



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROPUESTA DEL MODELO DE SIMULACIÓN SERVQUAL EN EL  
COMPLEJO TURÍSTICO MIRAMAR PARA LA OPTIMIZACIÓN  
COMPETTIVA DEL SECTOR TURÍSTICO

PONTON QUEVEDO LENY MARIBEL  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA  
2019



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROPUESTA DEL MODELO DE SIMULACIÓN SERVQUAL EN EL  
COMPLEJO TURÍSTICO MIRAMAR PARA LA OPTIMIZACIÓN  
COMPETITIVA DEL SECTOR TURÍSTICO

PONTON QUEVEDO LENY MARIBEL  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

MACHALA  
2019



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

PROPUESTA DEL MODELO DE SIMULACIÓN SERVQUAL EN EL COMPLEJO  
TURÍSTICO MIRAMAR PARA LA OPTIMIZACIÓN COMPETITIVA DEL SECTOR  
TURÍSTICO

PONTON QUEVEDO LENY MARIBEL  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

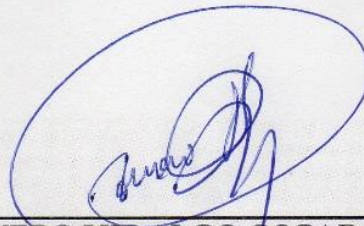
ROMERO HIDALGO OSCAR MAURICIO

MACHALA, 28 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA  
28 de agosto de 2019

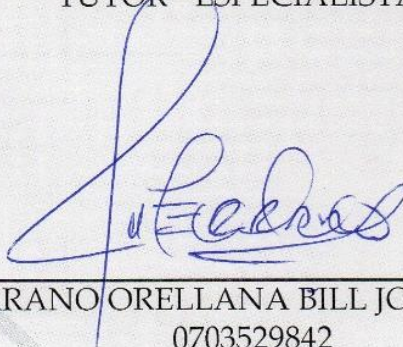
**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado PROPUESTA DEL MODELO DE SIMULACIÓN SERVQUAL EN EL COMPLEJO TURÍSTICO MIRAMAR PARA LA OPTIMIZACIÓN COMPETITIVA DEL SECTOR TURÍSTICO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



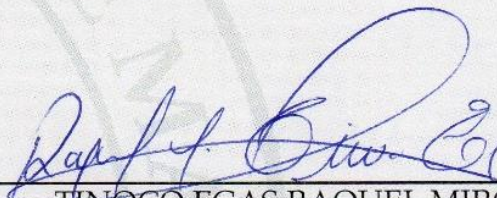
---

ROMERO HIDALGO OSCAR MAURICIO  
0702603747  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

SERRANO ORELLANA BILL JONATHAN  
0703529842  
ESPECIALISTA 2



---

TINOCO EGAS RAQUEL MIROSLAVA  
0703523761  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: miércoles 28 de agosto de 2019 - 08:26

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** PONTON QUEVEDO LENY MARIBEL\_PT-010419.pdf (D54817726)  
**Submitted:** 8/14/2019 4:45:00 PM  
**Submitted By:** titulacion\_sv1@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 2 %

### Sources included in the report:

TESIS YANELLY TRUJILLO.docx (D43601715)  
SARES ECHEVERRIA THALIA RAQUEL.docx (D25073821)  
<http://www.redalyc.org/pdf/1807/180743275003.pdf>

### Instances where selected sources appear:

3

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, PONTON QUEVEDO LENY MARIBEL, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado PROPUESTA DEL MODELO DE SIMULACIÓN SERVQUAL EN EL COMPLEJO TURÍSTICO MIRAMAR PARA LA OPTIMIZACIÓN COMPETITIVA DEL SECTOR TURÍSTICO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 28 de agosto de 2019



PONTON QUEVEDO LENY MARIBEL  
0705286151

## RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo principal la propuesta del modelo de simulación SERVQUAL mediante el análisis de la calidad del servicio de los clientes para la optimización competitiva del sector turístico en el complejo Miramar. Indicando que, en todos los países, las empresas no están aplicando estudios de calidad de Servicio, es por ello que existe bajo nivel de satisfacción y falta de medición de la calidad percibida y ofrecida. Es importante aplicar estudios de calidad porque permite obtener ventajas competitivas y posicionarse en el mercado, las entidades al hacer uso de las simulaciones de negocios, se están encaminando al logro de los objetivos determinados para incrementar su rentabilidad y tener mayor demanda de clientes satisfechos. La metodología utilizada es de carácter cualitativa-descriptiva, basada en indagación y revisión de documentos teóricos; y su caso práctico está fundamentado en el método cuantitativo por medio de la escala de Likert y el Alfa de Cronbach. El análisis de la escala de Likert muestra los resultados, mismos que en el alfa de Cronbach tiene un valor superior de 0,60 donde los 44 elementos tienen congruencia entre expectativas y percepciones. Además, al analizar las brechas se evidenció que la entidad posee un nivel de calidad del servicio considerablemente positivo, sin embargo, en la dimensión de elementos tangible, existe una deficiente e inadecuada presentación de imagen de los empleados, razón por la cual, se debe tomar medidas que faciliten la toma de decisiones y aplicación de nuevas estrategias para alcanzar una competitividad exitosa.

