



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS**

**TEMA:**

“Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento en los hoteles de Santa Marianita.”

**AUTOR:** Sánchez Pinargote Rafael Julián

**TUTOR:** Ing. Daniel Duarte Valencia

**Manta, Manabí**

**2019**



**UNIVERSIDAD LACIA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**Facultad de Hotelería y Turismo**

**Carrera de Hotelería**

Previo a la obtención del título de Ingeniero en administración de empresas hoteleras.

**TEMA:**

**“Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento en los hoteles de Santa Marianita”.**

---

Lic. Luis Reyes Chávez

**Decano**

---

Ing. Daniel Duarte Valencia

**Tutor**

---

Lic. Gabriela Sion Saltos, Mg.

**Miembro del tribunal**

---

Ing. María Rosario Álava, Mg.

**Miembro del tribunal**

---

Rafael Julián Sánchez Pinargote

**Autor de Proyecto**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

### **Certifico que:**

El presente estudio de investigación con tema “Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento en los hoteles de Santa Marianita”, el mismo que ha sido orientado, asesorado y debidamente revisado, cumpliendo con los requisitos en el proceso de elaboración del proyecto, por lo tanto, autorizo a que se sustente y presente como trabajo de grado.

Manta, Agosto de 2019

---

Ing. Daniel Duarte Valencia  
Director del proyecto de investigación

## CERTIFICACIÓN DEL AUTOR

Yo, Rafael Julián Sánchez Pinargote, con CI: 131500035-4, certifico que el proyecto de investigación titulado: "Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento en los hoteles de Santa Marianita", el cual presento como requisito para la obtención del título "Ingeniero en administración de empresas hoteleras", de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, es el producto de mi labor investigativa.

Así mismo doy fe de que este trabajo es uno original e inédito.

Manta, agosto de 2019

-----

Rafael Sánchez Pinargote

## **DEDICATORIA**

La presente tesis se la dedico principalmente a mis padres, quienes me han motivado y apoyado durante mi proceso educativo, enseñándome normas y valores primordiales para hacer de mí una mejor persona; también a mi tutor, el Ingeniero Daniel Duarte y a la Ing. Bárbara Sanabria por su apoyo y enseñanzas durante el proceso para culminar mi proyecto de tesis.

Sánchez Pinargote Rafael Julián

## **RECONOCIMIENTO**

Al culminar mis estudios universitarios agradezco principalmente a Dios por ser mi guía espiritual, por permitirme tener y disfrutar a mi familia, quienes me han apoyado en cada decisión y proyecto que he tomado en mi vida, muchos de mis logros se los debo a ustedes, gracias por motivarme constantemente para alcanzar mis anhelos.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, facultad de Hotelería y Turismo, por haberme permitido formarme dentro de sus instalaciones como profesional.

Agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría que fueron partícipes durante el transcurso de mi aprendizaje y que me ayudaron a concluir mi proyecto de tesis.

A mis compañeros y amigos que nunca abandonaron de lo que anhelaban y continuaron hasta el final, gracias a ellos por compartir estos extraordinarios años.

Sánchez Pinargote Rafael Julián

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3. VARIABLE.....	6
1.4. OBJETIVOS.....	6
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
1.4.2. OBJETIVO ESPECIFICO.....	6
<b>2. CAPÍTULO I</b> .....	7
2.1. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1.1. OMT.-.....	<b>¡Error! Marcador no definido.8</b>
2.1.1.1. HOTELES DE 1 ESTRELLA:.....	10
2.1.1.2. HOTELES DE 2 ESTRELLAS:.....	10
2.1.1.3. HOTELES DE 3 ESTRELLAS:.....	10
2.1.1.4. HOTELES DE 4 ESTRELLAS:.....	11
2.1.1.5. HOTELES DE 5 ESTRELLAS:.....	11
2.1.2. CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.....	12
2.1.3. HOTEL.-.....	12
2.1.4. MATRIZ DE CONCEPTOS DE HOTEL.....	13
2.1.5. ATENCIÓN AL CLIENTE.-.....	14
2.1.6. SERVICIO.-.....	15
2.1.7. RECEPCIÓN.-.....	16
2.1.7.1. FUNCIONES PRIMORDIALES DE RECEPCIÓN:.....	16
2.1.8. AMA DE LLAVES.-.....	17
2.1.8.1. LABORES PRINCIPALES DEL AMA DE LLAVES:.....	17
2.1.9. CALIDAD.....	18
2.1.9.1. LAS CINCO DIMENSIONES DE LA CALIDAD.....	19

2.1.10. NORMA DE LA CALIDAD ISO.....	20
2.1.10.1. NORMA ISO 9001:2015 .....	21
3. CAPITULO II.....	23
3.1. DISEÑO METODOLÓGICO.....	23
4. CAPITULO III.....	26
4.1. RESULTADOS .....	26
4.2. DISCUSIÓN .....	39
5. CONCLUSIONES.....	41
6. RECOMENDACIONES .....	42
7. BIBLIOGRAFÍA.....	43
8. ANEXOS.....	45



Gráfico 1. Barómetro del Turismo Mundial. Fuente: Organización Mundial de Turismo.....	9
Gráfico 2. Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico. Fuente: Reglamento de Alojamiento turístico del Ecuador.....	12
Gráfico 3. Categorías de los establecimientos de alojamiento turístico y clasificación. Fuente: Reglamento de Alojamiento turístico del Ecuador .....	13
Gráfico 4. Matriz de conceptos de hotel. Fuente: Elaboración propia.....	14
Gráfico 5. Operacionalización de la variable. Fuente: Elaboración propia.....	24
Gráfico 6. Hoteles de Santa Marianita. Fuente: Elaboración propia .....	24
Gráfico 7. Identificación del encuestado. Sexo. Fuente: Elaboración propia .....	27
Gráfico 8. Identificación del encuestado. Edad. Fuente: Elaboración propia.....	28
Gráfico 9. Eficiencia en la recepción. Fuente: Elaboración propia .....	29
Gráfico 10. Cortesía en el registro. Fuente: Elaboración propia .....	30
Gráfico 11. Servicio de conserjería. Fuente: Elaboración propia .....	31
Gráfico 12. Servicio de llamadas telefónicas. Fuente: Elaboración propia .....	32
Gráfico 13. Eficiencia en el registro de Check Out. Fuente: Elaboración propia .....	33
Gráfico 14. Limpieza. Fuente: Elaboración propia.....	34
Gráfico 15. Decoración. Fuente: Elaboración propia.....	35
Gráfico 16. Confort habitacional. Fuente: Elaboración propia.....	36
Gráfico 17. Condiciones de equipos (Tv, luces, minibar, etc.). Fuente: Elaboración propia.....	37
Gráfico 18. Avituallamiento (Lencería, minidosis, etc.). Fuente: Elaboración propia .....	38

## **Resumen**

La actividad turística es considerada como uno de las principales fuentes de ingresos para la ciudad de Manta y uno de los puntos fuertes para el desarrollo de la localidad ya que fomenta plazas de trabajo, gracias a sus 13 hermosas playas y la alta demanda de turistas que eligen estos destinos como puntos claves a visitar. La playa Santa Marianita se encuentra en la costa marítima de Manta, entre la Parroquia Urbana San Mateo, al norte y la Parroquia Rural San Lorenzo, al sur. Llegar hasta su cabecera parroquial, junto al mar, toma unos 30 minutos por carretera desde la ciudad de Manta. Este lugar es muy visitado por su playa, el entorno apacible y la creciente oferta de residencias vacacionales. Por ello, el objetivo de esta investigación es evaluar la calidad del servicio de alojamiento para la contribución al fortalecimiento de la actividad turística en Santa Marianita. En la metodología de la investigación se aplicaron los métodos exploratorios y descriptivos, realizados con enfoques mixtos, cualitativos y cuantitativos; como técnicas de recolección de datos se utilizaron la encuesta realizada a 120 turistas, e investigación documental. Los resultados que se obtuvieron muestran las principales deficiencias y problemas que dificultan la calidad de servicio, se debe elaborar un plan de acción para dar solución a estas atenuantes, que al emplearse repercutirá satisfactoriamente, permitiendo la mejora continua de sus objetivos y la satisfacción del cliente.

**Palabras Clave:** Turismo, Santa Marianita, Calidad de Servicio, Alojamiento, Recepción, Ama de llaves.

## **ABSTRACT**

Tourism activity is considered one of the main sources of income for the city of Manta and one of the strong points for the development of the town as it encourages jobs, thanks to its 13 beautiful beaches and the high demand of tourists. Choose these destinations as key points to visit. The Santa Marianita beach is located on the maritime coast of Manta, between the San Mateo Urban Parish in the north and the San Lorenzo Rural Parish in the south. Getting to your parish head, by the sea, takes about 30 minutes by road from the city of Manta. This place is very visited by its beach, the peaceful environment and the growing offer of holiday homes. Therefore, the objective of this research is to evaluate the quality of the accommodation service for the contribution to the strengthening of the tourist activity in Santa Marianita. In the methodology of the research, exploratory and descriptive methods were applied, carried out with mixed, qualitative and quantitative approaches; The survey of 120 tourists and documentary research were used as data collection techniques. The results that were obtained show the main deficiencies and problems that hinder the quality of service. An action plan must be prepared to solve these mitigating factors, which will have a satisfactory impact, allowing the continuous improvement of its objectives and the satisfaction of the client.

