancho.</li> <li>- Capacitar en el uso de herramientas tecnológicas al personal.</li> <li>- Implementar una base de datos confiable y segura en donde reposen los datos de los clientes.</li> </ul>
<b>Empatía</b>	Capacitar al personal en atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar los protocolos de atención a los clientes.</li> <li>- Establecer lineamientos en el manejo de los servicios.</li> <li>- Establecer los procesos que se deben seguir en cada uno de los servicios.</li> </ul>

**Elaborado por:** Marianela Miranda

## **9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **9.1 Conclusiones**

- Se ha logrado determinar la calidad de los servicios de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's mediante la aplicación del cuestionario del Modelo SERVQUAL lo cual permitió conocer el nivel de influencia en la satisfacción de los clientes que hacen uso de los servicios que brinda el lugar.
- El diagnóstico de la situación actual de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's en esta investigación lo ubica en un nivel de satisfacción alto, sin embargo, falta mucho por hacer para lograr alcanzar los objetivos empresariales y lograr posicionarse en el mercado local, provincial y nacional.
- Se ha identificado el nivel de satisfacción de los clientes de acuerdo con la calidad de los servicios que reciben, mediante lo cual se pudo conocer que los dueños del lugar pusieron en marcha este proyecto sin visualizarse completamente a futuro, es decir no se han establecido metas a corto, mediano y largo plazo, todo surge de lo que demandan los clientes.
- La propuesta de estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios se encuentra enfocada en los puntos débiles encontrados en la presente investigación por lo que se considera necesario tomarla en cuenta y aplicarlo de acuerdo con su grado de importancia que consideren necesario para de esta manera poder incrementar la afluencia de clientes al lugar.

## 9.2 **Recomendaciones**

- Para el mejoramiento de la calidad de los servicios y el impacto de la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's es recomendable el poder realizar ciertos análisis de manera continua de cómo se está manejando la calidad de los servicios ya que los clientes cambian sus gustos y preferencias de manera constante y es ahí en donde la empresa debe tomar decisiones que vayan a la par con sus objetivos.
- La situación actual de la empresa de acuerdo con las cinco dimensiones analizadas en este proyecto se encuentra en un nivel muy alto de satisfacción de sus clientes, por aquello, se recomienda no descuidar el manejo de las relaciones con los clientes, la publicidad que llame la atención ya que existen otros destinos turísticos en la zona que son competencia directa.
- Para que el nivel de satisfacción de los clientes en la calidad de los servicios alcance un nivel de excelencia es recomendable que se tome en cuenta las sugerencias de los clientes, ya que los mismos supieron manifestar que se requiere de iniciativa de los dueños del lugar en la creación de paquetes turísticos, días de promociones, entre otros.
- Se recomienda la aplicación de las estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's ya que ayudará a incrementar la cartera de clientes y también lograr la fidelización de estos.

## 10 BIBLIOGRAFÍA

- Albretch, K. (1992). *La Revolución del Servicio*. La Habana: Instituto Nacional de Turismo.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.
- Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Kalamo.
- Cacciavillani, M. (4 de octubre de 2018). *Compara Software*. Obtenido de <https://blog.comparasoftware.com/expectativas-del-cliente/>
- Cajas, J., Flores, B., & Peralvo, Y. (2020). *Repositorio Digital Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20807/1/T-UCE-0005-CEC-279.pdf>
- Chiluisa Caillagua, J. G., & Herrera, J. (Abril de 2015). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/10085/1/269%20MKT.pdf>
- Coque, D. (Octubre de 2012). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2457/1/662%20ING.pdf>
- Da Silva, D. (2020). *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/expectativa-de-los-clientes/>
- Estudio, A. (2019). *Aiteco Consultores*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Harrington. (1990). *Nuevas Normas ISO*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Hernández, S. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Juran. (1993). *Nuevas Normas ISO*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Principios de Marketing*. Sao Paulo: Pearson Prentice Hall.

