



Enero 2020 - ISSN: 1696-8352

## REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO, SERVQUAL Y SERVUCCIÓN APLICADOS EN EL TURISMO. \*

**\*\* Ing. Mazón Paredes Marlene Patricia. M.Sc**

Universidad Estatal Amazónica  
mmazon@uea.edu.ec

**\*\*\*Ing. Mercy Aracely Moreno Paredes**

Jefatura de transporte terrestres GAD. Joya de los Sachas  
mechysmoreno@yahoo.com

**\*\*\*\* Ing. Mena Sigcha Julio Cesar**

Instituto Tecnológico Superior Oriente  
cj-20an@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Mazón Paredes Marlene Patricia, Mercy Aracely Moreno Paredes y Mena Sigcha Julio Cesar (2020): "Revisión sistemática de la literatura de la calidad del servicio, SERVQUAL y SERVUCCIÓN aplicados en el turismo", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (enero 2020). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2020/01/literatura-calidad-servicio.html>

### Resumen \*

La calidad es un aspecto subjetivo ya que se basan en percepciones de un producto o servicio con esto se puede mencionar que la calidad es igual a "expectativas vs servicio recibido, en el sector turístico existen diferentes variables que afectan a esta apreciación las cuales pueden ser, infraestructura interna y externa, personal esto tanto para los que ofrecen el servicio directamente o indirectamente, sistema de apoyo interno, el servicio como tal, clientes y demás clientes, todos estos ligados al sistema de servucción y que también están sujetos a las dimensiones del servqual las cuales en este artículo van a ser tomadas en cuenta, el objetivo principal de este trabajo es realizar un análisis literario de la calidad del servicio, servqual y servucción aplicados en el turismo, la metodología para el presente trabajo científico es una revisión sistemática de la literatura con diferentes criterios al estudio de la calidad, además como horizonte de tiempo restringido con un mínimo de 30 artículos el modelo de inclusión (se aceptan documentos en sistemas indexados orientados al turismo, solo que contemplen servqual y servucción), exclusión (Los que no contemplen niveles ni categorías, duplicados y documentos que no estén relacionados con el objeto de estudio) y temporalidad (Se toman en consideración los estudios desarrollados en los últimos 20 años) los principales resultados son, de un total de 36 artículos revisados solo se seleccionaron 20 artículos relacionados directamente al turismo las bases de datos tomadas para este trabajo fueron SciELO con un total de 5 papers científicos, Directory of Open Access Journals con 5, de EBSCO se tomaron 5 de la base de datos PROQUEST se tomó como base 5 artículos y Latindex con 16, de los tres

\*\* \*Ingeniero en Ecoturismo, Master Innovación de la gestión turística. Docente Universidad Estatal Amazónica: mmazon@uea.edu.ec

\*\*\* ingeniera en electrónica y computación, Master en docencia y currículo para la educación. Jefatura de matriculación y vehículos GAD Joya de los Sachas: mechysmoreno@yahoo.com

\*\*\*\* Ingeniero en diseño gráfico computarizado. Docente Instituto tecnológico superior oriente: cj-20an@hotmail.com

temas de estudio se tomó para calidad del servicio 12 artículos, de Servqual paper científicos 12 y Servucción fueron 12 con esto se suma un total de 36 investigaciones tomadas con respecto a la temporalidad desde el año 1999 hacia atrás existe un mayor número de publicaciones y durante los años 2001, 2002 y 2003 no se evidencian publicaciones relacionadas a estos temas. En el 2007 se evidencias el mayor número de publicaciones. Finalmente, el año 2019 hasta lo que va del año no registra publicaciones nuevas, así mismos se puede concluir que, el análisis de las servucciones que conforma la oferta total, permitirá identificar el soporte físico, personal de contacto y organización interna necesarios para satisfacer las expectativas de los clientes, eliminando la burocracia, duplicidad, analizando el valor añadido para al cliente, reduciendo tiempo de ciclo de procesos, promoviendo la eficiencia en el uso de los recursos. También cabe recalcar que los nuevos emprendimientos necesitan de los modelos servqual, servucción y calidad del servicio, para asegurar la satisfacción tanto del cliente externo como interno, también que existe diferentes investigación sobre los temas tratados en su gran mayoría en revistas indexadas en latindex y por último se puede concluir que para trabajos a futuro se recomienda a los futuros investigadores indagar más información en otras revistas digitales académicas, que sean reconocidas.

