

CAPÍTULO IV

Análisis e interpretación de resultados

En este capítulo se presenta el análisis de la información derivada de la investigación realizada en el Hotel Finisterra, con la finalidad de conocer la opinión de los huéspedes acerca de la calidad del servicio durante los últimos cuatro años. Para obtener los datos se recaudaron los cuestionarios que han contestado los huéspedes sobre su estancia antes de checar salida, donde se califican diferentes aspectos del servicio y de las instalaciones del hotel. Se analizaron e interpretaron los resultados para explicar cada una de las respuestas del cuestionario.

Además, se utilizó el ANOVA, mismo que fue de gran utilidad puesto que permite el análisis de varianzas cuantitativas que sirve para comparar si son significativamente distintos los valores de un conjunto de datos numéricos. Este análisis está basado en la

varianza global observada en los grupos de datos a comparar, los cuales fueron los datos de los cuatro años desde 2006 hasta 2009.

4.1 Reservaciones

Para el hotel es muy importante saber cómo los huéspedes hacen su reservación, es por eso que dentro del cuestionario incluyen las diferentes opciones existentes para realizarla tales como: Internet, agencias de viajes, Baja Hotels Reservations y directamente en el hotel. Dichos medios, son calificados por sus usuarios en el rango de bueno y excelente en cuanto a la calidad del servicio y las facilidades brindadas para lograr una reservación exitosa. Las estadísticas muestran que los medio utilizado más frecuentemente son Internet y las oficinas de reservaciones en el hotel. El Internet muestra un porcentaje mayor de uso durante en 2006 con un 30% decayendo en 2009 con un 11% dado a que incrementa el porcentaje de reservaciones en la propiedad en este mismo año con un 39%.

Según el análisis de varianzas, muestra un resultado de .011 con un margen de error del 5% en la forma de reservaciones, el cual hace referencia a que existe una diferencia significativa estadísticamente. Los datos se ilustran en la figura 4.1.

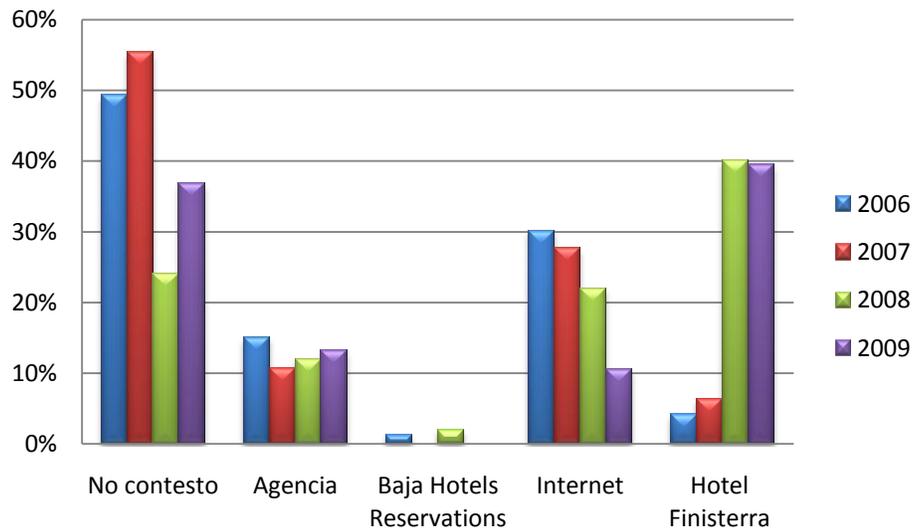


Figura 4.1 Forma de reservación

4.2 Recepción

Del área de botones los huéspedes tienen en promedio una opinión del servicio entre bueno y excelente mostrando una mejoría en los últimos dos años. Durante 2008 se calificó como bueno con un 14% y con un 16% en 2009. En la calificación de excelente, se muestra un 82% en 2008 y un 76% en 2009. Como se muestra en la figura 4.2.

