



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

**Importancia de la calidad de los servicios hoteleros en la atención al cliente en
Bahía de Caráquez**

Autor

Emilia Georgina Quiñonez Torres

Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caráquez

Licenciatura en Hospitalidad y hotelería

Enero 2025 Bahía Caráquez

CERTIFICADO DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Carrera de Hospitalidad y Hotelería de la Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caráquez de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el informe de proyecto de investigación, bajo la autoría del estudiante Emilia Georgina Quiñonez Torres legalmente matriculada en la carrera de Hospitalidad y Hotelería periodo académico 2024-2, cumpliendo el total de 384 horas, bajo la opción de titulación de informe de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto o núcleo problemático es **“Importancia de la entidad de los servicios hoteleros en la atención al cliente en Bahía de Caráquez”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Bahía de Caráquez, enero del 2025



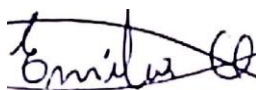
Estrella Gloria Antonia Ferrin Delgado

TUTORA

DECLARION DE AUTORIA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este Proyecto de Investigación pertenece exclusivamente a la autora:

El derecho intelectual de este Proyecto de Investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.



EL/ LA AUTOR/A

Emilia Georgina Quiñonez Torres

APROBACION DEL TRABAJO

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal del grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S.E. Ana Isabel Zambrano Loor

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

DEDICADORA

Le agradezco a Dios por guiarme y darme la fortaleza necesaria para alcanzar este importante logro. Su luz ha iluminado mi camino y me ha enseñado a nunca rendirme.

A mis queridos padres por su amor incondicional y su apoyo constante. Ustedes han sido mi mayor inspiración y el pilar que sostiene en cada paso. Gracias por creer en mí y por enseñarme el valor del esfuerzo cada día.

A mis hermanas por ser mis compañeras de vida gracias por motivarme dar palabras de alientos. Su complicidad ha hecho que esta travesía sea aún más significativa. Cada momento compartido han dejado huellas en mi corazón.

A mis pequeñas sobrinas y sobrino que me han recordado lo importante de soñar y disfrutar cada momento, me llenan de vida de alegría son mi constante motivación para mejorar cada día

Con todo mi cariño y gratitud.

Emilia Georgina Quiñonez Torres.

AGRADECIMIENTO

Queridos padres, hermanas, sobrinas y amigos:

Hoy quiero dedicar un momento especial para expresarles mi más profundo agradecimiento. Reflexionando sobre mi vida, me doy cuenta de cuánto cada uno de ustedes ha contribuido a mi felicidad y crecimiento personal.

A mis padres: su amor incondicional y sacrificio constante son el cimiento de quien soy. Gracias por enseñarme valores fundamentales como la perseverancia, la empatía y la importancia de la familia. Ustedes siempre han estado ahí, apoyándome en cada paso del camino, brindándome consejos y siendo mi refugio en los momentos difíciles. Su dedicación y amor son un ejemplo que atesoro en mi corazón.

A mis hermanas: ustedes son más que familiares; son mis cómplices, mis mejores amigas. Gracias por compartir risas, secretos y momentos inolvidables. Cada aventura y cada charla ha fortalecido nuestro lazo, y valoro enormemente la manera en que siempre estamos ahí las unas para las otras. Me siento afortunado/a de tenerlas en mi vida.

A mis adoradas sobrinas: su energía y alegría son un verdadero regalo. Cada vez que estoy con ustedes, mi corazón se llena de felicidad. Gracias por recordarme la belleza de las cosas simples y por su capacidad de ver el mundo con asombro. Su risa es música para mis oídos y cada abrazo suyo es un recordatorio de lo que realmente importa en la vida.

Y a mis amigos: su amistad ha sido un pilar fundamental en mi vida. Gracias por estar a mi lado en los momentos buenos y malos, por hacerme reír en días grises y por ofrecer su apoyo incondicional. Cada recuerdo que hemos creado juntos es un tesoro que atesoro profundamente. Ustedes han sido una fuente constante de inspiración y motivación, y no puedo agradecerles lo suficiente por ser quienes son.