### **Systematic review of the literature on service quality, servqual and servuction applied in tourism.**

**\*\* Ing. MAZÓN PAREDES MARLENE PATRICIA. M.Sc**  
Universidad Estatal Amazónica  
[mmazon@uea.edu.ec](mailto:mmazon@uea.edu.ec)

**\*\*\*Ing. Mercy Aracely Moreno Paredes**  
Jefatura de transporte terrestres GAD. Joya de los Sachas  
[mechysmoreno@yahoo.com](mailto:mechysmoreno@yahoo.com)

**\*\*\*\* Ing. Mena Sigcha Julio Cesar**  
Instituto Tecnológico Superior Oriente  
[cj-20an@hotmail.com](mailto:cj-20an@hotmail.com)

Quality is a subjective aspect since they are based on perceptions of a product or service with this it can be mentioned that the quality is equal to "expectations vs. service received, in the tourism sector there are different variables that affect this assessment which can be , internal and external infrastructure, personal this both for those who offer the service directly or indirectly, internal support system, the service as such, customers and other customers, all these linked to the service system and who are also subject to the dimensions of the servqual the leathers in this article will be taken into account, the main objective of this work is to perform a literary analysis of the quality of service, servqual and servuction applied in tourism, the methodology for the present scientific work is a systematic review of the literature with different criteria for the study of quality, as well as restricted time horizon with n a minimum of 30 articles the inclusion model (documents are accepted in indexed systems oriented to tourism, only that contemplate servqual and servuction), exclusion (Those that do not contemplate levels or categories, duplicates and documents that are not related to the object of study) and temporality (The studies carried out in the last 20 years are taken into consideration) the main results are, from a total of 36 articles reviewed, only 20 articles directly related to tourism were selected, the databases taken for this work were SciELO With a total of 5 scientific papers, Directory of Open Access Journals with 5, EBSCO took 5 of the PROQUEST database, based on 5 articles and Latindex with 16, of the three subjects of study, 12 articles were taken for quality of service, from Servqual paper scientists 12 and Servucción were 12, with a total of 36 investigations taken regarding the temporality since 1999 backwards there is a greater number of publications and during the years 2001, 2002 and 2003 there are no evidences related to these topics. In 2007, the largest number of publications was evidenced. Finally, the year 2019 does not register new publications so far this year, it can also be concluded that, the analysis of the services that make up the total offer, will identify the physical support, contact staff and internal

organization necessary to satisfy the customer expectations, eliminating bureaucracy, duplicity, analyzing the added value for the customer, reducing process cycle time, promoting efficiency in the use of resources. It should also be noted that the new ventures need the servqual, servuction and quality of service models, to ensure the satisfaction of both the external and internal clients, as well as that there is different research on the topics mostly treated in Latindex indexed journals and for Finally, it can be concluded that for future work, future researchers are recommended to investigate more information in other academic digital journals, which are recognized.

## **1. Introducción.**

### **1.1 Calidad servicio y turismo**

Tomando el concepto de calidad, sabiendo que éste es bastante subjetivo en cuanto a percepción del servicio recibido se refiere, dado que lo que es calidad para unos, para otros no lo es. Recordemos que calidad es igual a “expectativas vs servicio recibido

Dentro de la calidad existen dos aspectos importantes a considerar (expectativas y servicio recibido), las expectativas son una variable independiente, es decir que no la podemos controlar, dado que el cliente puede crearlas conforme a lo que ve y asume que va a recibir. Por otro lado, el servicio recibido; ésta variable es dependiente, como prestadores de servicios, debemos prever brindar un servicio de calidad o al menos como el cliente lo espera.

En este sentido, y al ser una variable dependiente el servicio recibido, el prestador del servicio debe asegurarse de que los medios físicos utilizados para brindar los servicios, son los adecuados y responden a cierta imagen o confort, por ejemplo, en un restaurante el prestador del servicio puede controlar varios aspectos implícitos del lugar, como: mesas limpias, cubiertos adecuados, servicio higiénico presentable, temperatura del lugar, personal de servicio, entre otros, que son aspectos que se perciben a primera vista y que desde ya, permiten hacerse en muchas ocasiones una idea de la “calidad esperada” del servicio adquirido.

Sin embargo, de los factores implícitos antes mencionados, y, que inciden en la percepción de calidad, el capital humano es el que mayor importancia ejerce, dado que es el que mantiene contacto directo con el cliente, y aunque en ocasiones dicho capital humano es “variable”, por distintas razones, problemas en casa, diferencias entre compañeros, días buenos o malos, no obstante, una empresa vinculada al sector turístico, debe mantener el mismo sentido de calidad, inclusive si el trabajador es nuevo, viejo o ha pasado por el peor día de su vida.

Es por esto que, muchas empresas turísticas, destinos turísticos e incluso municipios de ciudades turísticas, ponen especial énfasis en la capacitación constante de sus trabajadores, de manera que se ofrezca la mejor experiencia al cliente (turista), al final de todo, lo único que realmente queda del producto turístico comprado es la experiencia y los recuerdos.

### **1.2 Definiciones relevantes**

Para Olivia [1], en la literatura académica, la medición de la calidad del servicio ha suscitado algunas diferencias criterio. La principal hace referencia a qué es lo que realmente se está midiendo. En general se encuentran tres tendencias de constructos que se usan para evaluar la calidad del servicio: calidad, satisfacción y valor

La investigación en el área se ha centrado básicamente en calidad y satisfacción; el valor es el concepto con más bajo nivel de estudio hasta el momento.