**Palabras claves:** simulador, negocios, SERVQUAL, servicio al cliente, competitividad.

## ABSTRACT

The main objective of this research work is the proposal of the SERVQUAL simulation model by analyzing the quality of customer service for the competitive optimization of the tourism sector in the Miramar complex. Indicating that, in all countries, companies are not applying service quality studies, that is why there is a low level of satisfaction and lack of measurement of perceived and offered quality. It is important to apply quality studies because it allows to obtain competitive advantages and position in the market, the entities when making use of business simulations, are moving towards the achievement of the determined objectives to increase their profitability and have greater demand for satisfied customers. The methodology used is qualitative-descriptive, based on inquiry and review of theoretical documents; and its case study is based on the quantitative method through the Likert scale and Cronbach's Alpha. The Likert scale analysis shows the results, which in the cronbach's alpha have a value greater than 0.60 where the 44 elements have congruence between expectations and perceptions. In addition, when analyzing the gaps, it was evidenced that the entity has a considerably positive level of service quality, however, in the tangible element dimension, there is a poor and inadequate presentation of the employees' image, which is why take measures that facilitate decision making and application of new strategies to achieve successful competitiveness

**Keywords:** Simulator, Business, SERVQUAL, Customer Service, Competitiveness.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>2</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Contextualización.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Objetivo General .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Indicadores del Problema.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Ventaja competitiva .....</b>	<b>7</b>
<b>2. DESARROLLO.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Objetivos específicos.....</b>	<b>9</b>
<b>2.3 Metodología del Modelo de Simulación SERVQUAL.....</b>	<b>9</b>
<b>2.4 Propuesta de aplicación del modelo SERVQUAL en el complejo turístico     Miramar.....</b>	<b>13</b>
<b>3. CONCLUSIONES.....</b>	<b>15</b>
<b>4. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>16</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>18</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
<b>Gráfico 1.- Modelo SERVQUAL.....</b>	<b>11</b>
<b>Gráfico 2.- Brechas por dimensiones .....</b>	<b>14</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
<b>Cuadro 1.- Alfa de Cronbach por dimensiones .....</b>	<b>13</b>
<b>Cuadro 2.- Análisis de las brechas por dimensiones .....</b>	<b>14</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Contextualización.

El turismo ha experimentado durante décadas continuas un gran crecimiento y profunda diversificación hasta convertirse en uno de los sectores con mayor crecimiento a nivel mundial, según el autor Díaz y López (2016) “el turismo tiene honda repercusión en lo económico y en lo social, no solo en el ámbito mundial sino también al interior de los países, en regiones y territorios” (pág. 36); por tal razón, se lo considera como uno de los mayores generadores de ingresos económicos para un país, es decir que, a medida que el mercado turístico crece se vuelve más competitivo por lo que la calidad del servicio es clave para hacer frente a otros mercados que ofrecen exactamente lo mismo.

Venezuela ha gestionado modelos de competitividad para mejorar la calidad del servicio y posicionar su marca destino, según Ritchie y Crouch (1993) expone 6 grupos y factores para impulsar el sistema turístico, entre estos: Recursos medulares y atractivos, Factores y recursos de apoyo, Administración del destino, Determinantes, condicionantes y amplificadores, Micro entorno competitivo y Macro entorno global (Citado en Gutiérrez y Narváez, 2015); mientras que Colombia, ha utilizado el modelo Servqual mediante cuatro dimensiones que son: clientes, entorno, organización y talento humano; Nieves & Dominguez (2009) menciona que se utilizó el programa SPSS, en donde se analizaron los resultados por medición de correlación de variables comprendida entre -1 a 1 en el cual el más significativo es aquel que se acerque al número 1. (Monsalve & Hernández, 2015)

A nivel del Ecuador, su vía de inclusión hacia un mercado turístico internacional conlleva un proceso de cambios, con el propósito de desarrollar modelos de gestión de turismo sostenible que otorgue nuevas oportunidades, con bienestar y calidad, por medio de la interacción del cliente con los recursos naturales y culturales disponibles; por ello, los factores sociales que involucra es, transformar e implementar una planificación integral y participativa de acuerdo a lo determinado en el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR) con perspectiva al año 2020. (Reyes, Ortega, & Machado, 2017)

El turismo ha constituido un impacto indescriptible en el desarrollo del país, es una de las principales fuentes de ingreso con más expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo, considerado también uno de los países con mayor biodiversidad a nivel mundial. Cabe indicar, que de acuerdo a los resultados de GEOVIT para el año 2018

muestran que Quito es el principal cantón emisor de turismo interno seguido por Guayaquil y Cuenca. (Servicios Turismo Ecuador, 2018).