**Keywords:** Tourism, Santa Marianita, Quality of Service, Lodging, Reception, Housekeeper.

## 1. Introducción

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial del Turismo, 2005).

Ordoñez & Navarro,(2005) Expresan que el turismo es una actividad productiva que engloba sectores y servicios como alojamiento, restauración, transporte, recreación, operadores de tours, etc. Formando así muchos sectores privilegiados y capaces de generar fuentes de trabajo.

El sector turístico a nivel mundial y en el Ecuador ha experimentado cambios radicales. El turista es consciente de que el descanso, la recreación y el ocio son un derecho, y tiene a disposición medios de comunicación que le permiten estar más informado; por lo tanto, exige calidad en el destino, producto y servicio, lo que determina cómo debe funcionar el sistema turístico de cada país. (Carrera, 2014).

En Ecuador durante el 2010 ingresaron un millón de turistas extranjeros, en el 2014 aproximadamente un millón quinientos. Así, el turismo se ubica en el cuarto puesto de las exportaciones no petroleras: contribuyó en el 2013 con mil doscientos millones de dólares (MINTUR, 2015), y en el 2012 aportó con el 4,6% del total de empleos (WEF, 2013).

En la última década, Ecuador se ha fortalecido en la industria sin chimenea como fuente sostenible de ingresos. Se busca atraer a más turistas y obtener mayores divisas, apuntando de esta manera a cumplir varios de los objetivos de cambios en la

matriz productiva. (Párraga, 2016). Aunque Ecuador es un país que invierte mucho en la promoción de sus recursos para atraer más turistas, aun suelen existir lugares atractivos sin ser reconocidos internacionalmente, como también existen otros con muy poco desarrollo turístico, falta de innovación en sus productos y muy poca calidad en sus servicios brindados.

Un potencial turístico de nuestro país es Manabí con sus 350 kilómetros de playa desde Ayampe hasta Cojimies, además de montañas, cascada y ríos; cuenta con 4 circuitos turísticos como son Ruta del Cacao, del Café, de la Paja Toquilla y la Ruta del Colibrí. La tradición y cultura de su gente se aprecia en una variada muestra de artesanías en mimbre, cerámica, paja toquilla, cestería y su gastronomía es reconocida a nivel nacional e internacional, sus platos típicos: viche de mariscos, cebiches, seco de gallina criolla, el greñoso, los tradicionales dulces de Rocafuerte y Calceta constituyen un verdadero atractivo turístico, lo señala la Agencia de Promoción de Inversiones en Manabí. (APRIM, 2017).

El corazón de la provincia de Manabí es Manta, una de las ciudades más importantes en cuanto a negocios y turismo de la Costa del Ecuador. La historia de Manta como centro comercial comienza mucho antes de la Conquista inca, cuando fungía como sitio de intercambio para los grupos indígenas manteños e incas. Actualmente es el segundo puerto de Ecuador, sólo antecedido por Guayaquil. Su paisaje, relativamente industrial, salpicado de grúas y rascacielos no resulta del total agrado de algunos de sus visitantes, cuando la comparan con los apacibles pueblos playeros que están al norte. Aun así, para quienes aprecian los restaurantes y bares sofisticados, los hoteles grandes y las villas lujosas para vacacionar, se sienten atraídos por algunas partes pintorescas de Manta. Manta ofrece algunas playas así como hoteles y otros sitios de interés. (Halberstadt, s.f.).

## **1.1. Contextualización del problema.**

La provincia de Manabí se encuentra ubicada en la parte noreste de la costa ecuatoriana, la cual se encuentra bañada por el océano pacífico. Posee una superficie aproximada de 18.878 kilómetros cuadrados, ofrece 350 kilómetros de playa, bosques húmedos, cultura, deportes náuticos, deliciosa comida, etc.

Por lo tanto, Naranjo(2016), menciona que la actividad turística en la provincia de Manabí se ha desarrollado principalmente en los cantones costeros, ya que desde el norte al sur cuenta con muchos balnearios marítimos y de agua dulce. En la franja costera es donde principalmente se ha venido desarrollando una gran cantidad de infraestructura hotelera que cubre con la demanda de servicios de alojamiento a los turistas nacionales e internacionales.

El cantón Manta se ha convertido en una localidad progresista, siendo una de las principales ciudades del Ecuador que cuenta con diversos atractivos turísticos, siendo potenciador en la industria hotelera. Anualmente se ha venido comprobando que gracias al surgimiento de la actividad turística, la ciudad de Manta ha obtenido un mayor crecimiento económico.

Manta, conjuntamente de su posicionamiento como destino turístico, es considerado un sitio de tránsito para muchos turistas que quieran disfrutar de la ciudad, debido a su comodidad que esta ofrece como planta turística, además en los últimos años se ha convertido en un destino primordial para muchos cruceros internacionales. De tal manera la ciudad de Manta es uno de los destinos principales tanto para turistas nacionales e internacionales, gracias a sus distintos atractivos como el Refugio de Vida Silvestre Marino Costero Pacoche, a sus balnearios que hacen que la actividad turística de la ciudad se desarrolle en varios territorios turísticos, tales como: Playa de

Tarqui, playas: Murciélago, San Lorenzo, Ligüiqui, Las Piñas, Santa Marianita, entre otros.

La playa Santa Marianita se encuentra ubicada a 20 minutos por carretera desde la ciudad de Manta, limita el norte con la parroquia urbana San Mateo y al sur con la parroquia rural San Lorenzo. Ofrece un paisaje único, poseedora de muchos atractivos turísticos vinculados al mar que le ha permitido desarrollarse como destino turístico, se observa en un extremo una elevación conocida como Punta La Barca, donde se pueden observar durante la marea baja dos formaciones circulares de rocas o más bien conocidos como corrales marinos, además la playa Santa Marianita es conocida como un sinónimo de relajación y diversión donde se puede visitar en familia o con la compañía de sus familiares, disfrutar de su variada gastronomía y tener el privilegio de realizar las prácticas de los deportes acuáticos extremos, tales como el surf y el Kitesurf, siendo este último el deporte más popular en esta playa. (SalvaRam, 2017).

Actualmente, la playa Santa Marianita se encuentra en un proceso de desarrollo turístico y se ha convertido en unos de los principales destinos de la ciudad de Manta, tanto para turistas nacionales e internacionales que buscan disfrutar de sus cálidas aguas y alejarse del bullicio de la urbe.

Sin embargo, luego de hacer la observación de forma directa durante las prácticas y pasantías se verificó que suelen existir algunos problemas que puntualizamos a continuación:

- Existe inconvenientes al momento de transmitir información a turistas extranjeros en idiomas como el inglés y francés.
- Elevado precio que tienen las habitaciones.

- Disparidad de colores en lencerías de habitaciones de las empresas que brindan servicio de alojamiento.
- La cantidad de armadores no son suficientes para la cantidad de huéspedes.
- Carecen de servicio de despertador y no cuentan con servicios de recepción las 24 horas.
- Hay manipulación de las toallas de aseo personal para los clientes.
- Existencia de moho en los bordes de los vidrios y oxido en la llave de las duchas.
- Los amenities no están ubicados en el lugar adecuado para el alcance de los clientes.
- La limpieza de los pisos y en las habitaciones no son realizadas de manera correcta por parte del personal de limpieza.
- Falta de equipamientos y espacios de desplazamiento para personas con discapacidad, entre otros incumplimientos de requisitos necesarios para dar un buen servicio.

Todo lo que trae consigo la insuficiente calidad de los servicios de alojamiento en los hoteles de Santa Marianita.

Existen 2 hoteles ubicados en la playa Santa Marianita acorde al catastro turístico, los cuales son:

Hotel Rishuo

Hotel EcuadorKitesurf S.A. (Villa Kite)



Estos establecimientos hoteleros son los principales de ofrecer servicios de alojamiento y alimentación a los diferentes turistas nacionales e internacionales que visitan la playa. Adicionalmente existen otros establecimientos que brindan el servicio de alojamiento, pero no fueron considerados para el diagnóstico porque no están en la categoría de hoteles.

## **1.2. Definición del problema**

¿Cuál es el estado de la calidad del servicio de alojamiento en los hoteles de Santa Marianita?

## **1.3. Variable.**

Calidad de los Servicios de alojamiento.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

- Evaluar la calidad del servicio de alojamiento para la contribución al fortalecimiento de la actividad turística en Santa Marianita.

### **1.4.2. Objetivo Especifico**

- Indagar las bases teóricas y metodológicas que sostienen el alojamiento como actividad turística en Santa Marianita.
- Medir la atención al cliente en la recepción Hotelera de las empresas de alojamiento de Santa Marianita.
- Determinar la satisfacción del servicio de habitaciones que perciben los clientes de los hoteles en Santa Marianita.