Otro planteamiento de Grönroos [2], en la misma dirección es que la calidad de servicio percibida depende de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido.

Parasuraman, Zeithaml y Berry [3] en 1988 partieron del paradigma de la desconfirmación, al igual que Grönroos, para desarrollar un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio percibida. Luego de algunas investigaciones y evaluaciones, tomando como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio y lo llamaron SERVQUAL.

Langeard [4] en (1999) en una publicación titulada “Servucción, el marketing de los servicios” menciona que, el proceso de producción de un servicio, es decir, su sistema de servucción, obedece a la ley de sistemas lo que significa que cualquier cambio en una de sus partes o de la totalidad de uno de los elementos del sistema tiene consecuencias sobre cada uno de los elementos y sobre cada relación del sistema. En total existen seis elementos que son los que forman este sistema.

### **1.3. Trabajos relacionados.**

A continuación, se presentan un conjunto de artículos analizados en función a la calidad del servicio, servqual y calidad del servicio enfocados al turismo.

### **3. Fundamentos de calidad de calidad del servicio, servqual y servucción.**

En el mundo empresarial y específicamente al tratar temas de gerencia, existe un convencimiento generalizado acerca de las bondades que genera el hecho de poner énfasis en la calidad como resultante de la complejidad de un sistema de fabricación de servicios.

Oliver [6] introdujo el modelo “expectancy-disconfirmation” para estudiar la satisfacción del cliente. Su teoría reside en que los clientes se sienten satisfechos con el consumo de un producto o servicio como resultado de una comparación subjetiva entre las expectativas previas al consumo y la percepción posterior a éste. La calidad de servicio surge a partir de esta concepción ya que la satisfacción del consumidor es una consecuencia de ésta.

Santomá [6] considera que la viabilidad de la empresa está directamente relacionada con la satisfacción de los consumidores. El sector turístico se configura como uno de los sectores más relevantes de la economía (Albacete, 2004) y se ha enmarcado tradicionalmente dentro del sector servicios (García, 2001).

Grönroos [7] apunta que la calidad de los servicios debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que “es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido”. El autor pone el énfasis en el cliente, indicando que la calidad de servicio es un concepto que gira alrededor de la figura del cliente.

Encabezada por Parasuraman et al. (1985,1988) creadores del modelo SERVQUAL. El modelo fue desarrollado como resultado de una investigación hecha en diferentes tipos de servicios. Define la calidad de servicio como un desajuste entre las expectativas previas al consumo del servicio y la percepción del servicio prestado y ésta puede ser medida a partir de la diferencia entre ambos conceptos.

Para Ekinci [8], el modelo SERVQUAL ha resultado de interés para un gran número de investigadores. La escala de medida y los cinco atributos genéricos que definen la calidad de servicio (los elementos tangibles, la fiabilidad, la empatía, la capacidad de respuesta y la seguridad) han sido los elementos que han significado un uso generalizado de este modelo para estudiar la calidad de servicio en diferentes ámbitos del sector servicios.

En 1991 Fick y Ritchie [9] se propusieron hacer una aplicación del instrumento SERVQUAL a la industria turística (tomaron como negocios las líneas aéreas, hoteles, restaurantes y estaciones de esquí). Los objetivos que plantearon fueron rehacer el estudio SERVQUAL con las particularidades de las nuevas industrias de servicio consideradas, aplicar el modelo a la industria turística, comparar los resultados en la propia industria turística y por último reexaminar la aplicación de la escala de medida sugiriendo mejoras o modificaciones.

Es en este contexto de la fabricación del servicio, surge la definición de servucción término que data desde la década de 1990 cuyo sistema está definido con la misma rigurosidad que para la fabricación de un producto. Se trata entonces de un sistema con todas las consecuencias que esto acarrea, sobre todo, en lo que se refiere al rigor necesario en cuanto a la concepción y la puesta en funcionamiento, para llegar a un servicio de calidad. (Gómez, 2008).

El proceso del servicio, está constituido por los insumos que ingresan a ser procesados. El ensamblado final es la entrega del servicio definido como entrega del producto, terceras personas influyentes en el proceso, publicistas o aquellos externos a la empresa cuyo trabajo es relevante para la entrega del producto final. Partes del proceso son visibles determinados por el sistema de Front office aquellos que están en contacto directo con el cliente, y el Back office que se encuentran detrás de la producción. Ceras [10].

Alcázar [11] define al modelo Servqual, como una herramienta utilizada para analizar las expectativas y percepciones de un cliente sobre un servicio. Por medio de una escala de Likert el modelo servqual nos ayuda a medir estas percepciones donde su instrumento es un cuestionario de 20 ítems.

