

CALIDAD PERCIBIDA POR LOS HUÉSPEDES DESPUÉS DE UNA FALLA EN EL SERVICIO

Un estudio sobre la reparación del servicio en el segmento de hospedaje

Aline Regina Santos
Tiago Savi Mondo
Jane Iara Pereira da Costa
Universidade do Estado de
Santa Catarina – Florianópolis - Brasil

El presente artículo versa sobre la calidad de las acciones de reparación emprendidas en el segmento de hospedaje, siendo su objetivo determinar la calidad percibida por los huéspedes respecto de las acciones llevadas a cabo en los lugares de hospedaje después de un reclamo. La investigación, de carácter exploratorio descriptivo y con abordaje cuantitativo, detectó una población de 418 personas que habían experimentado fallas en el servicio de hospedaje. Los datos fueron analizados a través de la estadística descriptiva y el "test t" de Student y los resultados revelaron que todas las expectativas de las acciones de reparación analizadas superaron la percepción de la experiencia vivida; lo que indica una calidad insatisfactoria de las acciones de reparación. El estudio sugiere que, en vez de ignorar el reclamo, las empresas de hospedaje podrían reforzar su gestión de marketing, incluyendo acciones de resarcimiento.

PALABRAS CLAVE: *resarcimiento en servicios de hospedaje, marketing hotelero, gestión hotelera y calidad.*