## 2. Capítulo I

### 2.1. MARCO TEÓRICO

La Hotelería se entiende como aquella actividad donde se ofertan servicios que van destinados a proporcionar alojamiento y alimentación; cuya actividad se remonta desde los tiempos de la antigua Roma, cuando las diferentes tabernas y posadas se encargaban de satisfacer las necesidades elementales que requerían los viajeros. El tabernero griego era la persona que ofrecía comida y bebida, y en ocasiones cama. La comida era de productos mediterráneos tales como: cereales, aceite de oliva y vino. Estas tabernas de origen primitivas estaban situadas cerca de los templos donde se sacrificaban, condimentaban, cocinaban y después se comían a los animales.

“A lo largo de la historia los hoteles han jugado un papel preponderante para el desarrollo y el crecimiento de las sociedades. En la edad media los comerciantes que debían viajar grandes extensiones de kilómetros en busca de mercancías precisaban de lugares con servicios donde pasar sus noches y así fueron evolucionando los hospedajes a partir de casas de familia, posadas, hosterías, hoteles, etc.” (UNIVERSIDAD DEL CEMA, 2010).

Según Sobrino,(2012) menciona que los establecimientos de alojamiento turístico son aquellos tipos de entidades que facilitan alojamiento, ya sea esta de forma habitual y profesional, de tal manera incluyendo o no otros servicios complementarios, que están sujetos a clasificación por categorías y que, además de tener publicados los precios, perciben dinero en contraprestación por los servicios que ofrecen.

Todo establecimiento hotelero tiene una categorización, la cual es otorgada dependiendo del acondicionamiento para albergar a los huéspedes y los servicios adicionales que les brinde.

La rama terciaria es de trascendental importancia para la economía mundial, destaca entre otras características la de generar empleo de manera creciente.

Por lo tanto, el servicio como actividad social satisface deseos, aspiraciones por lo que tiene un carácter irrenunciable. Si las necesidades son de ocio, recreación, entonces corresponde a la actividad turística manifestarse desde lo público o lo privado.

### **2.1.1. OMT. -**

La (Organización Mundial del Turismo, s.f.) Es un organismo mundial, líder encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos a través de diferentes monitoreos y seguimientos. Es la principal organización internacional en el ámbito turístico que aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos, normativas y políticas turísticas. Además, es la encargada de determinar y unificar los criterios en cuanto a la clasificación internacional de los hoteles.

De acuerdo a lo planteado por el barómetro de la OMT, el turismo ha crecido a nivel internacional, aumentando en un 6% en los primeros meses del 2018, tras un año de crecimiento récord en 2017.



Gráfico 1. Barómetro del Turismo Mundial. Fuente: Organización Mundial de Turismo

Por regiones, Europa, junto con Asia y el Pacífico ocupa la primera posición, con un aumento en llegadas del 7% cada una. La Europea Meridional y Mediterránea, así como Asia del Sudeste, registraron los mejores resultados en estas regiones, ambas con un 9% más de turistas internacionales.

Oriente medio y África también obtuvieron buenos resultados, con un momento en llegadas del 5% y del 4% respectivamente, según la información, aún parcial, disponible sobre los destinos de estas regiones. En las Américas, el crecimiento fue del 3% a lo largo del semestre, con América del Sur (+7) y América del Norte (+5%) al frente. Estados Unidos siguió siendo motor de gran parte del crecimiento en la región.

En lo que respecta la demanda turística, Francia, el Reino Unido y la Federación Rusa registraron todos ellos aumentos de dos cifras en gastos emisor desde Europa. La India y la República de Corea lideraron el crecimiento en Asia y el Pacífico, mientras que China, siendo el principal mercado emisor mundial, alcanzó un gasto similar al del año anterior. (Organización Mundial de Turismo, 2018)

La (Organización Mundial del Turismo, s.f.) Es la encargada de determinar y unificar los criterios en cuanto a la clasificación hotelera, pero como este trabajo está en proceso, actualmente cada país decide las bases y requisitos que deben cumplir los hoteles para su clasificación determinadas según la cantidad de estrellas que tengan, ya sea de 1 a 5 estrellas.

En cuanto a la clasifica a los hoteles en cinco categorías identificadas por estrellas y en función de estas cumplen una serie de características:

#### **2.1.1.1. Hoteles de 1 estrella:**

Son hoteles pequeños y económicos y los que menos servicios tienen, son manejados por sus propietarios. Algunas veces suelen tener baño privado y otras con baño compartido. Los muebles suelen ser una cama y una silla y en ocasiones se suele encontrar un ropero y una mesa de luz.

#### **2.1.1.2. Hoteles de 2 estrellas:**

Son hoteles de tamaño medio, ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio y se encuentran ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad, además brindan servicios de teléfono y televisión en las habitaciones.

#### **2.1.1.3. Hoteles de 3 estrellas:**

Son hoteles de distintos tamaños. Incluyen grandes salas con decorados exclusivos que ofrecen más comodidad, mobiliario completo con sillas, mesas, armario, televisor, teléfono privado y baños confortables, además cuentan con restaurantes que ofrecen variedad de alimentos.

#### **2.1.1.4. Hoteles de 4 estrellas:**

Son hoteles más grandes y cuentan con recepciones confortables y excelentes servicios de hospedaje y alimentos. Son lujosos, considerados de primera clase, cuenta también con accesorios y facilidades como: secador de pelo, Tv por cable, servicio de lavandería, etc.

#### **2.1.1.5. Hoteles de 5 estrellas:**

Estos hoteles de lujo se caracterizan por ofrecer la mejor atención y la más amplia gama de servicios, que van desde espacio para piscinas, salones de gimnasia, animadores infantiles, show y eventos casi todas las noches y los más exquisitos menús de alimentos y bebidas, además brindan y cumplen con las rigurosas exigencias de los clientes.

El Ministerio de Turismo del Ecuador se rige a los reglamentos y normativas que estipula la OMT para así convertir al Ecuador en una potencia turística, desarrollar su patrimonio natural y cultural, así también ser reconocido por la calidad de los servicios de excelencia. Toda actividad turística debe cumplir un conjunto de normativas con el objetivo de brindar un servicio de calidad con objeto de optar a una determinada clase en función de su tipo y categoría; así las empresas de alojamiento turístico deberán cumplir a nivel de proyecto con los índices arquitectónicos establecidos en los cuadros correspondientes de acuerdo a su clasificación.

“Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje” (Ministerio de Turismo, 2016)

El Ministerio de Turismo,(2016) en su Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador expresa que el alojamiento es una actividad turística que se puede realizar por las personas naturales o jurídicas, la cual consiste en la prestación del servicio de hospedaje no permanente y remunerada a los huéspedes, ya sean personas nacionales o extranjeros para lo cual se tomarán en cuenta los requisitos correspondientes de acuerdo a su clasificación y categoría.

### 2.1.2. CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.

En el Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador en el **Art. 12** se reconocen la clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

a) Hotel H	f) Resort RS
b) Hostal HS	g) Refugio RF
c) Hostería HT	h) Campamento Turístico CT
d) Hacienda Turística HA	i) Casa de Huéspedes CH
e) Lodge L	

*Gráfico 2. Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico. Fuente: Reglamento de Alojamiento turístico del Ecuador.*

### 2.1.3. HOTEL.-

“Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones. Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad

para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas” (Ministerio de Turismo, 2016)

**Art. 13.-**Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

Hotel	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	1 estrella a 3 estrellas
Hostería - Hacienda Turística	3 estrellas a 5 estrellas
Lodge - Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento turístico	Categoría única
Casa de huéspedes	Categoría única

*Gráfico 3. Categorías de los establecimientos de alojamiento turístico y clasificación. Fuente: Reglamento de Alojamiento turístico del Ecuador*

#### **2.1.4. Matriz de conceptos de Hotel**

(Barragán D. r., 2010)	“Lugar que proporciona alimentación y hospedaje, un lugar de entretenimiento para el viajero, un edificio público, una institución de servicio doméstico, operado bajo una fase para obtener utilidades.”
(González, 2012)	“Un hotel está conformado por numerosos departamentos, en algunos casos bien diferenciados y en otros casos las funciones de los diferentes departamentos se integran en uno. Todo esto dependerá del tamaño del hotel, cuanto más grande sea este más departamentalizado y jerarquizado estará.”
(Lattin, 2009)	Un edificio o una institución que proporciona alojamiento, comidas y servicios al público”.



(De la Torre, 2009)	"Es una institución de carácter público que ofrece al viajero alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades".
(Di muro Pérez, 2012)	"Un establecimiento de carácter público, destinado a dar una serie de servicios, alojamiento, alimentos, bebidas y entretenimiento; que persigue tres grandes objetivos: ser fuente de ingresos, ser fuente de empleos y dar servicio a la comunidad"

Gráfico 4. Matriz de conceptos de hotel. Fuente: Elaboración propia

Los autores anteriores mencionan y han coincidido en que un hotel es un establecimiento de alojamiento de carácter público destinado a brindar bienes y servicio tanto a turistas nacionales e internacionales temporalmente con o sin valores adicionales tales como: alimentos, bebidas, entre otros servicios que satisfagan la demanda del cliente, con la finalidad de obtener utilidades.