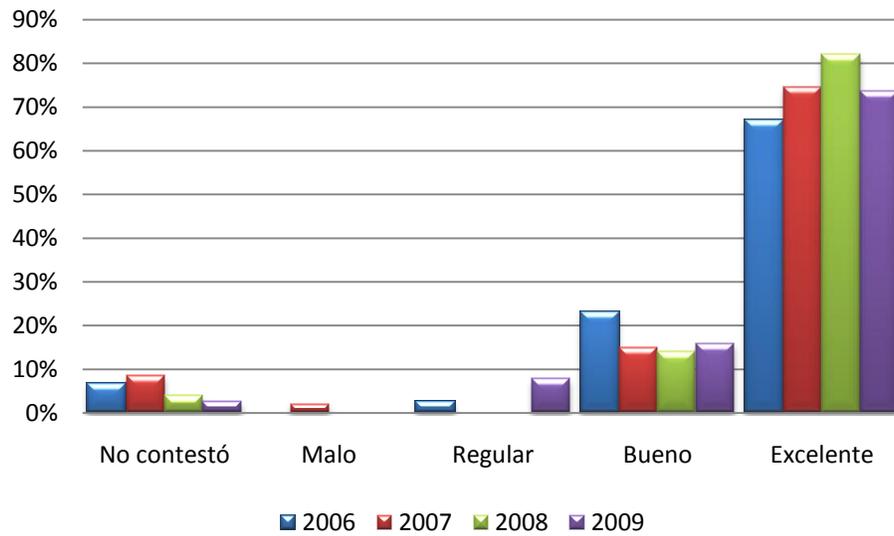


Figura 4.2 Servicio de botones

En el departamento de recepción del hotel se ponderó el tiempo y la calidad tanto del check in como del check out, ambos procesos se encuentran entre el rango de bueno y excelente. Siendo el año de 2008 el más sobresaliente con un 86% en el tiempo y un 78% en cuanto a la calidad en el check in y en la parte de check out resalta con un 78% y 74% respectivamente. La figura 4.3 muestra el tiempo de check in de los cuatro años.

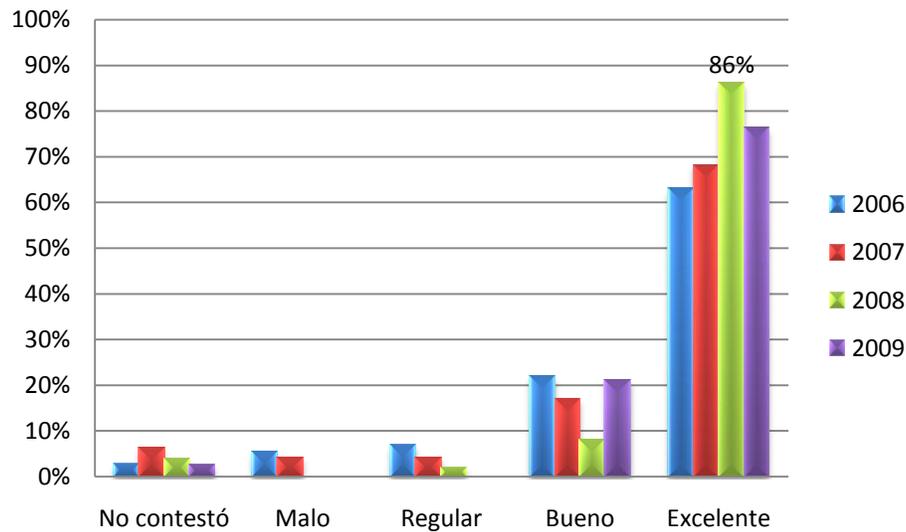


Figura 4.3 Tiempo de check in

4.3 Habitación

En las habitaciones del hotel las estadísticas arrojaron los siguientes resultados a cerca de la limpieza del cuarto y del baño. El 2007 fue el año mejor evaluado por los huéspedes en cuanto a la habitación con un 64% como excelente, siguiéndole el 2009 como el segundo mejor calificado con un 61%, que al mismo tiempo presenta una mejoría ante el 2008. En referencia al baño, de igual modo el 2007 fue el mejor ponderado.