En la ciudad de Machala, provincia de El Oro se han cristalizado importantes negocios e inauguración de grandes empresas, como el nuevo negocio denominado Complejo Turístico Miramar, mismo que pronostica mayores inversiones para potenciar el circuito turístico en la provincia. Por tal razón, se plantea el siguiente tema de investigación titulado “Propuesta del modelo de simulación SERVQUAL en el COMPLEJO TURÍSTICO MIRAMAR para la optimización competitiva del sector turístico” y así evitar que existan inconsistencias en la administración, servicio y atención al cliente.

## **1.2 Objetivo General**

El objetivo principal de este caso es proponer un modelo de simulación SERVQUAL mediante el análisis de la calidad del servicio de los clientes para la optimización competitiva del sector turístico en el complejo Miramar.

La metodología utilizada para el desarrollo de la presente investigación es de carácter cualitativa a través de descriptiva, basada en indagación y revisión de documentos teóricos; y su caso práctico está fundamentado en método cuantitativo por medio de la escala de Likert con el apoyo de Alfa de Cronbach. Este trabajo se encuentra fragmentado en tres secciones puntuales que son: Introducción, desarrollo y conclusión.

## **1.3 Indicadores del Problema**

Los problemas que presenta el Complejo turístico es:

1. No disponer de un simulador de negocios.
2. Desconocimiento de cómo se encuentra el nivel de calidad de su servicio.
3. No se mide la satisfacción de sus clientes.

## **1.4 Ventaja competitiva**

Por medio de la implementación y uso del simulador de negocios facilita a una toma decisiones eficientes con la finalidad de mejorar la atención y satisfacer las necesidades de los clientes.

## **2. DESARROLLO**

### **2.1 MARCO TEÓRICO.**

Para Gutiérrez y Narváez (2017), la ventaja competitiva en el sector turístico comprende el desempeño de factores como: “atractivos (naturales, culturales, recreativos, comerciales), de soporte (infraestructura, accesibilidad, proveedores de servicios), de dirección (gestión de recursos, mercadeo, calidad del servicio) y condicionantes (localización, seguridad, imagen y relación costo – valor)” (p. 79). El turismo además forma parte de la innovación debido a que es un sector flexible y diverso por la relación existente entre los sitios web, mercados y clientes dinámicos (Astudillo & Prada, 2017). Además, la innovación presenta 3 factores relevantes que son: globalización, tecnologías y la sostenibilidad (Iglesias, Correia, Jambrino, & De Luque, 2017).

#### **Simulación de negocios.**

El modelo de simulación se inició desde los años 1950, cuando surgió la importancia de dividir las partes de un problema para evaluar la interacción entre las mismas. Por eso, la simulación permitió analizar los sistemas desde partes integradas; los cuales eran complejos para hacerlos analíticamente (Cova, 2016).

Los primeros simuladores de negocios fueron estrategias implementadas en China e India como son el Go o WWei- Hai (3000 AC), que se fundamenta en buscar una correcta ubicación territorial para la defensa; en India en cambio nació a partir del ajedrez el cual servía para las unidades militares durante la guerra que se daba en los países, sirviendo de estrategias para la toma de decisiones.

En siglo XIX es donde los simuladores toman importancia, y empiezan a implementarse por los alemanes y británicos en la preparación de las guerras mundiales como instrumentos de estrategias. Es aquí donde se ve la necesidad de fomentar el desarrollo de simuladores con el propósito de generar acciones en el ámbito comercial. Esto gracias a la época donde se produjo cambios tecnológicos con el apoyo de sistemas computarizados aplicados en la simulación. (Garzón, 2012)

En los años 80, los simuladores se expandieron con mayor complejidad; se usaban en el Ejercicio Ace de la Empresa del Atlántico del Norte en 1989, participando para la toma de decisiones de 3000 comandantes. En el 2003 se crea la Empresa Británica Michelsen Consulting, enfocada en el desarrollo de software educativo, es aquí donde se origina el nombre de LABSAG que significa Laboratorio de Simuladores en

Administración y Gerencia, el cual se encarga de gestionar la cantidad de alumnos y participantes por internet. Inicio con tres simuladores, y en la actualidad cuenta con 10 simuladores donde no requiere la ayuda del personal de sistemas puesto que es una operación automática y transparente. (Rodríguez, 2015)

Posteriormente surgen los principales desarrollos de las simulaciones, que se concreta en un auge ante las empresas y universidades siendo un instrumento de aprendizaje para ambas. Razón que ha permitido generar avances tecnológicos involucrando la computación y comunicación, creando relación para la toma de decisiones. Según el autor Mancilla (1999) menciona que las ventajas que tienen los modelos de simulación es que permiten conocer las alternativas de operación y el desempeño del sistema conforme a condiciones. También tienen desventajas como no tener exactitud de la realidad, costos altos, invierte mayor tiempo en la operación del sistema y además son operados por las personas (León & Cañas, 2014).

## **2.2 Objetivos específicos.**

- Medir la calidad del servicio.
- Analizar las expectativas y percepciones de los consumidores.
- Identificar las áreas en las que el empresario pueda mejorar la prestación de los servicios que ofrece al cliente.