#### **2.1.5. Atención al cliente.-**

Figuroa,(2014), expresa que el cliente es el elemento vital en cualquier empresa, considerándolo como el núcleo entorno al cual deben girar las políticas de cualquier empresa, teniendo como objetivo el satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, buscando la retención y fidelización de los mismos.

Entre las consideraciones teóricas sobre las características de los clientes se refiere a lo siguiente:

- Los clientes son las personas más importantes de cualquier empresa.
- Las empresas dependen de manera general de los clientes.
- La finalidad de la empresa es brindarle un excelente servicio.
- La labor es satisfacer las necesidades y deseos de los clientes.

- Merecen el trato especial, amable y cortés.
- Representan el éxito de toda empresa.

Para hacer crecer la empresa, uno de los pasos importantes es conseguir los mejores clientes y para aquellos es necesario contratar y conservar los mejores empleados. Cuando un equipo de trabajo se siente satisfecho, este se encuentra en las mejores condiciones para prestar un servicio de calidad, son más ágiles y diligentes y además brindan un buen trato y amabilidad.

Para comprender que es Calidad del Servicio primero se debe conceptualizar lo que se entiende por servicio y calidad.

#### **2.1.6. Servicio.-**

Un servicio es una prestación, un esfuerzo o una acción. Frecuentemente se confunden los conceptos de bien o producto, quedando el de servicio como algo ajeno a ellos. Entonces, los servicios son actividades esencialmente intangibles que pueden identificarse aisladamente, proporcionan satisfacción y no se encuentran forzosamente ligadas a la venta de bienes.

Para Colunga, (1995) el servicio es aquel trabajo realizado para otras personas, lo define como cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que son esencialmente intangibles y no suelen dar lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción se puede vincular o no con un producto físico.

Todos estos factores son importantes para satisfacer las expectativas de los clientes, ya que los puede comparar como un nivel de servicio que sea deseado o un servicio adecuado. Según (Blackwell, Miniard, & Engel, 2005), menciona que el servicio deseado refleja lo que puede recibir el cliente y el adecuado es cuando da por aceptado ese servicio; sin embargo, si la calidad del servicio no es el esperado el

cliente simplemente se aleja y busca mejores opciones que satisfagan su expectativas. Es importante saber descifrar la experiencia del cliente al momento de buscar un servicio de calidad teniendo en cuenta cuáles son sus expectativas de compra.

### **2.1.7. Recepción.-**

La importancia de este departamento es capital, pues representa un eje en la relación del cliente con el hotel, ya que es el que entra en contacto con él desde que llega, durante su permanencia y en el momento de salida. No es aventurado decir que la permanencia del turismo empezará bien si tiene una buena acogida a su llegada, que quizá le haga olvidar contratiempos, retrasos o incidentes que le hayan causado molestias, además de que se sentirá entusiasmado a aceptar favorablemente las sugerencias para el uso de los servicios del hotel. (Barragán L. , Hotelería, 2010)

#### **2.1.7.1. Funciones primordiales de recepción:**

- Proporcionar toda clase de información en relación con el hotel.
- Registro de visitantes y asignación de habitaciones.
- Canalización de mensajes, correspondencia y telegramas a los clientes.
- Asesoramiento sobre diversiones, actividades, etcétera.
- Manejo de reservaciones y comunicación con los huéspedes que buscan alojamiento en el hotel.

(Barragán L. , Hotelería, 2010), expresa que la oficina de recepción convendrá estar ubicada en la planta principal, en ambiente que le permita visibilidad hacia las puertas de ingreso, a las escaleras y a los elevadores. Para la organización de los servicios de esta oficina es necesario cubrir las 24 horas del día con personal especializado,

ya que no debe haber intervalos en la recepción del cliente que puede llegar en cualquier momento.

### **2.1.8. Ama de llaves.-**

Según Casillas,(2009) menciona que cuando alguien se cuestiona cuál de todos los departamentos del hotel es el de mayor importancia, realmente es muy difícil contestar, pues todos aportan a la buena organización del mismo con el fin de que brinde servicios de la mejor calidad posible. Sin embargo, existe el departamento de Ama de llaves, el cual interviene notablemente en la opinión que el cliente tiene acerca del hotel.

Es la encargada de controlar el servicio completo de cada cuarto en cuanto a limpieza, suministros, etc., por medio de las camaristas, llevando además un control completo de los cuartos en servicio y desocupados, que tendrá que comunicar al departamento de recepción, a fin de que se pueda disponer de las habitaciones en el momento preciso. (Barragán L. , Hotelería, 2010)

#### **2.1.8.1. Labores principales del Ama de llaves:**

- Vestir la cama, colocándole la colcha de día, que será sustituida por la colcha de noche a una hora próxima a oscurecer.
- Asear el baño, colocando en su debido lugar los suministros, tapetes, jabones, papel higiénico, toallas de baño y faciales, vasos esterilizados, etcétera.
- Colocar en los closets los ganchos para ropa, así como la franela limpia calzado.
- Colocar en el escritorio de cada cuarto sobres, papel carta, lista de servicios de lavandería y tintorería, etcétera.
- Colocar ceniceros y carteritas de cerillos sobre el buró.

- Reportar al departamento de mantenimiento toda falla o desperfecto en el mobiliario, equipo o instalaciones para que sea reparada.
- Aspirar la alfombra, el tapiz de los muebles, las cortinas y ventanas, etcétera.
- Supervisar a las camaristas, quienes, deberán formular un reporte de los cuartos aseados por ellas, entregando la ropa sucia para que sea repuesta por ropa limpia y se conserve fija la existencia de ropa del piso.
- Inspeccionar por pruebas selectivas los cuartos, para asegurarse que están en perfectas, condiciones de uso.
- Canalizar hacia lavandería y tintorería la ropa personal de los clientes que hayan depositado en las bolsas correspondientes para su limpieza.

#### **2.1.9. Calidad**

- Cumplir sistemáticamente con los requerimientos, para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes o usuarios.
- Es la satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que ellos asignan al producto o servicio en función del “valor” que ha recibido o percibido.

“La calidad de un bien o servicio está compuesta por todos los atributos que lo constituyen, que le otorgan valor. La calidad de un producto se puede sencillamente medir, pero no la calidad de los servicios por sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y aducidad” (Kotler ; Parasuraman ; Lovelock ; Grönroos, 1997).

### 2.1.9.1. Las cinco dimensiones de la calidad

Según Izaguirre,(2014) expresa que existen cinco dimensiones de la calidad a ser exploradas en el modelo SERVQUAL, además de las percepciones de los clientes, sin tomar en consideración las expectativas.

- **Aspectos tangibles:** Constituyen las características de las instalaciones, equipos, personal y materiales de comunicación que intervienen en el servicio.
- **Confiabilidad:** Muestra la habilidad de proporcionar el servicio propuesto de forma adecuada y cuidadosa. Incluye puntualidad y todos los elementos que le permiten al turista percibir sus niveles de formación y conocimientos profesionales. Brindar el servicio correcto desde el primer momento.
- **Respuesta rápida:** Muestra el deseo de ayudar a los turistas y de servirles de forma rápida. De la misma forma incluye la sociabilidad, es decir, la posibilidad que tienen los turistas para entrar en contacto directo con los empleados de la empresa, y la facilidad con que lo logran.
- **Seguridad:** Manifiesta el conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su destreza para transmitir confianza al turista. Impresiones que tienen los turistas al saber que sus problemas están en buenas manos.
- **Empatía:** Expresa el deseo de ayudar a los turistas y servirlos de forma rápida, es decir, brindar una atención personalizada, de tal forma que requiere un fuerte compromiso con el turista y el conocimiento de sus características y necesidades, así como un sentimiento de amistad.

"La calidad de un destino turístico es resultado de un proceso orientado a atender todas las necesidades de productos y servicios turísticos, los correspondientes requisitos y las expectativas del consumidor a un precio aceptable de conformidad con condiciones contractuales aceptadas mutuamente y con factores subyacentes implícitos como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y los servicios y comodidades públicos. También presenta aspectos relativos a la ética, la transparencia y el respeto del entorno humano, natural y cultural". (Organización Mundial de Turismo, 2018)

En la actualidad, la calidad de servicio es una parte vital para el buen desempeño de cualquier empresa, es una de tantas estrategias de marketing, pero además es un valor agregado necesario que se ofrece para destacar y sobresalir en un entorno continuamente cambiante y altamente competitivo.

Así mismo como menciona Perez,(2006) que la calidad del servicio forma parte de las estrategias y es una de las cualidades más difícil de imitar por organizaciones antagonistas.

La calidad en el marco de los servicios es subjetiva, que se comprende como "el juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto".

Un factor crítico que mide la conformidad de los consumidores es la percepción del buen servicio mientras se está realizando el consumo, ya sea tangible o intangible.