La evaluación de la calidad de las toallas en las habitaciones ha ido decayendo notablemente conforme al paso del tiempo. En 2006 la opinión de los huéspedes era buena con un 33%, mientras que 2009 se encuentra con un 21% en regular y 26% en malo. El alto

grado de inconformidad definitivamente indica que se deben de tomar acciones inmediatas para cambiarlo. Las quejas más mencionadas fueron que las toallas necesitan cambiarse ya que están duras o viejas. Como se muestra en la figura 4.4.

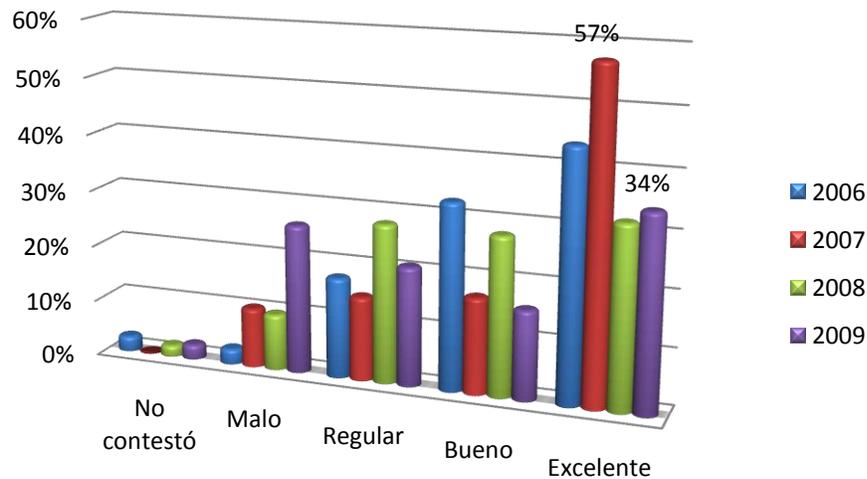


Figura 4.4 Calidad de las toallas

En general, la opinión de los huéspedes con respecto a las camas en los cuatro años ha sido de manera regular, puesto que han comentado que están un poco duras. El año de 2006, muestra un 29% de huéspedes inconformes, lo cual hace que sea el año peor evaluado, mientras que el 2009, con un 13% de inconformidad, después de 2008 es el año que menos afectado está por la calidad de las camas. A continuación se muestra la figura 4.5 con dichos resultados.

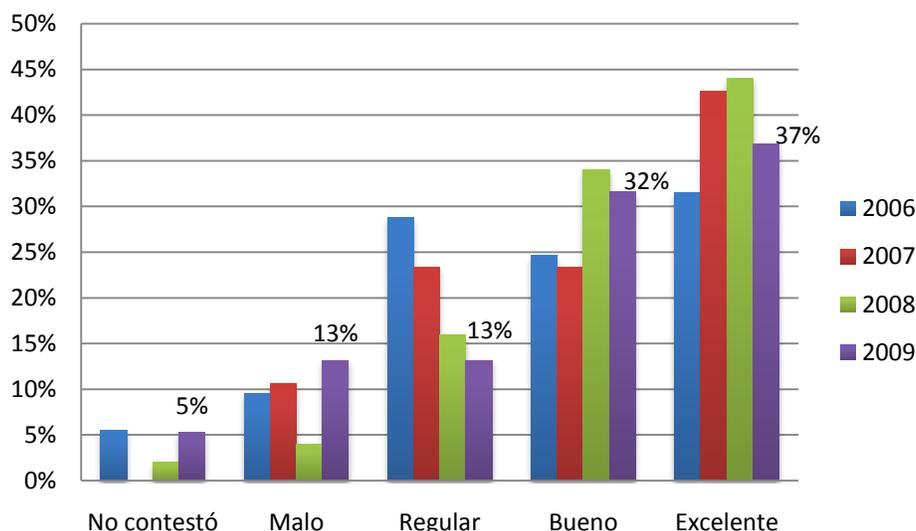


Figura 4.5 Calidad de las camas

Las amenidades que se encuentran dentro de las habitaciones en promedio los huéspedes las califican como buenas. Dentro de este rango el año 2006 fue el mejor evaluado con un 40% en contraste con 2007 siendo el más bajo con un 23%, los siguientes dos años mejoraron un poco ambos obteniendo un 32%.