Emilia Georgina Quiñonez Torres

INDICES DE CONTENIDO

<u>CERTIFICADO DEL TUTOR</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>DECLARION DE AUTORIA</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>APROBACION DEL TRABAJO</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>DEDICADORIA</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>AGRADECIMIENTO</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Abstract</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>RESUMEN</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>INTRODUCCION</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Diseño teórico</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Problema</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Objeto</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Campo</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Objetivo general</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>variables</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Variable independiente</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Variable dependiente</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tareas científicas</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>CAPITULO I</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Marco Teórico</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Variable independiente</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>1.1.1. Calidad de los Servicios hoteleros</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Variable dependiente</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Satisfacción de los servicios hoteleros en la atención al cliente.</u> ..	¡Error! Marcador no definido.
<u>¿Qué es la satisfacción del cliente?</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>¿Como medir la satisfacción del cliente?</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>¿Para qué sirve los indicadores de satisfacción?</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Calidad de los servicios hoteleros en la atención al cliente.</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Como mejorar la atención al cliente</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>¿Cómo se determina la calidad del servicio de los hoteles?</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Una buena calidad en los servicios hoteleros</u>	¡Error! Marcador no definido.

<u>CAPITULO II</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Diagnostico</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Diseño metodológico</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Enfoque metodológico</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tipo de estudio</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Métodos</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Métodos teóricos</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Encuesta</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Población y muestra</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Población</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Muestra</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Muestreo no probabilístico por conveniencia</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>RESULTADOS</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>CAPITULO III</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Diseño de la propuesta</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tema de la propuesta</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Antecedentes</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Justificación</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Objetivos</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Objetivo general</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Objetivos específicos</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Desarrollo de la propuesta</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>CONCLUSIONES</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>RECOMENDACIONES</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>ANEXOS 1</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Anexo 2</u>	¡Error! Marcador no definido.

Índices de Tablas

<u>Tabla 1</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Calificación de apariencia y limpieza de establecimiento</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 2</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Equipos y materiales modernos y en buen estado</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 3</u>	¡Error! Marcador no definido.

<i>Personal confiable y cumple promesas</i>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 4</u>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Seguridad y protección del establecimiento</i>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 5</u>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Garantiza privacidad de datos</i>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 6</u>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Cumple estándares de seguridad y salud</i>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 7</u>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Personal amable y cortes</i>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 8</u>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Comprensión de necesidades y preferencias</i>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 9</u>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Cronograma de capacitaciones</i>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 10</u>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Duración del programa de capacitaciones</i>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Tabla 11</u>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Presupuesto del programa de capacitaciones</i>	¡Error! Marcador no definido.

Índices de Gráficos

<u>Gráfico 1</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Gráfico 2</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Gráfico 3</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Gráfico 4</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Gráfico 5</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Gráfico 6</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Gráfico 7</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Gráfico 8</u>	¡Error! Marcador no definido.

Abstract

The quality of hotel services in Bahía de Caráquez is crucial to optimize customer service, since it has a direct impact on guest satisfaction and loyalty. The lack of attention and quality in the services offered lowers the demand of tourists in the locality. This not only strengthens the reputation of the establishments through recommendations and positive opinions, but also boosts tourism in the region, contributing to local economic development and positioning the city as a competitive destination. This research addressed the issue of the “Importance of the quality of hotel services in customer service in the city of Bahía de Caráquez”. The study used a quantitative methodological approach with non-probabilistic convenience sampling and a survey of hotel customers, whose results showed that the quality of the services provided in hotels is of utmost importance, since customer service is the connection between the server and the customer. In the design of the proposal, the implementation of a training program by areas within the hotels is proposed, in order to improve the services offered both in quality and customer service; and thus, the hotel servers can meet the needs of users and these can return and make recommendations of the place, it would also help the development of the economy of the community, since The establishment would not only be recommended, but also the city as a tourist place.