## **2.3 Metodología del Modelo de Simulación SERVQUAL.**

La metodología utilizada para el desarrollo de la presente investigación es de carácter cualitativa a través del método deductivo, analítico, y el tipo de investigación es descriptiva, explicativa y correlacional, ya que sus variables son la medición de la calidad del servicio, mediante las variables de expectativas y percepciones de los clientes. Además, está basada en la indagación y revisión de documentos teóricos; y su caso práctico está fundamentado en un método cuantitativo por medio de la escala de Likert con el apoyo de Alfa de Cronbach.

El modelo de simulación Service Quality (SERVQUAL) fue desarrollado por Parasuraman, Berry y Zeithaml en 1988, es una técnica de investigación comercial que facilita identificar y medir la calidad del servicio en donde permite determinar las perspectivas de cliente y como éste valora el servicio. No obstante, este modelo analiza información cuantitativa y cualitativo de los clientes proveyendo de opiniones, comentarios y sugerencias que servirán de mejora conforme las expectativas y percepciones de los mismos. (Matsumoto, 2014)

Parasuraman, Berry y Zeithaml menciona que este modelo contiene una serie de 22 ítems que permiten medir y evaluar la calidad del servicio, por otra parte, Causado, Charris y Guerrero (2019), menciona que a través de estos ítems se mide el nivel percibido del servicio otorgado por la empresa, obteniéndose al medir las diferencias entre expectativas y percepciones en base a cinco dimensiones: Fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía.

### **Modelo SERVQUAL.**

Dentro del modelo de simulación SERVQUAL se ha determinado 5 procesos:

El primer proceso establece la variable que es la calidad del servicio, en donde se va a medir los índices de calidad y satisfacción de los clientes.

En el segundo proceso se analiza las variables de expectativas y percepciones en donde las expectativas tienen que ver con el servicio que los clientes esperan recibir de un determinado lugar, mientras que las percepciones se refieren a cómo los clientes valoran el servicio ya recibido.

Como tercer proceso se encuentra el análisis de las 5 brechas:

- Brecha 1: Se hace el análisis y se establece una diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones del dueño de la empresa ya que si no tiene claro las necesidades de los clientes no podrán satisfacer sus necesidades.
- Brecha 2: Se analiza las percepciones que tiene el dueño de la empresa en base a las normas de calidad ya establecidas.
- Brecha 3: Es el análisis de las especificaciones del servicio, ya que no se puede ofrecer un buen servicio sino se sigue las normas y procedimientos.
- Brecha 4: Análisis del factor externo, lo que la empresa ofrece por medio de publicidad es lo que debe contener el servicio caso contrario afecta directamente a las expectativas de los clientes.
- Brecha 5: Análisis general de las expectativas y percepciones.

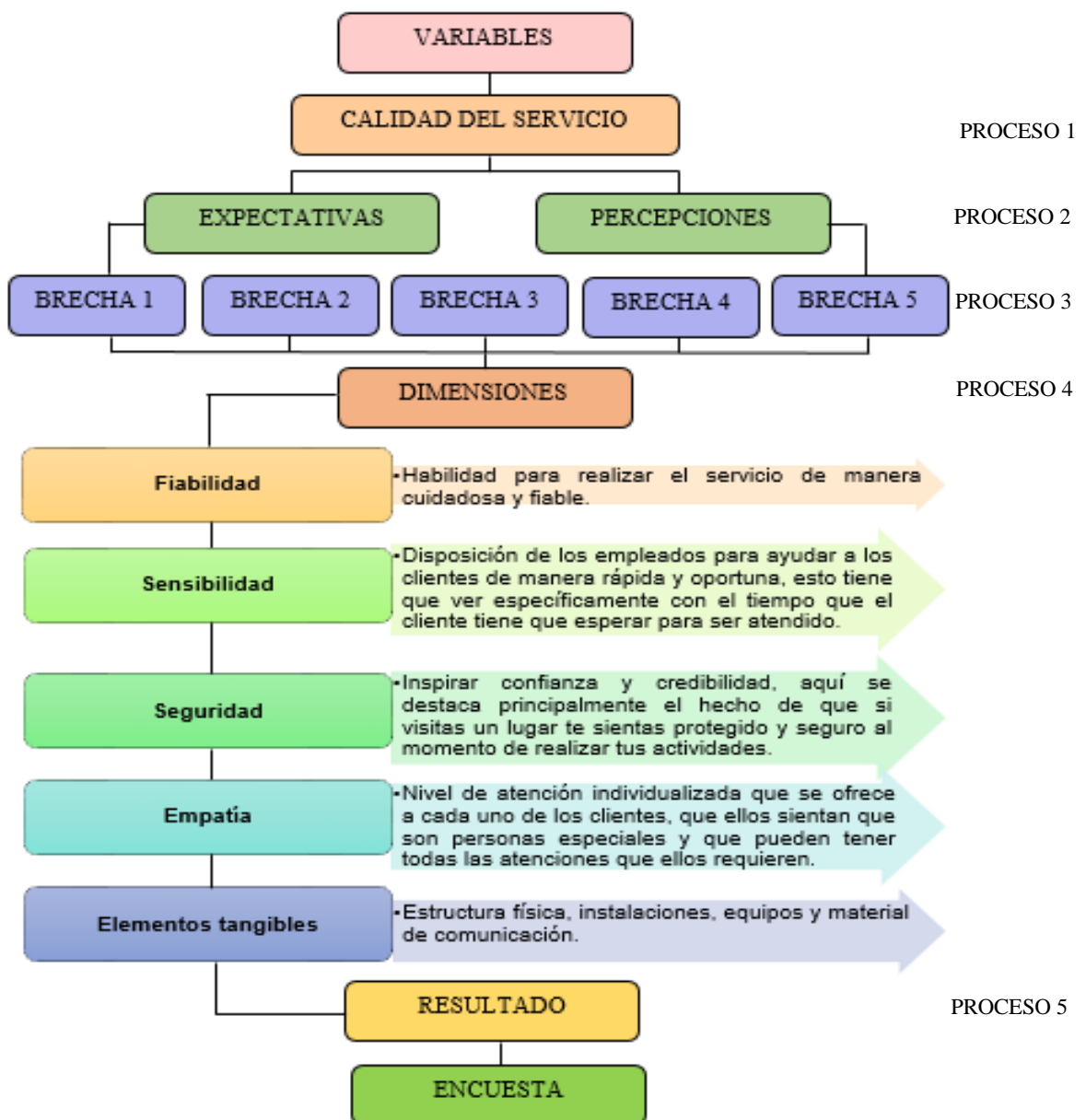
Como cuarto proceso hacemos un análisis de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL que son: primero la fiabilidad que consiste en tener habilidades para realizar un servicio eficiente, el segundo es la capacidad de respuesta o sensibilidad enfocada en la ayuda que dan los empleados a los clientes de manera eficiente y rápida, el tercero corresponde a la seguridad que es generar confianza y credibilidad