En general los huéspedes tienen una opinión buena sobre el mantenimiento que se le da a las habitaciones incluyendo al aire acondicionado y al funcionamiento de la televisión. En el transcurso de estos cuatro años el hotel no ha descuidado dichos aspectos logrando así mejorar la calidad de bueno a excelente en el 2009 en un 19% en mantenimiento, en un 13% para el aire acondicionado y en un 11% en el funcionamiento de televisión.

Las estadísticas confirman que la conexión de Internet y el surtido de mini bar en las habitaciones están en la categoría considerada como mala pero ha presentado cierta mejoría al paso de los años, aun así se debe tomar en cuenta por parte del Internet que un porcentaje del 77% en 2007 y 53% en 2009, por mencionar los más sobresalientes, no contesta por falta de uso. En referencia al surtido de mini bar, se encuentra en una situación similar en cuanto al rango y falta de uso, con un porcentaje de huéspedes que no contestan de 79% en 2007 y 66% en 2009. Los resultados se aprecian en la figura 4.6.

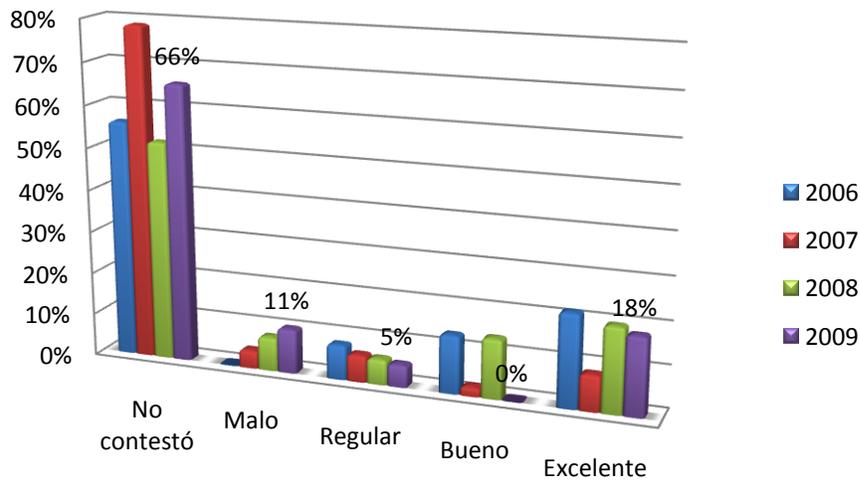


Figura 4.6 Surtido de mini bar

4.4 Concierge

En promedio los huéspedes están satisfechos con el servicio que reciben por parte del concierge, algunos comentarios que se repiten en los cuestionarios dicen que las personas en este cargo son muy amables y serviciales al dar recomendaciones o direcciones. El año de 2006 muestra un desempeño de 18% y ha ido decayó levemente en 2007 y 2008 pero repuntó en 2009 con un 26%.

4.5 Tiempo compartido

En la sección de tiempo compartido los huéspedes indican si son socios del Hotel Finisterra o de Resort Condominium International (RCI). Los resultados arrojaron que los huéspedes son mayormente socios del Hotel Finisterra y califican la calidad del servicio de sus oficinas en promedio como excelente en un 39%, el cual ha incrementando a lo largo de los años estudiados. A pesar de que son pocos los huéspedes que son socios de RCI, la opinión general de sus servicios es calificada como excelente.

4.6 Instalaciones

A pesar de que los huéspedes opinan que las condiciones del ambiente general del hotel son muy buenas, se observa que ha ido disminuyendo hasta en un 21% en comparación de 2006 que fue el mejor año con un 82%. La opinión de las albercas va a la par de las instalaciones en general, declinando de 2006 a 2009 en un 28%. Las quejas más frecuentes fueron que se encontraba arena dentro de las albercas y la falta de limpieza de las mismas. En la figura 4.7 se aprecian dichos resultados.