Figuerola (2010) en su monografía “La servucción como elemento del sistema turístico cubano” menciona que la servucción aporta una visión particular de la gestión de las organizaciones, referido como el sistema de producción del servicio, teniendo como base cuatro elementos: el cliente o beneficiario, soporte físico, personal y el servicio.

Morillo [12], en Venezuela realizó un análisis de la calidad de los servicios hoteleros en el Municipio Libertador del estado Mérida, por medio del modelo multidimensional de medición de la calidad de los servicios “Escala de SERVQUAL”, con miras a profundizar sobre las dimensiones determinantes de calidad.

Lewis [13] en 1993 distinguen tres dimensiones dentro de la calidad del servicio: la calidad física o aspectos físicos del servicio y el entorno; la calidad interactiva, derivada del contacto entre comprador y vendedor, y la calidad corporativa, relacionada con la imagen de la organización.

De acuerdo con Martin [14] en 1986 la calidad del servicio es una combinación de dos dimensiones, la relativa al procedimiento, que es la que depende de los sistemas técnicos utilizados para prestar el servicio y la relacionada con la sociabilidad, con la habilidad del proveedor para relacionarse con los clientes y captar sus necesidades.

La calidad del servicio está ligado a lo que es la satisfacción del cliente, este término se aplica a cualquier producto o servicio que se comercialice en cualquier mercado, en la definición propuesta por Poll y Boekhorst, la satisfacción al cliente es una medida por medio de la cual se valora el servicio en función de su meta principal, esto es, si ofrece servicios de calidad que satisfagan a sus usuarios. González, [15]

## **2. Metodología de desarrollo.**

La Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) refiere la metodología propuesta por Kitchenham y Charters [18] Con el fin de cumplir el objetivo del estudio, se han formulado las siguientes preguntas de investigación: ¿Bajo qué categorías se agrupa la calidad del servicio, servqual y servucción orientados al turismo? ¿Cuáles son las características de la calidad del servicio, servqual y servucción en el turismo? ¿Hacia dónde se van a mover la calidad del servicio, servqual y servucción en turismo? Además, se han formulado preguntas bibliométricas: ¿Cómo ha evolucionado en el tiempo la frecuencia de las publicaciones sobre este tema? ¿Cuáles son las revistas académicas en la que se han encontrado estudios relacionados al tema?

Según la metodología RSL, los criterios de inclusión y exclusión considerados para la selección de los estudios primarios fueron los siguientes:

## 2.1 Criterios de inclusión

- 1-i. Se consideran todos aquellos artículos provenientes de librerías digitales indexadas.
- 2-i. Se consideran todos los artículos, cuyo campo de aplicación esté orientado al turismo.
- 3-i. Se aceptarán artículos que contemplen servqual y servucción.
- 4-i. Se consideran todos los artículos dentro del rango de temporalidad definido.

## 2.2 Criterios de exclusión

- 1-e. Los que no contemplen niveles ni categorías
- 2-e. Serán excluidos los artículos duplicados
- 3-e. Serán excluidos los artículos cuyos títulos no tienen relación con el objeto de estudio

## 2.3 Temporalidad.

Se toman en consideración los estudios desarrollados en los últimos 20 años, se quiere evaluar la frecuencia de publicaciones de calidad del servicio, servqual y servucción del turismo.

En la siguiente tabla se presenta las cadenas utilizadas, que se unieron con el operador lógico AND para producir una sola cadena de búsqueda. Estas librerías digitales fueron consideradas por su relevancia científica: SciELO, Directory of Open Access Journals, EBSCO, PROQUEST, latindex

**Tabla 1.**  
**Términos y conectores lógicos utilizados en la búsqueda**

<b>Términos</b>	Cadena
<b>Dominio:</b>	Turismo
<b>Calidad del servicio</b>	((Service Quality))
<b>Turismo</b>	((Tourism))
<b>Servucción</b>	((physical support))*(( other customers))*(( customers))*((service))
<b>Servqual</b>	((expectancy-disconfirmation))

**Fuente:** Términos y conectores lógicos

**Elaborado Por:** Los investigadores

Así mismo se tomó un promedio de 36 artículos para el presente estudio esta para que sea enfocado directamente entre todas las revistas indexada y base de datos.

## Procedimiento para la selección de modelos de madurez

El procedimiento de selección de calidad de servicio, servqual y servucción pasan por 4 etapas:

- ✓ *Etapas 1- Relevantes:* Se ejecuta la cadena de búsqueda en las Bases de Datos seleccionada.
- ✓ *Etapas 2- Pre candidatos:* Se considera precandidatos a quienes responden estas 3 condiciones: 1-i, 2-i y 4-i. Los artículos resultantes se exportan a Excel para su posterior refinamiento.
- ✓ *Etapas 3 – Candidatos:* Los artículos son analizados en base a estas 2 condiciones: 2-e, 3-e.
- ✓ *Etapas 4 – Seleccionados:* Los artículos son analizados en base a estas 2 condiciones, 3-i, 1-e, esto implica una revisión del resumen y conclusiones de todos los artículos que contempla la etapa 3.