del lugar que visitas, el cuarto es la empatía que representa la atención personalizada que se le da a cada cliente, y por último los elementos tangibles que corresponde a la estructura física, instalaciones, equipos y material de comunicación.(Torres & Vásquez, 2015).

Como quinto y último proceso se procede a la realización de una encuesta en la que se va a determinar la calidad del servicio, con encuestas de entrada que nos permitirán analizar las expectativas de los clientes y las encuestas de salida que nos permitirán analizar las percepciones de los clientes.

**Gráfico 1.- Modelo SERVQUAL.**



**Fuente:** (Torres & Vásquez, 2015; Rubio, 2014)

**Elaborado por:** La Autora

Para poder implementar el modelo SERVQUAL, se debe desarrollar encuestas a todos los clientes, utilizando la escala de Likert y el alfa de Cronbach, para la medición de la calidad del servicio, a través de las variables de expectativas como de las percepciones; las mismas que nos generarán las dimensiones, dando como resultado el cuestionario.

**Escala de Likert.** - Es un instrumento psicométrico donde el encuestado establece su posición de acuerdo o desacuerdo sobre su respuesta de los ítems. Por lo tanto, cada escala está conformada por valoración ordinal, en el cual se induce el medio neutral con opciones de respuestas del 1 al 5. Esta escala de alternativas se demuestra de manera horizontal, con espacio y al lado de cada ítem la valoración numérica. (Matas, 2018)

**Alfa de Cronbach.** - Este coeficiente de alfa de Cronbach mide la correlación de las respuestas obtenidas de un cuestionario; es decir, analiza las preguntas y realiza una correlación media entre las preguntas por el cual hacen uso de la misma escala de medición, calculándose por la varianza de los ítems de cada ítem y de la varianza total de los ítems evaluados. (Cascaes, y otros, 2015)

A continuación, se presenta la fórmula utilizada (Valbuena, 2017):

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{St_2} \right)$$

Dónde

K= significa número de ítems

$\sum S_i^2$ = significa la suma de cada una de los ítems

$St_2$ = se refiere a la suma total de los ítems

**Modelo de brechas.** - Este modelo propuesto por Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988) analizan las cinco dimensiones que presentan como resultados los problemas que tienen al momento de entregar el servicio y que han intervenido en la evaluación de la calidad percibida del servicio de los clientes. En síntesis, este modelo se orienta hacia el uso de estrategias y procesos que las empresas de servicios emplean para lograr un servicio de excelencia, por medio del cual ayudara a cerrar las brechas existentes de las expectativas y percepciones del cliente (Torres & Vásquez, 2015).

## 2.4 Propuesta de aplicación del modelo SERVQUAL en el complejo turístico Miramar.

El Complejo Turístico Miramar tiene una capacidad de 25 habitaciones, en el cual el día que se recogió la información y aplicación de los cuestionarios se encontraban al menos 30 clientes ocupando el Complejo, estos fueron la población a la que se realizó la encuesta.