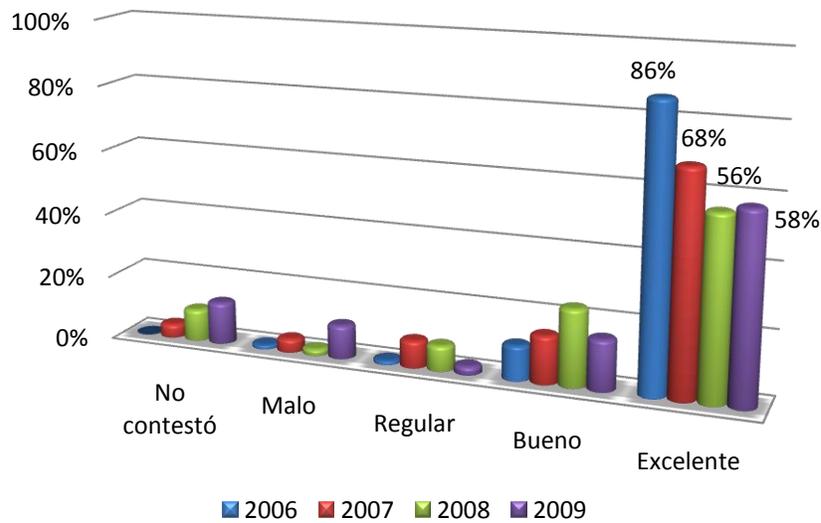


Figura 4.7 Calidad de las albercas

Los resultados que se muestran a continuación de las distintas áreas del hotel, se obtuvieron tomando en cuenta sólo los huéspedes que sí contestaron, ya que existe un gran porcentaje de ellos que no contesta al no utilizar dichos servicios.

4.7 Teléfonos

El departamento de teléfonos esta calificado como bueno y excelente por los huéspedes. Sin embargo, el servicio de operadoras disminuyó en 2009 en un 3% comparado con los años 2007 y 2008 que se mantuvieron en un 68%. El servicio de llamadas despertador igualmente se considera como un servicio excelente, no obstante, presenta inconstancia en su servicio ya que los años 2006 y 2008 muestran un bajo porcentajes mientras que 2007 y 2009 reflejan un buen desempeño en un 76% y 81%.

4.8 Lavandería

El servicio de lavandería ha mejorado su calidad ya que es considerado como un excelente servicio por los huéspedes desde 2006 hasta la actualidad, incrementando en un

25% logrando un 80% de efectividad. En los comentarios de los huéspedes no se encontró ninguno que fuera negativo o estuviera inconforme.

4.9 Room Service

Un área importante a evaluar de Alimentos y Bebidas es room service, del cual se toman en cuenta los siguientes aspectos: la calidad de los alimentos, la calidad del servicio y el tiempo de entrega, cabe mencionar que los tres fueron ponderados en su mayoría como excelentes. Las tres consideraciones presentan un comportamiento similar a lo largo del tiempo, con un acrecentamiento representativo en 2009. En cuestión de la calidad de los alimentos aumentó a un 76%, la calidad del servicio alcanza un 75% y el tiempo de entrega obtiene un 80%.

4.10 Restaurantes y bares

El Hotel Finisterra cuenta con dos restaurantes: Palapa y Blue Marlin. El primero de ellos es un restaurante informal localizado en el área de albercas y ofrece una variedad amplia de platillos para todos los gustos, de categoría snack bar. La opinión general de los huéspedes de la Palapa es excelente, la cual tiene un crecimiento en 2009 del 13% en comparación a 2006 y un 6% ante 2007 y 2008. Dichos datos se presentan en la figura 4.8.