### 3. Resultados

Se identificaron 36 artículos como “relevantes”, se aplicó la temporalidad del 1999 al 2019 y solo en el idioma español, quedando 28 artículos en la condición de “precandidatos”. Los mismos fueron exportados a Excel según características de cada Base de Datos, para identificar los 26 artículos “candidatos”, se procedió a excluir los artículos cuyos títulos no tenían relación con el objeto de estudio; y para identificar los artículos “seleccionados” se procedió a hacer un consolidado de los artículos de las 18 Bases de Datos para excluir artículos duplicados, artículos que no posean niveles de madurez, quedando seleccionados: SciELO 4, Directory of Open Access Journals 2, EBSCO 3, PROQUEST 1, Latindex 10 haciendo un total de 20 artículos que están directamente enfocados a calidad del servicio, servqual y servucción en algún dominio de turismo.

**Tabla 2.**

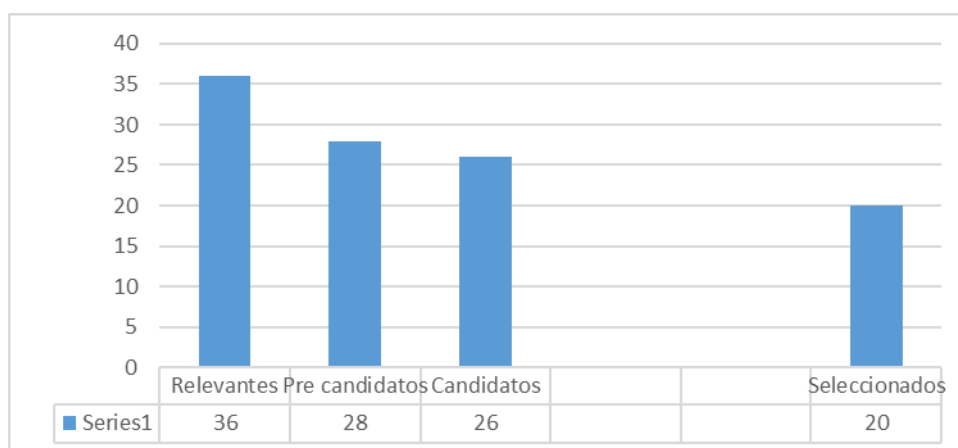
Resultados de la selección de calidad del servicio, servqual y servucción aplicados en el turismo

Base de datos	Relevantes	Pre candidatos	Candidatos	Seleccionados
SciELO	5	4	4	4
Directory of Open Access Journals	5	4	3	2
EBSCO	5	4	4	3
PROQUEST	5	3	2	1
Latindex	16	13	13	10
Total	36	28	26	20

**Fuente:** Investigación Primaria

**Elaborado Por:** Los investigadores

Finalmente, los 20 artículos seleccionados fueron registrados en la herramienta Mendeley para la gestión de las referencias bibliográficas.



**Figura N° 1** Resultados de la selección de calidad del servicio, servqual y servucción

**Fuente:** Investigación Primaria

**Elaborado Por:** Los investigadores

#### Preguntas de investigación

En este apartado se responden preguntas relacionadas con los objetivos de la investigación.

*¿Bajo qué categorías se agrupan la calidad del servicio, servqual y servucción del turismo?*

A través de la extracción de la información no se encontraron categorías que agrupen la calidad del servicio, servqual y servucción del turismo; sin embargo, analizando su propósito se organizó los artículos en (3) categorías, según criterios comunes, así como muestra la Tabla 3.

**Tabla N° 3**  
Categorías de calidad de servicio, servqual y servucción.

N°	Categorías	Número de artículos
1	Calidad del servicio	12
2	Servqual	12
3	Servucción	12
<b>Total</b>		<b>36</b>

**Fuente:** Investigación Primaria

**Elaborado Por:** Los investigadores

*¿Cuáles son las características de calidad del servicio, servqual y servucción en el turismo?*

La calidad del servicio en el turismo que fueron estudiados en esta revisión contemplan ciertas pautas, según Anierte (2013), algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes: Debe cumplir sus objetivos, debe servir para lo que se diseñó, debe ser adecuado para el uso, debe solucionar las necesidades, debe proporcionar resultados.