El cuestionario se encuentra conformado por cinco dimensiones, se categoriza por 22 ítems utilizando la escala de Likert del 1 al 5, en donde 1 significa calificación baja y 5 calificación alta. La aplicación del cuestionario se elaboró en dos partes, las primeras 22 preguntas se entregó al ingreso de los clientes; y la segunda parte que fue entregado al momento de salida o retiro de los mismos, con el propósito de analizar las expectativas que tienen al momento de ingresar al complejo y la percepción al momento de desalojar el lugar una vez adquirido el servicio. (Ver Anexo A).

En el cuadro 1, se muestran los resultados del análisis de Alfa Cronbach, determinado por dimensiones.

**Cuadro 1.- Alfa de Cronbach por dimensiones**

Dimensiones	Encuestas de entradas	Expectativas	Encuestas de salidas	Percepciones
Fiabilidad	5	0,313	5	0,390
Sensibilidad	4	0,065	4	0,068
Seguridad	4	0,156	4	0,167
Empatía	4	0,064	4	0,066
Elementos tangibles	5	0,101	5	0,098
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>0,699</b>	<b>22</b>	<b>0,789</b>

**Fuente: Programa Estadístico IBM SPSS**

**Elaborado por: La Autora**

De acuerdo a los resultados de las expectativas se evidenció que la fiabilidad tiene una consistencia mayor de 0,313 en el rango de las dimensiones; en cambio la sensibilidad, empatía, seguridad y elementos tangibles se encuentran con un rango más baja en relación a la fiabilidad. Así mismo, al analizar los resultados de las percepciones nos muestra que de fiabilidad 0,390 contiene el rango superior, con relación a dimensiones de sensibilidad, empatía, seguridad, y elementos tangibles mismas que de acuerdo a los resultados necesitan mayor enfoque al momento de realizar mejoras en el servicio. Esto se debe a que, según las encuestas de salidas realizadas a los visitantes, en casi todos los ítems sus respuestas fueron satisfactorias superando las expectativas de los clientes.

Los resultados obtenidos de las brechas de expectativas y percepción de los clientes fueron divididos en cinco dimensiones. (Ver Anexo B)

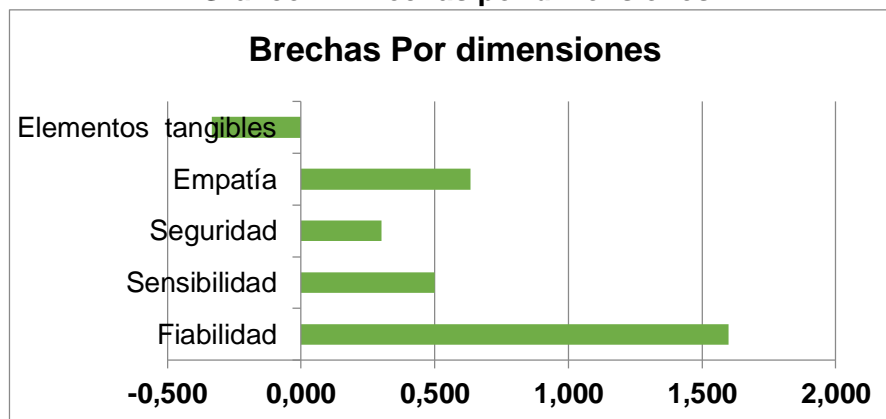
**Cuadro 2.- Análisis de las brechas por dimensiones**

Dimensiones	Brechas
Fiabilidad	1,600
Sensibilidad	0,500
Seguridad	0,310
Empatía	0,633
Elementos tangibles	-0,333

Fuente: Programa Estadístico IBM SPSS

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 2.- Brechas por dimensiones**



Fuente: Programa Estadístico IBM SPSS

Elaborado por: La Autora

El cuadro 2, nos demuestra el resultado obtenido de las encuestas en cuanto a expectativas y percepciones, en donde se refleja que a través del análisis de calidad del servicio del Complejo Turístico, se ha determinado que la de dimensión de fiabilidad tiene un valor de 1,600, es decir, el personal del Complejo cumple con todas las necesidades del cliente; la dimensión de Empatía es de 0,633 señalando que los clientes se encuentran felices y cómodos, la dimensión de sensibilidad corresponde a un resultado de 0,500 la cual indica que el cliente se encuentra satisfecho con la atención del personal, la dimensión de seguridad tiene un valor de 0,310 lo que demuestra que los clientes se sienten en un ambiente seguro y por último la dimensión de elementos tangibles que posee un valor negativo de -0.333 donde la presentación de la imagen de los empleados en muchas ocasiones no es la adecuada. Es por esto, que se tiene que determinar medidas de mejoras para mitigar, corregir y prevenir posibles inconsistencias o fallas a futuro en el Complejo Turístico Miramar.

### 3. CONCLUSIONES

Con el análisis sobre la problemática existente de la simulación en el sector turístico, se pudo identificar que la simulación de negocios no está en auge en las empresas debido a que no están utilizando modelos de simulación.