- Melara, M. (26 de marzo de 2020). *El blog de Marlon Melara*. Obtenido de <https://marlonmelara.com/que-es-la-percepcion-del-cliente/>
- Molina, O. (2014). *EcuRed*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Calidad\\_de\\_los\\_Servicios](https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios)
- Nishizawa, R. M. (2014). *scielo.org*. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005#:~:text=El%20modelo%20Servqual%20es%20una,y%20cualitativos%20de%20los%20clientes.](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005#:~:text=El%20modelo%20Servqual%20es%20una,y%20cualitativos%20de%20los%20clientes.)
- Parasuraman, A., Ziethaml, V., & Berry, L. (1988). *SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *journal of retailing* .
- Pérez, J., & Gardey, A. (2014). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
- Raffino. (2020). *concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/cliente/>
- Rancho Los Emilio's. (2020). Generalidades Hacienda Turística Rancho Los Emilio's. Chimborazo, Ecuador.
- Sabino, C. (1979). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.
- Sánchez Galán, J. (13 de febrero de 2016). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sandhusen, R. (2002). *webquery*. Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADAM0000618/C1.pdf>
- Sordo, A. I. (17 de junio de 2021). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/mejorar-percepcion-clientes>
- Thompson, I. (Julio de 2019). *promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Ucha, F. (2009). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>

## 11 ANEXOS

### 11.1 Cuestionario Modelo SERVQUAL



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Encuesta dirigida a los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's

NOTA: La información proporcionada será utilizada únicamente para la realización del trabajo de titulación **LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA HACIENDA TURÍSTICA RANCHO LOS EMILIO'S DEL CANTÓN ALAUSÍ**

#### **CUESTIONARIO DE PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS**

Con el objetivo de analizar los servicios prestados por Rancho Los Emilio's, por favor llenar la siguiente encuesta de acuerdo con lo que usted percibió tras su estadía.

Tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- |                                    |                        |
|------------------------------------|------------------------|
| 1) Muy insatisfecho (MI)           | 4) Satisfecho (S)      |
| 2) Insatisfecho (I)                | 5) Muy satisfecho (MS) |
| 3) Medianamente satisfecho (Me. S) |                        |

#### **Datos Personales**

Género: Masculino ( ) Femenino ( )

Edad: 18 – 25 ( ) 26 – 35 ( ) 36 – 45 ( ) 46 – 55 ( ) 56 – más ( )

Ítems de evaluación	MI	I	Me. S	S	MS
	1	2	3	4	5
<b>Elementos Tangibles – ET</b>					
1. El rancho cuenta con las instalaciones adecuadas y servicios necesarios para disfrutar su estancia.					
2. Las instalaciones físicas se encuentran en buen estado.					
3. El aspecto de los empleados es limpio y agradable.					
4. El material publicitario es visualmente atractivo.					
<b>Fiabilidad – F</b>					
5. Los empleados demuestran capacidad de servicio al cliente.					

6. La atención a su llegada es inmediata y de forma amable por el personal.					
7. Los servicios que brinda el lugar son presentados correctamente desde el inicio.					
8. Cuando requiere de ayuda, el personal tiene la capacidad de resolver sus inquietudes.					
9. El tiempo que espera para hacer uso de algún servicio es satisfactorio.					
<b>Capacidad de respuesta – CR</b>					
10. Hacer una reservación en Rancho Los Emilio's es fácil y sencillo.					
11. Los colaboradores de Rancho Los Emilio's están dispuestos a ayudar.					
12. Si se presenta una dificultad dentro del rancho, considera que el personal lo resolvería de forma rápida.					
13. Al solicitar algún producto o servicio, existe la capacidad y confianza de que me ayudarían a conseguirlo.					
<b>Seguridad – S</b>					
14. Siente seguridad dentro del Rancho Los Emilio's.					
15. Confía en la honestidad de las personas que laboran en la empresa.					
16. Tiene la confianza que el rancho no le permita la entrada a alguien que perturbe la calma en el lugar.					
17. Usted se siente seguro en sus transacciones con Rancho Los Emilio's.					
<b>Empatía – E</b>					
18. El personal está atento con sus necesidades, dispuestos a solucionarlas.					
19. Recibe atención personalizada.					
20. El personal le brinda atención con calidez humana y entiende sus necesidades específicas.					
21. En las áreas dentro del rancho existe un ambiente agradable.					
22. El horario de atención del rancho es conveniente para disfrutar de una mejor estadía.					

*Gracias por su colaboración.*

### 11.2 Escala de puntuación del Modelo SERVQUAL sobre la calidad de servicio

Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
<b>0 – 20%</b>	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%

**Fuente:** (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

**Elaborado por:** Marianela Miranda