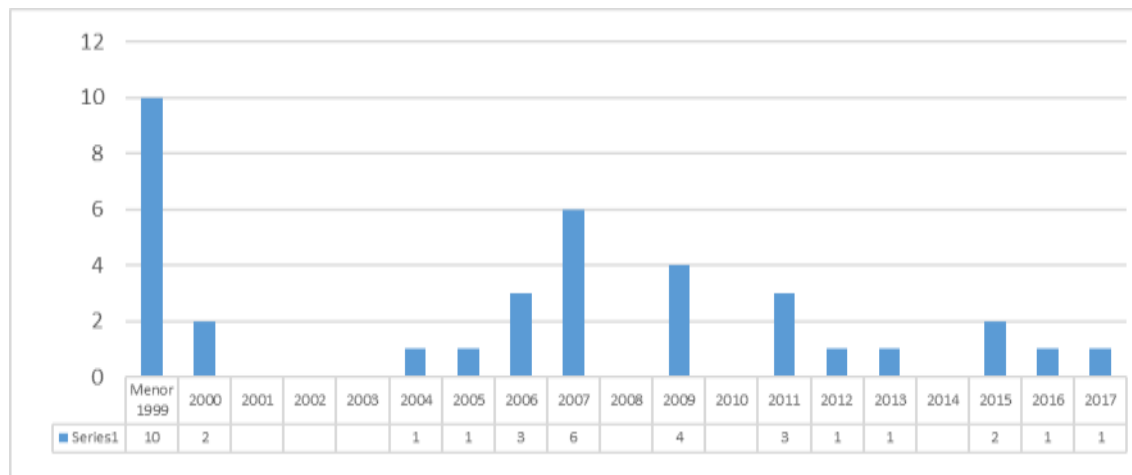
*¿Hacia dónde se van a mover la calidad del servicio, servqual y servucción en el turismo?*

Para Álvarez (2017) la calidad del servicio, servqual y servucción se mueven en conjunto con el objetivo de lograr una mejora continua adecuada para las distintas áreas establecidas por la empresa ya sea tanto para personal interno como externo.

### **Análisis bibliométrico**

En este apartado se procede a describir el análisis de la tendencia de los artículos seleccionados, de acuerdo con el tiempo y tipo de publicaciones de artículos y factores de evaluación.

*¿Cómo ha evolucionado en el tiempo la frecuencia de las publicaciones sobre este tema?*



**Figura N° 2** Análisis bibliométrico



**Fuente:** Investigación Primaria  
**Elaborado Por:** Los investigadores

Al analizar los resultados obtenidos a partir de la ejecución de la cadena de búsqueda y la selección de la calidad del servicio, servqual y servuccion, se puede observar en la siguiente figura, desde el año 1999 hacia atrás existe un mayor número de publicaciones y durante los años 2001, 2002 y 2003 no se evidencian publicaciones relacionadas a estos temas. En el 2007 se evidencias el mayor número de publicaciones. Finalmente, el año 2019 hasta lo que va del año no registra publicaciones nuevas.

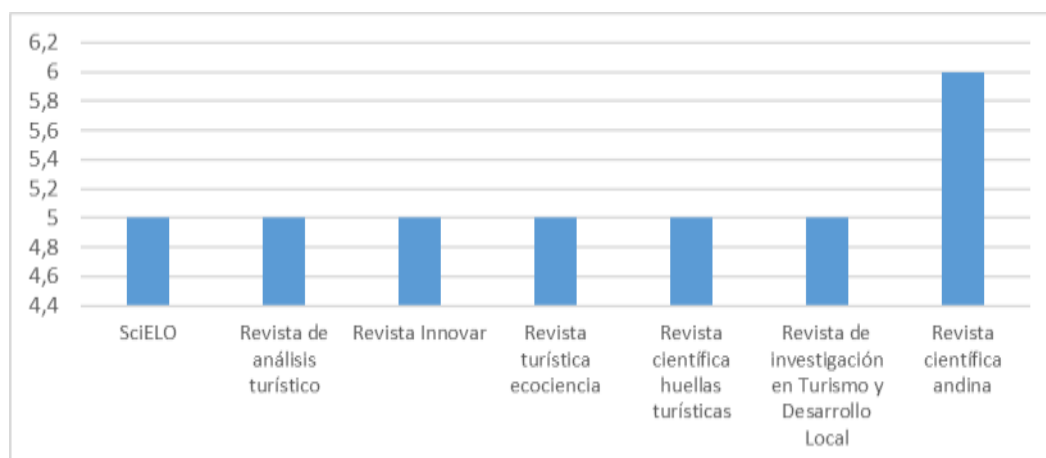
¿Cuáles son las publicaciones en la que se han encontrado estudios relacionados al tema?

**Tabla N° 4**  
 Revistas académicas de los artículos seleccionados

Revistas académicas	Cantidad
SciELO	5
Revista de análisis turístico	5
Revista Innovar	5
Revista turística ecociencia	5
Revista científica huellas turísticas	5
Revista de investigación en Turismo y Desarrollo Local	5
Revista científica andina	6
<b>Total</b>	<b>36</b>

**Fuente:** Investigación Primaria  
**Elaborado Por:** Los investigadores

En la tabla denominada Revistas académicas de los artículos seleccionados se presentan 7 revistas académicas, donde se han encontrado artículos enfocados a la calidad del servicio, servqual y servuccion enfocados al turismo, con dominios muy específicos y asilados dentro del estado de arte.