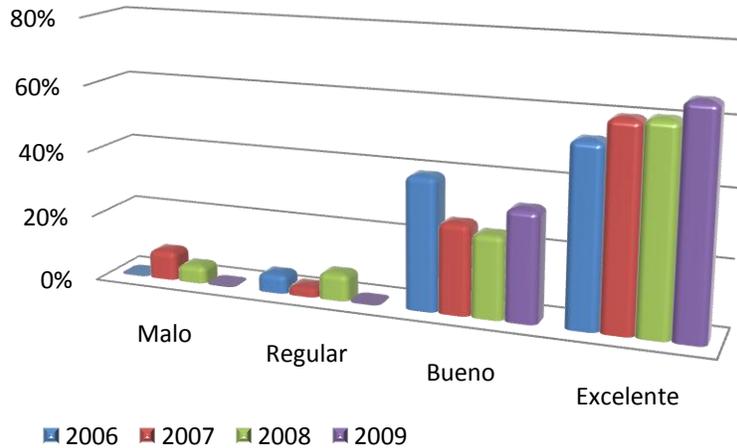


Figura 4.8 Opinión general del Restaurante Palapa

Las variables a evaluar del restaurante son la calidad de los alimentos, que obtuvo una importante mejoría en 2009 con un 63% a comparación de los años anteriores. La presentación de los platillos se ha mantenido en muy buena calificación, siendo 2009 el mejor año con un 56% subiendo sólo 3% del año de 2008. La rapidez del servicio tuvo algunos altibajos durante el paso de los años siendo 2007 el más bajo con 49% y 2009 el más alto con 56%. A cerca del personal, los huéspedes en su mayoría opinan que son muy amables calificándolos con un 81% en 2009, que representa un 20% más alto que 2007, siendo éste el año más bajo de los cuatro. De igual manera, el servicio del Bar Palapa esta mejor calificado en 2009 con un 70%, estando un 17% por arriba de 2007.

El restaurante Blue Marlin sirve desayunos y cenas, se encuentra en la parte más alta del hotel con una maravillosa vista al mar, de categoría internacional en alimentos. Las

variables evaluadas fueron las mismas utilizadas en el restaurante Palapa. En cuanto a la calidad de los alimentos, el año 2008 fue el más bajo con un 48%, 2009 mejoró en un 8%, sin embargo no rebasó el nivel de calidad que obtuvo 2007 con un 64%. Los datos se ilustran en la figura 4.9.

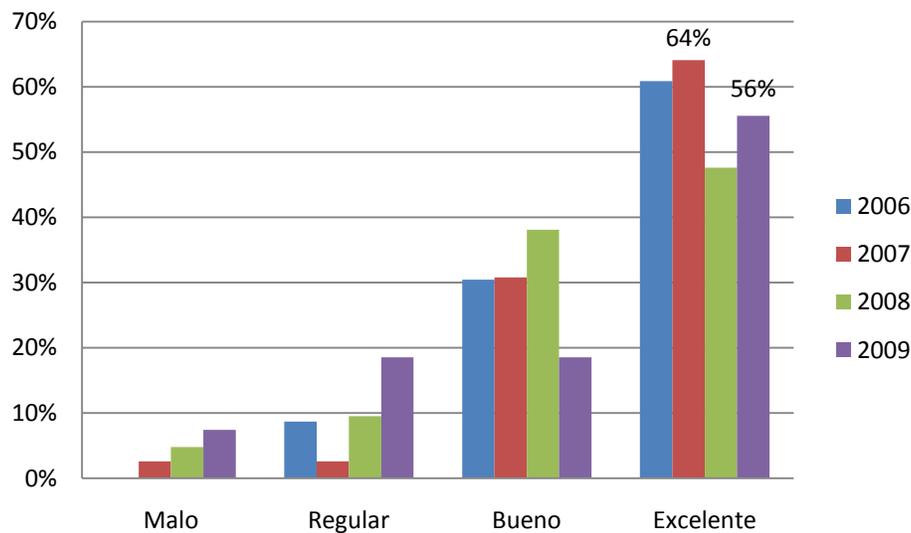


Figura 4.9 Calidad alimentos del Restaurante Blue Marlin

En la presentación de los platillos, 2008 siguió como el más bajo con un 57% pero el año de 2009 se recuperó con un 65%, siendo el más alto de los cuatro. La rapidez del servicio fue mejor evaluada en 2007 con un 67%, decayendo en un 11% para 2009. El mejor año evaluado en cuanto a la cortesía del personal fue 2009 con un 78%, en el cual se han recibido continuos comentarios reconociendo la amabilidad de los colaboradores por parte de los huéspedes.

Según el ANOVA utilizando un margen de error del 10%, el restaurante Blue Marlin, arrojó el resultado de .064, el cual indica que sí existe una disminución significativa estadísticamente. Dicha diferencia se encontró específicamente del año 2008 a 2009.