#### **2.1.10. Norma de la calidad ISO**

La adopción de un sistema de calidad es una decisión estratégica para una organización que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible.

ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de organización (organismos miembros de ISO). El trabajo de preparación de normas internacionales normalmente se realiza a través de los comités técnicos de ISO. La norma ISO 9001 Sistema de Gestión de Calidad es el estándar internacional más utilizado en el mundo para empresas y organizaciones de cualquier tamaño.

#### **2.1.10.1. Norma ISO 9001:2015**

La (International Organization for Standardization, 2015) en la norma ISO 9001:2015 especifica los requisitos de un sistema de gestión de calidad cuando una organización:

- a) Debe demostrar su capacidad para poder proporcionar productos y servicios que cumplan con los requisitos que son legales y reglamentarios aplicables del cliente, y
- b) Tiene como objetivo mejorar la satisfacción de los clientes mediante la aplicación efectiva del sistema, incluido los procesos de mejora del sistema y la garantía de conformidad con el cliente y aquellos requisitos legales y reglamentarios aplicables.

En general, todos los requisitos de la norma ISO 9001:2015 son genéricos y están destinados a ser aplicables a cualquier empresa u organización, independientemente de su tipo o tamaño, o de aquellos productos y servicios que brindan.

La aplicación de esta norma es una decisión estratégica para una organización que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para



las iniciativas de desarrollo sostenible, además los beneficios que obtiene al implementar un sistema de gestión de calidad son:

- La capacidad para proporcionar productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y reglamentarios aplicables.
- Facilitan oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente.
- Pueden abordar riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos y tiene una mayor capacidad de mostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de calidad especificados.

La norma ISO 9001:2015 se basa en los principios del sistema de gestión de calidad los cuales son:

- Enfoque al cliente;
- Liderazgo;
- Compromiso de las personas;
- Enfoque a procesos;
- Mejora;
- Toma de decisiones basada en la evidencia;
- Gestión de las relaciones.

También esta norma promueve la adopción de un enfoque a procesos a fin de aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

## 3. Capítulo II

### 3.1. Diseño metodológico

La metodología de la investigación está realizada con enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, tipo exploratorio.

El estudio se basa en evaluar la calidad de servicio de alojamiento de los hoteles de Santa Marianita a la hora de satisfacer la demanda de los turistas y clientes; se trabaja con métodos teóricos y empíricos, con análisis bibliográficos.

Se emplean métodos teóricos para fundamentar el trabajo en los diferentes temas respecto a: Hoteles, alojamientos, calidad de servicio, contenidas en libros de la especialidad entre otras fuentes. Se realizan diferentes análisis y síntesis de la información recopilada para relacionar el conocimiento teórico con la parte práctica de la investigación de campo.

Se utilizan métodos empíricos a partir de la técnica encuesta y el instrumento denominado cuestionario, elaborado realizando la operacionalización de la variable.

#### Operacionalización de la variable.

Variable	Dimensiones	Indicadores
Calidad de los Servicios de alojamiento.	<ul style="list-style-type: none"><li>Recepción</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Eficiencia en la recepción.</li><li>Cortesía en el registro.</li><li>Servicio de conserjería.</li><li>Servicio de llamadas telefónicas.</li><li>Eficiencia de registro de Check Out.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Ama de Llaves</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Limpieza.</li><li>Decoración.</li><li>Confort habitacional.</li><li>Condiciones de equipo (TV, luces, Minibar, etc.).</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avituallamiento( Lencería, minidosis, etc)</li> </ul>
--	--	--

Gráfico 5. Operacionalización de la variable. Fuente: Elaboración propia

Se aplica el cuestionario a personas que laboran dentro de estas empresas para verificar la calidad del servicio al cliente, ya que de tal forma la presente investigación consiste en el levantamiento de información sobre el conocimiento de la calidad de servicio que se ofrecen en los hoteles localizados en la playa Santa Marianita.

El cuestionario consta de preguntas cerradas que fueron entregadas a clientes de los hoteles de Santa Marianita para que respondan de igual manera por escrito.

Para este estudio se trabajó con el Catastro Turístico 2018 de la ciudad de Manta, donde se tomó a 2 hoteles ubicados en la playa Santa Marianita que es igual a la totalidad de la población que existe en la parroquia.

<b>Alojamientos turísticos</b>	<b>Nombre Comercial</b>	<b>Categoría</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Servicios</b>
Hoteles	Ecuadorkite surf S.A. (Villa Kite)	Tercera	98	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurante</li> <li>• Servicio de Bar</li> <li>• Piscina</li> <li>• WI-FI</li> <li>• Parqueadero</li> </ul>
	Hotel Rishuo	Segunda	40	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurante</li> <li>• Servicio de Bar</li> <li>• Piscina WI-FI</li> <li>• Room Service</li> <li>• Children Equipment</li> <li>• Taxi Reservation</li> <li>• Deportes Acuáticos</li> <li>• Recepción 24/7</li> </ul>

Gráfico 6. Hoteles de Santa Marianita. Fuente: Elaboración propia

Se aplicó el cuestionario a 120 personas entre las cuales fueron los turistas y clientes que adquieren el servicio de alojamiento en estos hoteles. Es de importancia señalar que dentro de esta investigación los hoteles mencionados se encuentran en segunda y tercera categoría, además fueron seleccionadas por el interés de sus colaboradores para la evaluación.

## **4. Capítulo III**

### **4.1. Resultados**

#### **Encuestas**

Dentro de las encuestas que se realizaron a los clientes que visitan los hoteles en la playa Santa Marianita, se ha obtenido un total de 120 encuestas de las cuales 38 fueron realizadas en el hotel Rishuo y 82 encuestas en el hotel EcuadorKiteSurf S.A. (Villa Kite), señalando que tan eficiente es la calidad de servicio de hospedaje que brindan los hoteles mencionados.

A continuación se presenta la interpretación de los resultados obtenidos de manera analítica y gráfica.

## Identificación del encuestado

### Sexo

VARIABLE	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Masculino	53	44%
Femenino	67	56%
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

*Gráfico 7. Identificación del encuestado. Sexo. Fuente: Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación.**

Como se puede observar en la tabla, la población total de encuestados del sexo femenino representa el 56% y la población total del sexo masculino corresponde al 44% de los clientes encuestados en los hoteles.

## Edad

VARIABLE	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
15-25 años	11	9%
26-45 años	84	70%
Más de 45 años	25	21%
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

*Gráfico 8. Identificación del encuestado. Edad. Fuente: Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación.**

En esta tabla se puede observar el rango de edad que está clasificado en 3 grupos, donde 9% representa el rango de 15 a 25 años de clientes de los hoteles, el 70% representa el rango de 26 a 45 años siendo esta la población mayor encuestada, y el 21% representa el rango de más de 45 años de clientes de los hoteles.

## Pregunta 1 ¿Fue recibido con prontitud en la recepción?

### Análisis e interpretación.

Desde la percepción de la mayor cantidad de clientes que reciben los servicios de los hoteles, fue recibida con prontitud, lo cual motiva su visita continua, Solo una menor parte de los clientes expresaron que han tardado en atenderlos en recepción como lo muestra la gráfica No. 1



Gráfico 9. Eficiencia en la recepción. Fuente: Elaboración propia



Pregunta 2: **¿Cómo califica la cortesía durante el proceso de registro en el hotel?**

### **Análisis e interpretación**

Como se puede observar en la ilustración sobre la cortesía en el proceso de registro está clasificado por 4 grupos, La mayor cantidad de clientes de edades entre los 26 y los 45 años califican la cortesía durante el proceso de registro en el hotel como buena, seguida por excelente y por ultimo pero en menor medida otros clientes manifiestan que el servicio de cortesía es regular.



Gráfico 10. Cortesía en el registro. Fuente: Elaboración propia

### Pregunta 3. ¿Califique el servicio de conserjería en el hotel?

#### Análisis e interpretación

Dentro de esta ilustración sobre el servicio de consejería está clasificado por 4 grupos, la mayor cantidad de clientes califican el servicio de conserjería como bueno, el cual ha tenido mayor porcentaje, seguido por excelente y mientras tanto un mínimo porcentaje calificó el servicio de conserjería como regular.