Se pudo concluir que el objetivo fue cumplido debido a que se desarrolló como propuesta el modelo de simulación SERVQUAL en el Complejo Miramar; con la aplicación del modelo de simulación se pretende solucionar los problemas de no disponer de un simulador de negocios que permita medir la calidad de los servicios ya que con la utilización de este simulador la empresa va a mejorar la calidad de sus servicios.

Con la aplicación del modelo se puede concluir que la empresa va a tener una ventaja competitiva ya que va a mejorar su gestión organizacional.

Se investigaron varias teorías de la simulación que sirvieron para reforzar la investigación y utilizamos como artículo base Desarrollo del Modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio, que nos sirvió para cumplir con los objetivos específicos que es medir la calidad del servicio en base a las expectativas y percepciones de los clientes.

El modelo de simulación incluía variables, brechas y dimensiones que nos generaban como resultado unas encuestas, estas servirían para medir la calidad del servicio de los clientes y, además, medir las expectativas y percepciones en base a encuestas de entrada y salida que nos da como resultado el Alfa de Cronbach.

Se procedió a hacer el análisis de las encuestas y se pudo identificar los diferentes problemas que tenía la empresa y en base a eso se empezó a aplicar el modelo de simulación bajo los cinco procesos que al final nos dio como resultado un modelo aplicado a la empresa que sirvió para mejorar la calidad de los servicios en el sector turístico.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

- Astudillo, S., & Prada, J. (2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Caderno Virtual de Turismo*, 17(3), 5-21. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115454650001>
- Cascaes, F., Gonçalves, E., Valdivia, B., Grazielle, G., da Silva, T., Soleman, S., & da Silva, R. (2015). ESTIMADORES DE CONSISTENCIA INTERNA EN LAS INVESTIGACIONES EN SALUD: EL USO DEL COEFICIENTE ALFA. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 32(1), 129-138. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/363/36338592019.pdf>
- Causado, E., Charris, A., & Guerrero, E. (2019). Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia. *Información Tecnológica*, 30(2), 73-84. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000200073>
- Cova, W. (Agosto de 2016). *Sistemas, modelos simulación y un enfoque epistemología*. Obtenido de Universidad tecnologica Nacional: [http://www.edutecne.utn.edu.ar/monografias/sistemas\\_modelos\\_simulaci%F3n.pdf](http://www.edutecne.utn.edu.ar/monografias/sistemas_modelos_simulaci%F3n.pdf)
- Díaz Olariaga , O., & López Rodríguez , A. L. (2016). Comportamiento e interrelación del turismo y el transporte aéreo en Colombia. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(1), 36. Obtenido de [www.redalyc.org/pdf/1807/180743275003.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/1807/180743275003.pdf)
- Garzón, M. (Septiembre de 2012). *LOS SIMULADORES DE NEGOCIOS COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO EMPRESARIAL*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/76/1/T-UCSG-POS-MAE-2.pdf>
- Gutiérrez, M., & Narváez, M. (2015). Lineamientos estratégicos para el desarrollo competitivo del sector turístico en Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, XXI(3), 416-42. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28042299011>
- Gutiérrez, M., & Narváez, M. (2017). MODELO SISTÉMICO DE DESARROLLO COMPETITIVO PARADESTINOS. *Negotium*, 13(38), 78-93. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78253678006>
- Iglesias, P., Correia, M., Jambrino, C., & De Luque, S. (2017). RETOS EN LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS A PARTIR DE LA INNOVACIÓN ABIERTA. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 531-548. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180752116002>

- León, E., & Cañas, F. (2014). Modelos de simulación en la Escuela de Administración de Negocios, UCR. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, XV(31), 86-98. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/666/66631887007.pdf>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(1), 38-47. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15557149004>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS*(34), 181-209.
- Monsalve, C., & Hernández, S. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(78), 162-173. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/206/20640430011.pdf>
- Reyes, M., Ortega, Á., & Machado, E. (2017). MODELO PARA LA GESTIÓN INTEGRADA DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR, CASO DE ESTUDIO PASTAZA. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(123), 250-275. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36750475010>
- Rodríguez, G. (Noviembre de 2015). *DESARROLLAR E IMPLEMENTAR DESARROLLAR E IMPLEMENTAR APLICADO AL ÁREA DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN QUE SERVIRÁ PARA MEJORAR EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10729/1/TESIS%20GUSTAVO.pdf>
- Rubio, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL). *Cuadernos de Administración*, 30(52), 54-64. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225033236006>
- Servicios Turismo Ecuador. (Septiembre de 2018). *Movimientos Internos: GEOVIT*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Torres, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendium*, 18(35), 57-76. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88043199005>
- Valbuena, R. (2017). *CIENCIA PURA: LA LÓGICA DE PROCEDIMIENTOS Y RAZONAMIENTOS CIENTÍFICOS*. Venezuela: Roiman Valbuena. Obtenido de