Por último, el servicio del bar Whale Watcher se mantuvo durante los primeros dos años en un 75%, pero fue en 2008 y 2009 que bajó considerablemente la calificación recibida, obteniendo un 62% y 61% respectivamente. Dicha diferencia se puede apreciar en la figura 4.10.

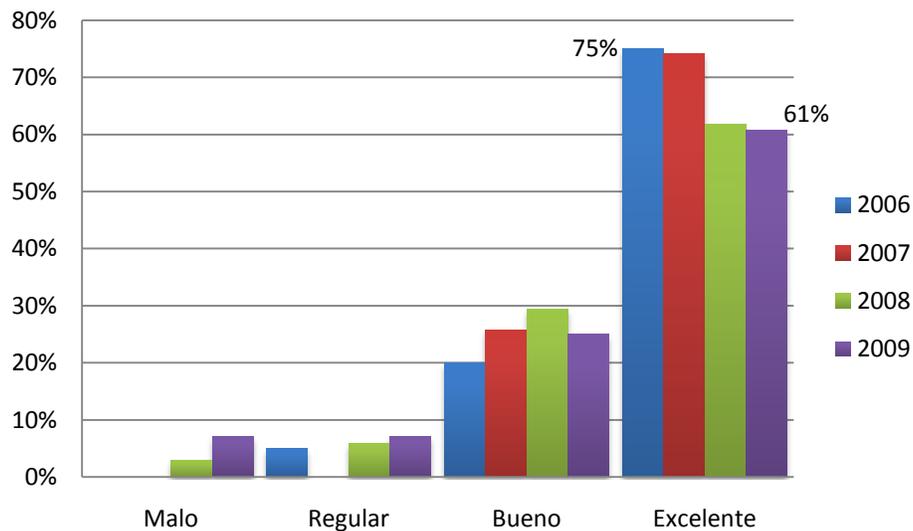


Figura 4.10 Servicio del Bar Whale Whatcher

4.11 Centro de negocios y gimnasio

Dos de las áreas importantes dentro del hotel como servicios adicionales son el centro de negocios y el gimnasio. Las instalaciones del centro de negocios así como su personal, han sido calificados como excelente, incrementando en un 83% y 80% correspondientemente. Por el contrario, el gimnasio es una de las áreas que menos agrada a los huéspedes posicionándolo en el rango de malo, siendo 2009 el peor calificado con un 67%. Durante los cuatro años se observaron quejas sobre la lejanía de su localización, la falta de actualización en el equipo de ejercicio y mantenimiento de los mismos.

El análisis de variaciones, arrojó resultados estadísticos para el gimnasio de .023 con un margen de error de 5%. Este resultado comprueba que ha ido decayendo representativamente al paso de los años, en especial de 2008 a 2009. En la figura 4.11 se observa la información.

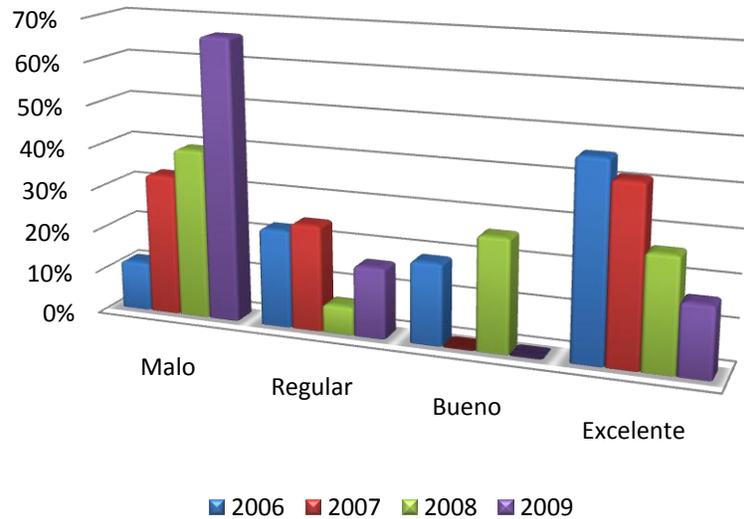


Figura 4.11 Instalaciones del gimnasio.