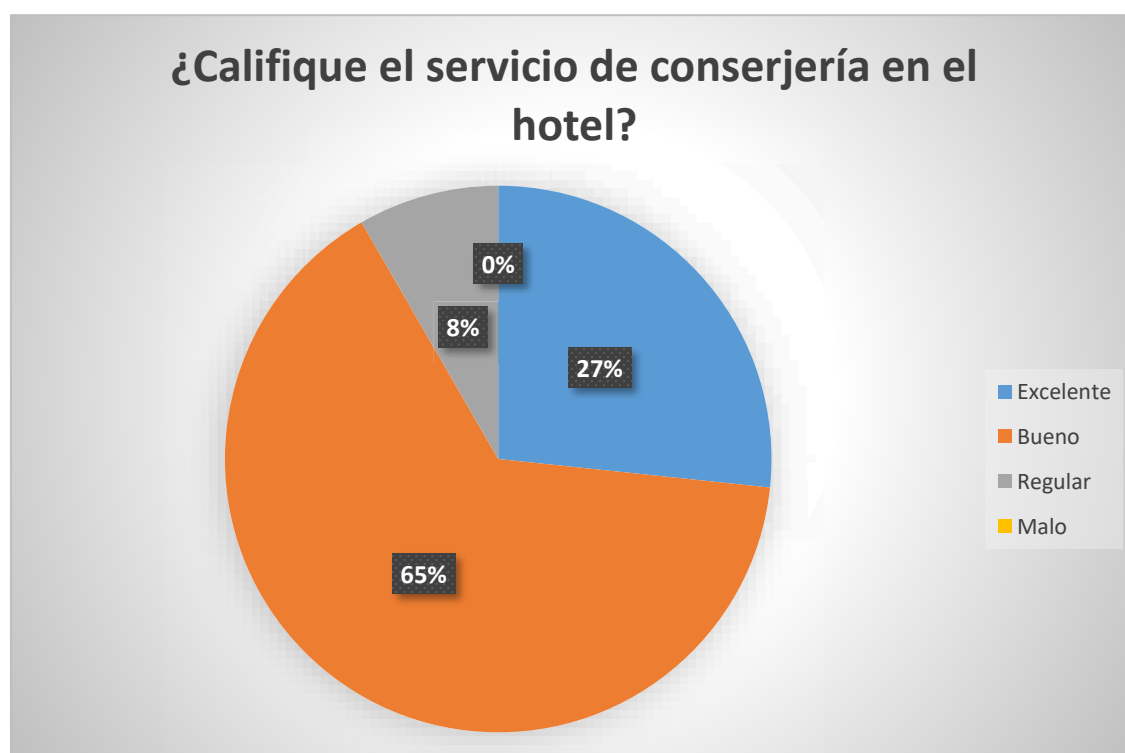


Gráfico 11. Servicio de conserjería. Fuente: Elaboración propia

Pregunta 4. **¿Cómo califica usted el servicio de llamadas telefónicas en el hotel?**

### **Análisis e interpretación**

Los clientes que visitan estos hoteles consideran que el servicio de llamadas telefónicas en el hotel es eficiente, solo una pequeña cifra dice que es deficiente, como lo muestra en la gráfica No. 4



Gráfico 12. Servicio de llamadas telefónicas. Fuente: Elaboración propia

Pregunta 5. **¿Considera usted que el Check Out fue realizado con rapidez?**

### **Análisis e Interpretación**

La mayor cantidad de clientes hospedados en Santa Marianita consideran que el Check Out fue realizado con rapidez, Proporcional a lo anterior pero en menor medida otros clientes manifiestan que el servicio de Check Out no fue realizado con rapidez.

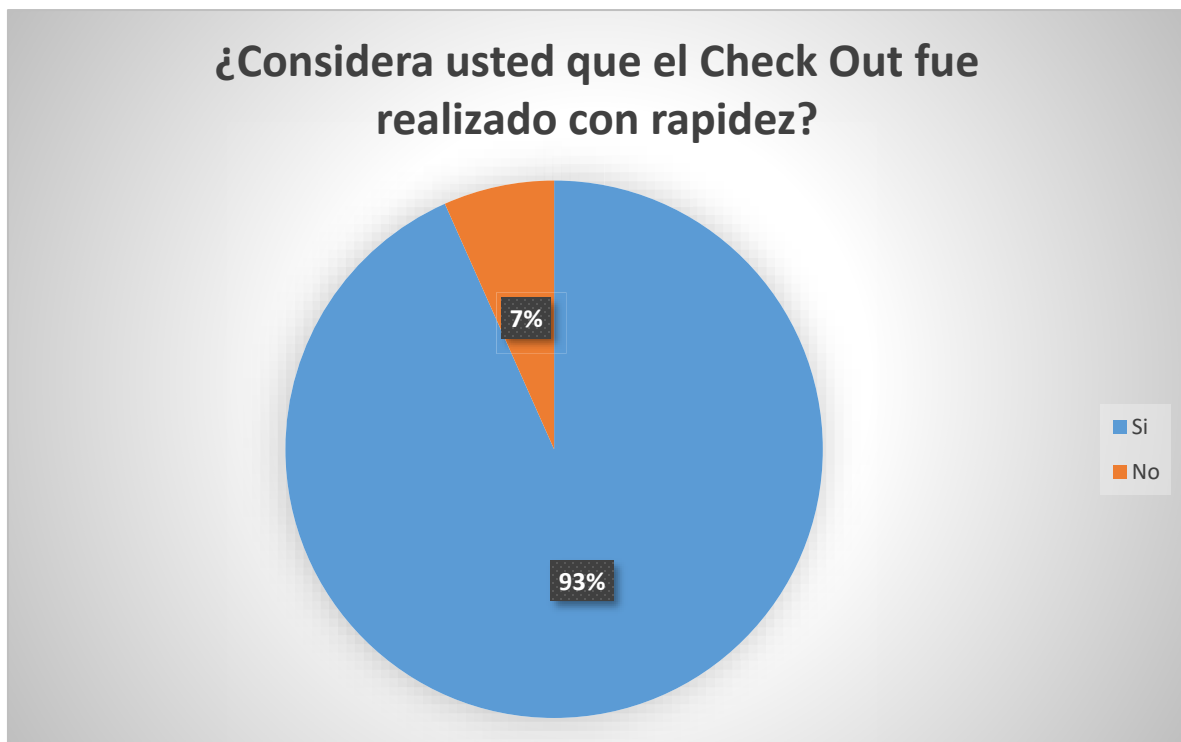


Gráfico 13. Eficiencia en el registro de Check Out. Fuente: Elaboración propia

Pregunta 6. **¿Cómo califica usted la limpieza en las habitaciones del hotel?**

### **Análisis e Interpretación**

Como se puede observar en la ilustración sobre la limpieza en las habitaciones de los hoteles está clasificado por 4 grupos, la mayor cantidad de clientes califican la limpieza en las habitaciones como bueno, el cual ha tenido mayor porcentaje, seguido por excelente y mientras tanto un mínimo porcentaje calificó la limpieza en las habitaciones como regular.

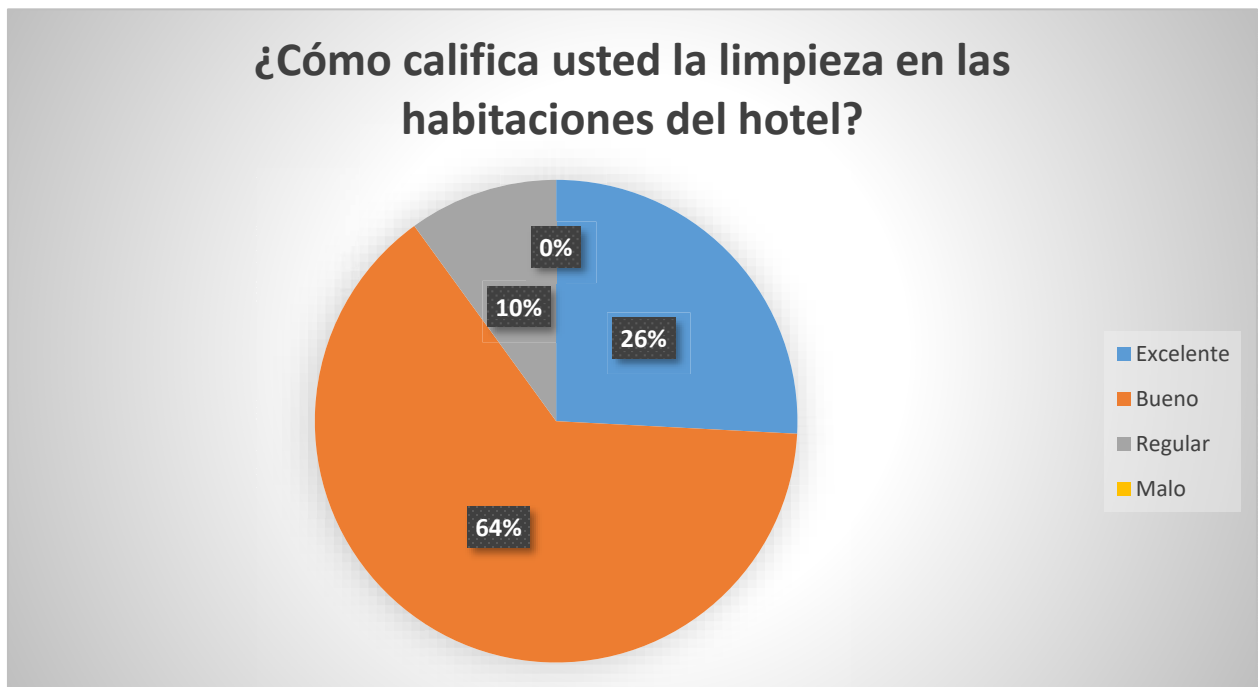


Gráfico 14. Limpieza. Fuente: Elaboración propia

Pregunta 7. **¿Considera usted que hay relación entre la decoración de las habitaciones y el lugar donde se encuentra ubicado el hotel?**

### **Análisis e Interpretación**

La mayor cantidad de clientes hospedados en Santa Marianita consideran que la decoración de las habitaciones de los hoteles si tienen relación con la ubicación, Proporcional a lo anterior pero en menor medida otros clientes manifiesta que la decoración de las habitaciones no tiene relación alguna.