**Figura N° 3** Revistas académicas de los artículos seleccionados

**Fuente:** Investigación Primaria  
**Elaborado Por:** Los investigadores

## 6. Discusión de los resultados

Se seleccionaron 20 de los 36 artículos revisados, cuyos títulos están orientados a la calidad del servicio, servqual y servuccion orientados al turismo.

Es preciso señalar que las percepciones del servicio son dinámicas, y lo que hoy es satisfactorio y percibido como de calidad, en posterior o en otro entorno cultural, social o en diferentes circunstancias puede no serlo, por ello es necesario advertir que los resultados presentados son únicamente válidos para los hoteles de turismo durante el Carnaval del año 2006.

Respecto a la dimensión responsabilidad, dado que en los hoteles de cuatro estrellas la variable agilidad y rapidez por parte de los empleados del hotel experimentó deficiencia (percepción inferior a las expectativas del huésped), es recomendable que el personal de primera línea o de vanguardia, sean personas sensibles con amplia disponibilidad al servicio, capaces de generar no sólo respuestas rápidas y atentas, sino también inspirar seguridad a los clientes.

[6] Este trabajo ha aportado el desarrollo de diferentes modelos de calidad de servicio en hotelería. La implantación de una filosofía de calidad de servicio en un establecimiento hotelero es evaluada en la investigación académica analizada como fundamental por cuanto implicará una actitud positiva del cliente hacia la repetición de la compra y también una recomendación positiva del establecimiento (Oh, 1999; y Olorunniwo et al, 2006); siendo una filosofía que incide directamente sobre la cuenta de resultados en tanto implica clientes satisfechos que repiten. La industria hotelera presenta unos rasgos propios ya que se considera un producto-servicio (García, 2001) pero que está altamente influida por las opiniones y valoraciones hechas por los clientes. Este hecho implica la necesidad de establecer unos puntos de vista específicos que incluyen, entre otros, aspectos relacionados con la calidad de servicio (Reisinger, 2001)

La aparición del modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1985) ha implicado un punto de partida importante para una gran cantidad de investigaciones sobre la calidad de servicio en la hotelería. Las principales conclusiones de estos estudios son: en primer lugar, que el modelo es válido para ser aplicado a la industria hotelera, y en segundo lugar que son aplicaciones que tienen en cuenta una tipología específica de hotel, una muestra de clientes limitada pero que ponen de manifiesto la necesidad de realizar modificaciones del modelo SERVQUAL si quiere ser aplicado a la industria hotelera (Knutson et al., 1991; Getty y Thompson, 1994; Falces et al, 1999).

[10] Los elementos que componen la variable servucción (serviespacio, proveedores de servicio, grupos de influencia, sistema interno) influyen en la satisfacción de los clientes del hotel B&V, el coeficiente de correlación gamma es de 0,790 la cual es de nivel alto, lo cual indica que las variables servucción y satisfacción del cliente en el hotel B&V, tienen una relación directamente proporcional.

## 7. Conclusiones y trabajos futuros

Por todo lo antes expuesto, se puede concluir que:

- ✓ El análisis de las servucciones que conforma la oferta total, permitirá identificar el soporte físico, personal de contacto y organización interna necesarios para satisfacer las expectativas de los clientes, eliminando la burocracia, duplicidad, analizando el valor añadido para al cliente, reduciendo tiempo de ciclo de procesos, promoviendo la eficiencia en el uso de los recursos.
- ✓ También cabe recalcar que los nuevos emprendimientos dentro de los sectores turísticos necesitan de los modelos servqual, servucción y calidad del servicio, para asegurar la satisfacción tanto del cliente externo como interno, esto como estrategia de desarrollo institucional.

- ✓ También se puede concluir que existe diferentes investigación sobre los temas tratados en su gran mayoría en revistas indexadas en latindex (16), asimismo se encontró investigaciones en SciELO (5), Directory of Open Access Journals (5), EBSCO (5), PROQUEST (5)
- ✓ Y por último se puede concluir que para trabajos a futuro se recomienda a los investigadores indagar más información en otras revistas digitales académicas, que sean reconocidas, esto para un bien análisis del estado del arte de diferentes temas dentro del turismo.

## Bibliografía

### 1. Caiza, R., & Molina,

[1] Oliva, E. J. D. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80. **(INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales)**

[2] Grönroos, C. (1994). Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Ediciones Díaz de Santos.

[3] Zeithaml, V., Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.

[4] LANGEARD, P. E. Y. E. (1999). *Servucción, el Marketing de servicios*. Mc. Graw Gill.

[5] Westbrook, R. A., & Reilly, M. D. (1983). Value-percept disparity: an alternative to the disconfirmation of expectations theory of consumer satisfaction. *ACR North American Advances*.

[6] Santomá, R., & Costa, G. (2007). Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura. *Revista de Análisis turístico*, (3), 27-44.

[7] Grönroos, C. (1984). "A service quality model and its marketing implications". *European Journal of Marketing* 18(4), 36-44.