4.12 Última impresión

Los últimos dos aspectos importantes del cuestionario son la opinión general que tienen los huéspedes del hotel y si estarían dispuestos a regresar en futuras vacaciones. Ambas preguntas reciben buena respuesta de los huéspedes por lo que sí se consideró el porcentaje de las preguntas no contestadas. La opinión general ha sido a lo largo de los cuatro años excelente, siendo 2006 y 2009 que muestran mayor satisfacción de la estancia de los huéspedes, con un 51% y 45% respectivamente. En la figura 4.12 puede observarse esta información.

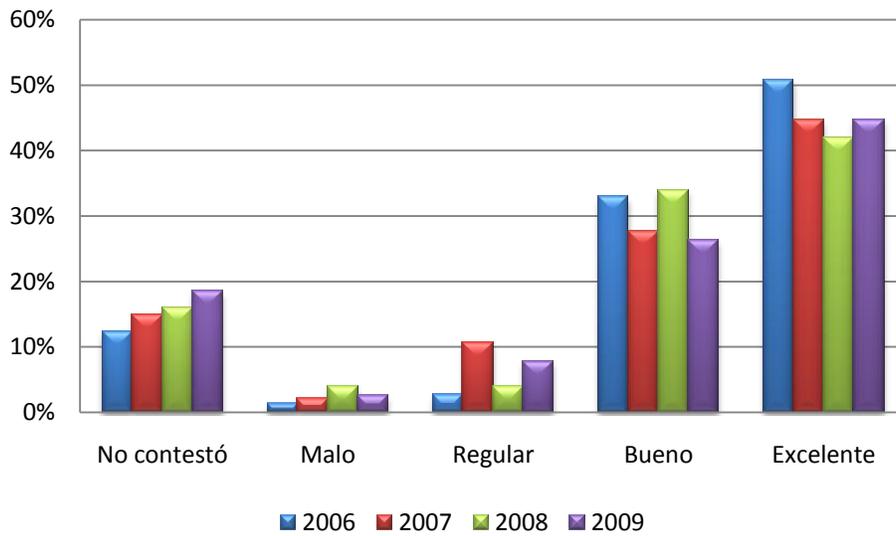


Figura 4.12 Opinión general del hotel

Aun cuando existen comentarios y recomendaciones por parte de los huéspedes de aspectos por mejorar en el hotel, están dispuestos a regresar en la mayoría de las veces entre un 92% y 77% durante los cuatro años. Algunos motivos para no regresar que comentaron los huéspedes fueron externos al hotel como que no les gustó que hubiera tanta gente en Cabo San Lucas en cierta temporada o que les gustaría conocer otros hoteles de la gran variedad que existe en este destino. En la figura 4.13 se observan estos resultados.

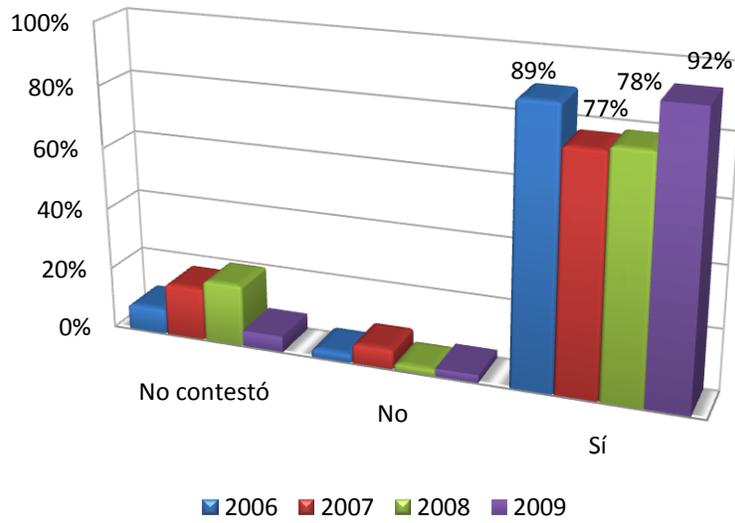


Figura 4.13 ¿Regresaría al Hotel Finisterra?