## ANEXOS

### ANEXO A.- Diseño del cuestionario de SERVQUAL para las expectativas y percepciones.

#### Dimensión de Fiabilidad

1. Las 24 horas del día recibo un servicio de calidad por parte del Complejo	1	2	3	4	5
2. Los requerimientos solicitados son informados correctamente desde el inicio de mi hospedaje.	1	2	3	4	5
3. Existe la confianza de asistir al personal del complejo en caso de necesitar su ayuda	1	2	3	4	5
4. El complejo Turístico muestra interés al momento de resolver un problema del cliente	1	2	3	4	5
5. Los empleados del complejo cuando les propongo hacer algo por mí, lo realizan sin ningún inconveniente.	1	2	3	4	5

#### Dimensión de sensibilidad

1. El personal ayuda a la resolución de dificultades que se presentan dentro del Complejo	1	2	3	4	5
2. El personal del Complejo siempre brinda su ayuda	1	2	3	4	5
3. Cuando el Complejo turístico no tiene a disposición lo solicitado, estoy seguro que me facilitan y ayudan en tenerlo.	1	2	3	4	5
4. El personal comunica y facilita lo solicitado, cumplirán al respecto.	1	2	3	4	5

#### Dimensión de Seguridad

1. Se tiene la seguridad de dejar sus pertenencias en la habitación.	1	2	3	4	5
2. Existe la confianza que el Complejo Turístico no permita el ingreso a personas no delegadas.	1	2	3	4	5
3. Se siente segura dentro del Complejo	1	2	3	4	5
4. Tiene confianza en la honestidad de los empleados del Complejo.	1	2	3	4	5

#### Dimensión de empatía

1. Los empleados del complejo están atento a las necesidades	1	2	3	4	5
2. El Complejo brinda atención personalizada	1	2	3	4	5
3. Los empleados del Complejo siempre brindan atención de manera amigable.	1	2	3	4	5
4. En las áreas de servicio como restaurante y recepción del Complejo se presenta un entorno comodo.	1	2	3	4	5

#### Dimensión de Elementos intangibles

1. El Complejo dispone de instalaciones adecuadas y servicios necesarios	1	2	3	4	5
2. El complejo tiene su infraestructura adaptada a la modernidad	1	2	3	4	5
3. La imagen de presentación del Empleado es agradable y limpia.	1	2	3	4	5
4. Las habitaciones del Complejo disponen de lo necesario para la comodidad	1	2	3	4	5
5. Los servicios de restaurante disponen de alimentos de calidad y diversos menús	1	2	3	4	5



## ANEXO B.- Análisis de las brechas (calidad esperada y la calidad percibida)

Dimensión	Item	Expectativas	Percepciones	Brecha
Fiabilidad	Las 24 horas del día recibo un servicio de calidad por parte del Complejo	3,07	3,17	0,10
	Los requerimientos solicitados son informados correctamente desde el inicio de mi hospedaje.	2,67	3,27	0,60
	Existe la confianza de asistir al personal del complejo en caso de necesitar su ayuda	3,13	3,60	0,47
	El Complejo Turístico muestra interés al momento de resolver un problema del cliente	2,80	3,00	0,20
	Los empleados del complejo cuando les propongo hacer algo por mí, lo realizan sin ningún inconveniente.	3,30	3,53	0,23
Sensibilidad	El personal ayuda a la resolución de dificultades que se presentan dentro del Complejo	3,77	3,97	0,20
	El personal del Complejo siempre brinda su ayuda	3,53	3,63	0,10
	Cuando el Complejo turístico no tiene a disposición lo solicitado, estoy seguro	3,87	3,97	0,10
	El personal comunica y facilita lo solicitado, cumplirán al respecto.	3,93	4,03	0,10
Seguridad	Se tiene la seguridad de dejar sus pertenencias en la habitación.	3,37	3,43	0,07
	Existe la confianza que el Complejo Turístico no permita el ingreso a personas no delegadas.	3,77	3,87	0,10
	Se siente segura dentro del Complejo	4,23	4,10	-0,13
	Tiene confianza en la honestidad de los empleados del Complejo.	3,83	4,10	0,27
Empatía	Los empleados del complejo están atento a las necesidades	3,53	3,83	0,30
	El Complejo brinda atención personalizada	3,87	4,20	0,33
	Los empleados del Complejo siempre brindan atención de manera amigable.	4,30	4,30	0,00
	En las áreas de servicio como restaurante y recepción del Complejo se presentan en un entorno cómodo	3,53	3,53	0,00
Elementos tangibles	El Complejo dispone de instalaciones adecuadas y servicios necesarios	4,37	4,37	0,00
	El Complejo tiene su infraestructura adaptada a la modernidad	4,20	4,20	0,00
	La imagen de presentación del Empleado es agradable y limpia.	4,33	4,00	-0,33
	Las habitaciones del Complejo disponen de lo necesario para la comodidad	4,23	4,23	0,00
	Los servicios de restaurante disponen de alimentos de calidad y diversos menús	4,23	4,23	0,00

Fuente: Programa Estadístico IBM SPSS

Elaborado por: La Autora