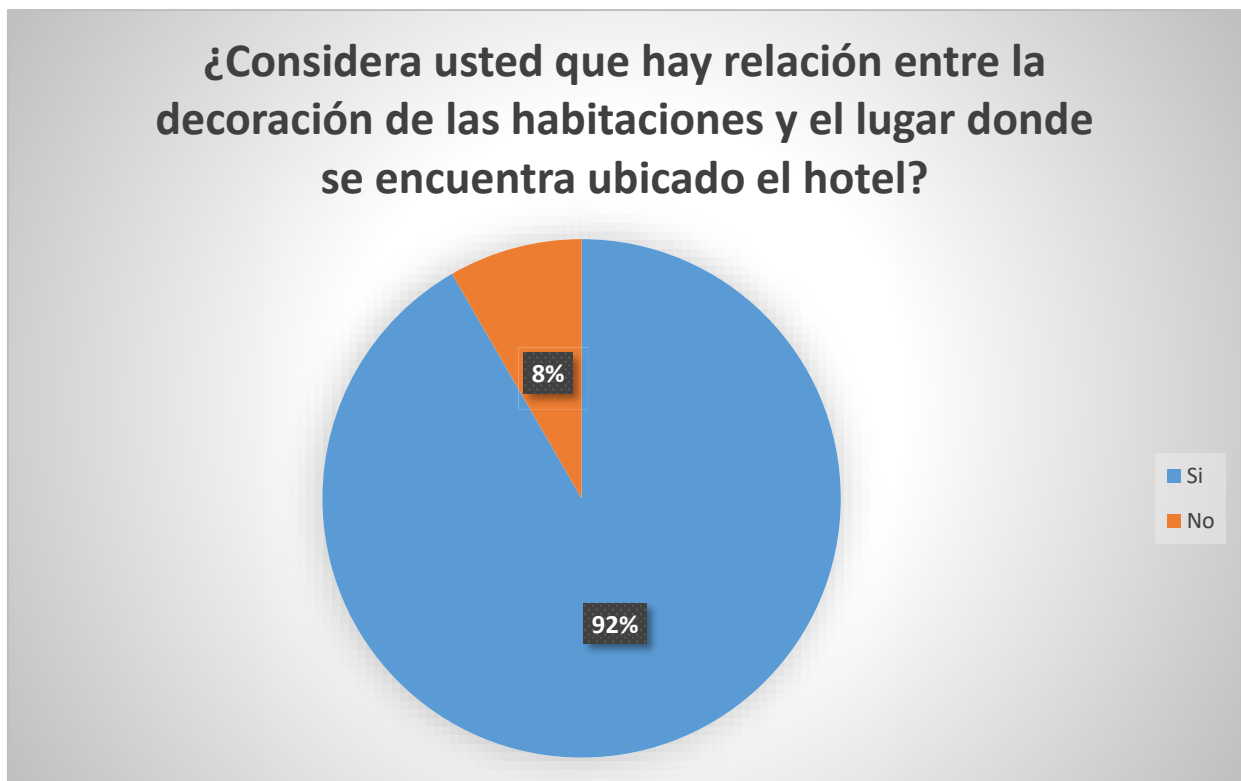


Gráfico 15. Decoración. Fuente: Elaboración propia

Pregunta 8. **¿Cómo considera usted su nivel de comodidad en las habitaciones del hotel?**

### **Análisis e Interpretación**

Dentro de esta ilustración sobre el nivel de comodidad en las habitaciones de los hoteles está clasificado por 4 grupos, la mayor cantidad de clientes califican su comodidad en las habitaciones como bueno, el cual ha tenido mayor porcentaje, seguido por excelente y mientras tanto un mínimo porcentaje calificó su comodidad en las habitaciones de los hoteles como regular.



Gráfico 16. Confort habitacional. Fuente: Elaboración propia

Pregunta 9. **¿Disfrutó durante su permanencia sin afectaciones de los servicios de TV, aire acondicionado, minibar, etc.?**

### **Análisis e Interpretación**

La mayor cantidad de clientes que reciben los servicios de los hoteles califican que disfrutaron su permanencia sin afectaciones, lo cual motiva su visita continua, Proporcional a lo anterior pero en menor medida otros clientes manifiesta que sí tuvieron afectaciones por estos servicios como lo muestra la gráfica No. 9.

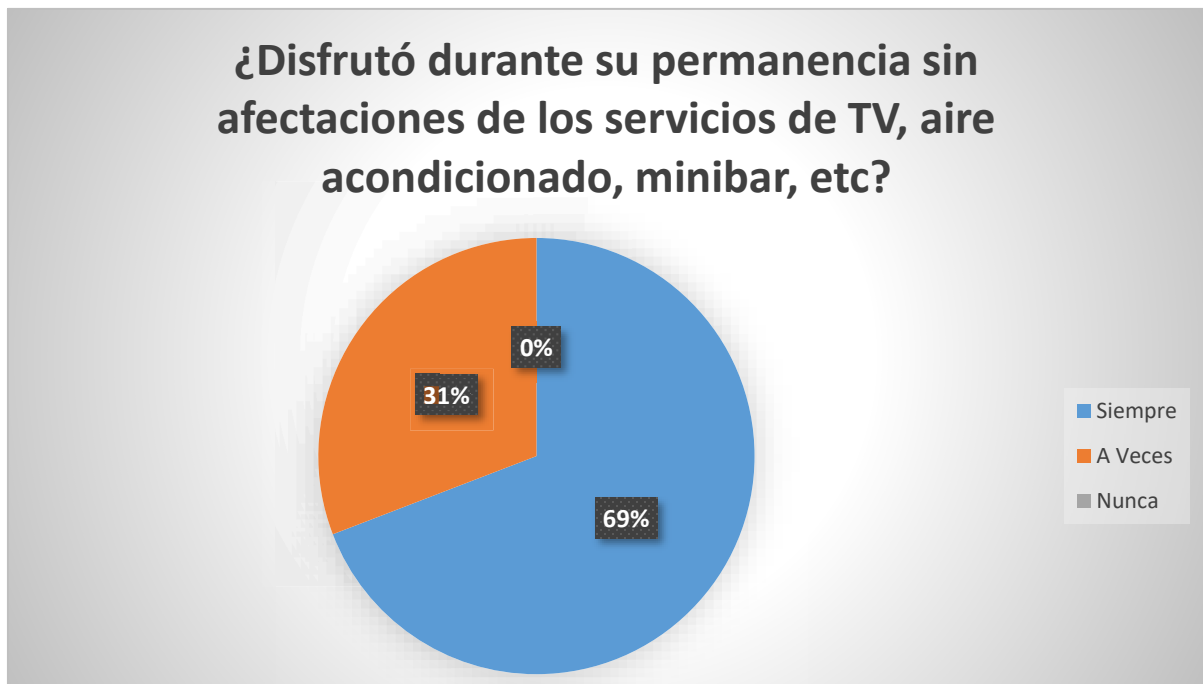


Gráfico 17. Condiciones de equipos (Tv, luces, minibar, etc.). Fuente: Elaboración propia



Pregunta 10. **¿Cómo califica usted el avituallamiento de las habitaciones en el hotel?**

### **Análisis e Interpretación**

Dentro de esta ilustración sobre el avituallamiento en las habitaciones de los hoteles está clasificado por 3 grupos, la mayor cantidad de clientes califican el avituallamiento en las habitaciones como bueno, el cual ha tenido mayor porcentaje, seguido por regular y mientras tanto un mínimo porcentaje calificó el avituallamiento en las habitaciones de los hoteles como malo.



Gráfico 18. Avituallamiento (Lencería, minidosis, etc.). Fuente: Elaboración propia

## 4.2. Discusión

Los resultados obtenidos mediante la recolección de información concluye que la mayor cantidad de turistas que visitan estos establecimientos hoteleros de Santa Marianita tienen una mala percepción respecto al servicio que reciben, quienes realmente están buscando un ambiente tranquilo y alejado del bullicio de la urbe, donde puedan disfrutar del turismo de playa y además que están dispuestos a consumir, utilizar todos los bienes y servicios que este destino turístico les pueda ofrecer; así mismo también el de recomendar a sus familiares y amigos para disfrutar de sus cálidas aguas y ambiente acogedor.

Al ser una playa muy acogedora y encontrarse ubicada a pocos minutos de la ciudad de Manta, es escogida por muchas personas como destino turístico para el descanso y disfrutar de sus actividades recreativas en familia o amigos, principalmente por contar con un ambiente de tranquilidad y variada gastronomía, sin embargo, aunque estos factores sean positivos, la playa Santa Marianita deja en vista de los turistas, tantos locales, nacionales o extranjeros diversas carencias o debilidades.