[8] Ekinci, Y.; Riley, M., Fife-Schaw, C. (1998). "Which school of thought? The dimensions of resort hotel quality". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 10(2), 63-67.

[9] Fick, G.; Ritchie, J.R. (1991). "Measuring Service Quality in the Travel and Tourism Industry". *Journal of Travel Research*. Fall, 2-9.

[10] Ceras, U., & Pamela, R. (2017). *Servucción y satisfacción del cliente en el hotel B&V en Huancayo; 2016-2017*.

[11] Alcázar Alfaro, K. M. (2016). *Modelo servqual para el análisis de la percepción de la calidad del servicio de la atención prioritaria en la Unidad Medica Cartagena de Indias* (Doctoral dissertation, Universidad de Cartagena).

[12] Morillo Moreno, M. C. (2007). *Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida*. *Visión gerencial*, 6(2), 269-297.

- [13] Vega, A. V. R., Casielles, R. V., & Martín, A. M. D. (2015). La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural. *Papers de Turisme*, (19), 17-33.
- [14] Lewis, B. R. (1993). Service quality measurement. *Marketing Intelligence & Planning*, 11(4), 4-12.
- [15] Martin, W. B. (1986). Defining what quality service is for you. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 26(4), 32-38.
- [16] González, J.J. (2009). Roswitha Polly Peterte Boekhorst. Medición de la calidad: directrices internacionales para la medición del rendimiento en las Bibliotecas Universitarias. *Investigación Bibliotecológica. Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 14(28).
- [17] Orlandini, I., & Ramos Guzmán, N. (2017). Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de servicio de las empresas de transporte aéreo. *Revista Investigación y Negocios*, 10(15), 144-155.
- [18] B. Kitchenham and S. Charters, "Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering," Keele University and Durham University Joint Report, 2007.
- [19] Monsalve Castro, C., & Hernández Rueda, S. I. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN*, (78), 160-173.
- [20] Alonso Almeida, M., Barcos Redín, L., & Martín Castilla, J. I. (2006). Gestión de la calidad de los procesos turísticos (No. E20-62).
- [21] Bedia, A. M. S., Fernández, M. C. L., & López, R. G. (2007). Gestión de calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones. *Cuadernos de Turismo*, (20), 251-266.
- [22] Gracia, E., & Grau, R. (2007). Estudio de la calidad de servicio como base fundamental para establecer la lealtad del cliente en establecimientos turísticos.
- [23] Muñoz, A. (2007). *Logística y turismo*. Edición Díaz de Santos. España.
- [24] Vergara, J. C., Quesada, V. M., & Blanco, I. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 19(3), 420-428.
- [25] Bañuls, A. L. (2009). El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas. *Cuadernos de Turismo*, (24), 53-64.
- [26] Pérez, R. M. I. (2011). Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México. *Cuadernos de turismo*, (28), 121-143.
- [27] Santomá, R., & Costa, G. (2007). Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura. *Revista de Análisis turístico*, (3), 27-44.
- [28] Fernández, S. C. (2013). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. Ediciones Paraninfo, SA.

- [29] Martínez-Tur, V., Martín, P., Marzo, J. C., & Torres, M. (2000). Calidad de servicio y satisfacción de los clientes: un estudio en establecimientos turísticos. *Estudios sobre consumo*, 55, 29-41.
- [30] Gandara, J. M. (2004). La calidad y la competitividad de los destinos turísticos urbanos. *Turismo-visão e ação*, 6(1), 69.
- [31] Santamaría Escobar, Á. E., & Cadrazco Parra, W. (2011). Matriz de Inteligencia Hotelera-mih. Una propuesta para el mejoramiento de la calidad en la prestación del servicio hotelero. *Pensamiento & Gestión*, (31).
- [32] Morillo Moreno, M. C. (2007). Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida. *Visión gerencial*, 6(2), 269-297.
- [33] Arjona, C. L. (2009). *Marketing y gestión de calidad turística*. Editorial Liber Factory.
- [32] Brea, J. A. F., & González, M. E. A. (2006). Evaluación de la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción y las intenciones de comportamiento en el ámbito del turismo termal. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 15(3), 171-184.
- [33] Casielles, R. V., Martín, A. M. D., & Vijande, M. L. S. (2000). Calidad de servicio y su influencia sobre la satisfacción: desarrollo de un enfoque fundamentado en el análisis conjunto para establecer estrategias de actuación en empresas de servicio turístico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 9(1), 39-56. Morillo [31]
- [34] Moreno, M. C. (2007). Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida. *Visión gerencial*, 6(2), 269-297.
- [35] Arjona, C. L. (2009). *Marketing y gestión de calidad turística*. Editorial Liber Factory.
- [36] Brea, J. A. F., & González, M. E. A. (2006). Evaluación de la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción y las intenciones de comportamiento en el ámbito del turismo termal. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 15(3), 171-184.