Los principales problemas detectados a través de las encuestas realizadas a los clientes de los hoteles de la playa Santa Marianita se enumeran a continuación:

1. Existe conformidad al momento de realizar el registro de Check In y Check Out en los hoteles, sin embargo un mínimo porcentaje se siente inconforme por la falta de personal capacitado para atender en otros idiomas.
2. Un pequeño porcentaje de clientes consideran un servicio deficiente el no poder realizar llamadas internacionales, no obstante un gran porcentaje está conforme con el servicio de llamadas nacionales.

3. La limpieza de las habitaciones no satisfacen con excelencia las exigencias de los clientes.
4. El espacio para la movilidad de personas con discapacidad no es el adecuado.

## 5. Conclusiones

- En base a mi investigación, se indagó que la bibliografía está relacionada con la calidad de servicio, alojamiento y reglamento de alojamiento turístico.
- Se evidenció el déficit en cuanto al servicio que ofrecen los propietarios de los hoteles, por no establecer metas claras que brinden al cliente un servicio de calidad, así como también la inadecuada atención a los huéspedes por parte del personal que labora en estos establecimientos.
- Se comprobó que no están definidas políticas claras en cuanto a calidad de servicio que se ofrece a los clientes de los hoteles, lo cual repercute en la disminución o afluencia de clientes.

## 6. Recomendaciones

- Elaborar un plan de mejora para erradicar progresivamente las deficiencias detectadas.
- Elaborar un plan de formación del personal en correspondencia con las necesidades detectadas en el diagnóstico.
- Aplicar la propuesta en los hoteles ubicados en la playa Santa Marianita del cantón Manta, llevando a cabo todas las capacitaciones sugeridas dentro de este plan para desarrollar capacidades y brindar un servicio de calidad acorde a la demanda que existe en este destino turístico.
- Actualizar las páginas de internet de las empresas hoteleras con información verídica, ya que el cliente puede llevarse una mala impresión al momento de llegar al hotel y apreciar que los servicios no son los esperados.
- Crear rampas de accesibilidad con la finalidad de brindar un buen servicio para personas con discapacidad.

## 7. Bibliografía

- APRIM. (28 de Julio de 2017). *Asamblea del Ecuador. (2008)*. Obtenido de Asamblea del Ecuador. (2008): <http://www.manabi.gob.ec/entidades/aprim>
- Barragán, D. r. (2010). *Hotelería*. Mexico: Instituto Politécnico Nacional.
- Barragán, L. (2010). *Hotelería*. Mexico: Instituto Politécnico Nacional.
- Barragán, L. (2010). *Hotelería*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Blackwell, Miniard, & Engel. (2005). *Comportamiento do consumidor*. . Sao Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Carrera, B. P. (2014). *Análisis de la oferta y la demanda de las carreras universitarias de Turismo y Hotelería. Fortalezas y Debilidades. Caso de estudio Ecuador*. Quito: Red Universidad Austral de Chile.
- Casillas, S. (2009). *Hotelería (4a. Ed.)*. México: Grupo Editorial Patria .
- Colunga. (1995). *La calidad en el servicio*. . Mexico: panorama editorial.
- De la Torre, F. (2009). *Administración hotelera 2*. México: Trillas Editorial.
- Di muro Pérez, L. (2012). *Manual práctico de recepción hotelera*. México: Trillas editorial.
- Figueroa, C. J. (Junio de 2014). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos*. Obtenido de Universidad Rafael Landívar: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- González, V. J. (2012). *Manual Operaciones Básicas de Pisos en Alojamientos: Arreglo de Habitaciones y Zonas Comunes en Alojamientos*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Halberstadt, J. (s.f.). *La ciudad de Manta*. Obtenido de La ciudad de Manta: <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-ciudad-de-manta.html>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la Investigación: Quinta Edición*. México: Interamericana Editores S.A de C.V.
- International Organization for Standardization. (Septiembre de 2015). *ISO Organización Internacional de Normalización*. Obtenido de ISO Organización Internacional de Normalización: <https://www.iso.org/standard/62085.html>
- Izaguirre, M. (2014). *Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros (2a. ed.)*. España: Ecoe ediciones.
- Kotler ; Parasuraman ; Lovelock ; Grönroos. (1997). *Mercadotecnia. Mexico: prentice hall. Un modelo conceptual de la calidad del servicio y su implicación. Journal of Marketing*.
- Lattin, G. (2009). *Administración Moderna de Hoteles y Moteles*. Mexico: Trillas Sa De Cv.
- Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de Reglamento de Alojamiento Turístico: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

- Naranjo, M. F. (2016). *Etnicidad, estructura social y poder en Manta: occidente ecuatoriano*. Manta: Flasco.
- Ordoñez, M., & Navarro, F. (2005). *Políticas de empleo en la planificación turística local. Herramientas para su formulación*. Santiago de Chile: United Nations Publications.
- Organización Mundial de turismo. (s.f.).
- Organización Mundial de Turismo. (10 de Octubre de 2018). *El turismo internacional mantiene un fuerte impulso en 2018*. Obtenido de El turismo internacional mantiene un fuerte impulso en 2018: <https://www2.unwto.org/es/press-release/2018-10-10/el-turismo-internacional-mantiene-un-fuerte-impulso-en-2018>
- Organización Mundial del Turismo. (2005). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de Entender el turismo: Glosario Básico.: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Acerca de la OMT*. Obtenido de Acerca de la OMT: <https://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Párraga, R. (07 de Febrero de 2016). *Manta, punto clave pra el turismo*. Obtenido de Manta, punto clave pra el turismo.: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/manta-punto-clave-para-el-turismo-en-manabi>
- Perez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideas Propias.
- SalvaRam. (31 de Marzo de 2017). *Playa Santa Marianita Manta*. Obtenido de Playa Santa Marianita Manta: <https://travesiahotel.com/playa-santa-marianita-manta/>
- Sobrino, A. V. (2012). *Procesos de Gestión de Departamentos del Área de Alojamiento*. España: ic editorial.
- UNIVERSIDAD DEL CEMA. (2010). *La Industria Hotelera*. Argentina: UNIVERSIDAD DE CEMA. Obtenido de [https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2010/Tesina\\_MBA\\_UCEMA\\_Tollan.pdf](https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2010/Tesina_MBA_UCEMA_Tollan.pdf)
- World Tourism Organization. (2015). *Hotel Clasification Systems: Recurrence of Criteria in 4 and 5 Star Hotels*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO),.

## 8. ANEXOS

**Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”**

**Facultad: Hotelería y Turismo.**

**Carrera: Ingenieros en Administración de empresas hoteleras.**

### **EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN HOTELES DE SANTA MARIANITA.**

Este trabajo de investigación responde a la sustentación de proyecto de investigación “EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN HOTELES DE SANTA MARIANITA.” Y tiene como objetivo evaluar la calidad del servicio de alojamiento para la contribución al fortalecimiento de la actividad turística en Santa Marianita; aportando de esta manera a transformaciones positivas en la sociedad. Por lo anterior esperamos su colaboración, sus respuestas serán utilizados con fines investigativos.

**Sexo**    \_\_\_ Hombre    \_\_\_ Mujer

**Edad:**    \_\_\_ Entre 18 y 25    \_\_\_ Entre 26 y 45    \_\_\_ 46 en adelante

#### **1. ¿Fue recibido con prontitud en la recepción?**

Sí \_\_\_    No \_\_\_

#### **2. ¿Cómo califica la cortesía durante el proceso de registro en el hotel?**

\_\_\_ Excelente    \_\_\_ Buena    \_\_\_ Regular    \_\_\_ Mala

#### **3. ¿Califique el servicio de conserjería en el hotel?**

\_\_\_ Excelente    \_\_\_ Buena    \_\_\_ Regular    \_\_\_ Mala

#### **4. ¿Cómo califica usted el servicio de llamadas telefónicas en el hotel?**

\_\_\_ Eficiente    \_\_\_ Deficiente



**5. ¿Considera usted que el Check Out fue realizado con rapidez?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**6. ¿Cómo califica usted la limpieza en las habitaciones del hotel?**

\_\_\_Excelente      \_\_\_Buena      \_\_\_Regular      \_\_\_Mala

**7. ¿Considera usted que hay relación entre la decoración de las habitaciones y el lugar donde se encuentra ubicado el hotel?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**8. ¿Cómo considera usted su nivel de comodidad en las habitaciones del hotel?**

\_\_\_Excelente      \_\_\_Buena      \_\_\_Regular      \_\_\_Mala

**9. ¿Disfrutó durante su permanencia sin afectaciones de los servicios de TV, aire acondicionado, minibar, etc?**

\_\_\_Siempre      \_\_\_A veces      \_\_\_Nunca

**10. ¿Cómo califica usted el avituallamiento de las habitaciones en el hotel?**

\_\_\_Buena      \_\_\_Regular      \_\_\_Mala

¡Muchas  
gracias!