Key words: Attention, Server, Improvement, Loyalty

RESUMEN

La calidad de los servicios hoteleros en Bahía de Caráquez es crucial para optimizar la atención al cliente, ya que impacta directamente en la satisfacción y fidelización de los huéspedes. La falta de atención y calidad en los servicios ofrecidos baja la demanda de turistas en la localidad. Esto no solo fortalece la reputación de los establecimientos a través de recomendaciones y opiniones positivas, sino que también impulsa el turismo en la región, contribuyendo al desarrollo económico local y posicionando a la ciudad como un destino competitivo. Esta investigación se analizó el tema de la “Importancia de la calidad de los servicios hoteleros en la atención al cliente en la ciudad de Bahía de Caráquez”, dentro del estudio se utilizó el enfoque metodológico cuantitativo con muestreo no probabilístico por conveniencia, y una encuesta a los clientes de hotelería, cuyos resultados mostraron que es de suma importancia la calidad de los servicios que se brinda en los hoteles, ya que la atención al cliente es la conexión del servidor y el cliente. En el diseño de la propuesta, se plantea la implementación de un programa de capacitaciones por áreas dentro de los hoteles, con la finalidad de mejorar los servicios que ofrecen tanto en calidad, como en atención al cliente; y así los servidores hoteleros puedan satisfacer las necesidades de los usuarios y estos puedan regresar y hacer recomendaciones del lugar, también ayudaría al desarrollo de la economía de la comunidad, ya que no solo se recomendaría el establecimiento si no también la ciudad como un lugar turístico.

Palabras claves: **Atención, servidor, mejora, fidelización**

INTRODUCCION

El servicio al cliente tiene que ver con ejecuciones intangibles, acciones o procesos realizados con la participación de las personas que lo requieren. Se trata entonces de poner en práctica una presentación o apoyo al usuario, de acuerdo con la apreciación de satisfacción evidenciada por el vendedor o perceptor que interactúa con el cliente. Además, en el servicio de atención al cliente surge la necesidad de trabajar con especificaciones funcionales e incluso técnicas para brindar satisfacción a los clientes (Miguel A. Bustamante, 2020)

El servicio al cliente se centra en acciones y procesos que no son tangibles, pero que generan una experiencia percibida por el cliente. Esto implica que el éxito depende de la calidad de las interacciones y la percepción del usuario. Además de la interacción con los clientes, el servicio al cliente requiere normas claras, ya sean funcionales, vincula el rendimiento del servicio o técnicas el aspecto del servicio. Esto garantiza que el servicio sea uniforme y de confianza.

El servicio al cliente, siendo una ejecución intangible, requiere un enfoque proactivo en la interacción con el cliente, una atención continua al soporte y satisfacción, y la integración de aspectos técnicos y funcionales para garantizar una experiencia positiva y efectiva. En tal sentido, el servicio al cliente debe partir de la valoración de las necesidades básicas de los usuarios, relacionadas incluso con el alimento, vestimenta, bebidas, entre otros. Así mismo las necesidades de entrenamiento, ocio e incluso educación (Adonayda, 2021). En Bahía de Caráquez, Ecuador, la industria hotelera se encuentra frente a desafíos cada vez mayores en lo que respecta a la calidad de los servicios proporcionados y su influencia en el trato al cliente. Cada vez más personas eligen visitar como destino turístico esta zona.

De acuerdo con la investigación en el año 2021 “Diagnostico de la situación de los servicios en Bahía de Caráquez” llevado a cabo por la Cámara de Turismo de Bahía de Caráquez, únicamente el 48% de los participantes encuestados expresaron satisfacción respecto a la calidad general de los servicios hoteleros en esa área (Cámara de Turismo de Bahía de Caráquez, 2021) El análisis efectuado en 2021 por la Cámara de Turismo de Bahía de Caráquez muestra que menos de la mitad de los entrevistados se siente complacidos con la calidad de los servicios hoteleros, lo que pone de manifiesto la necesidad de mejoras importantes en este sector para incrementar su competitividad y captar más visitantes.

Bahía de Caráquez es una ciudad turística ubicada en la desembocadura del río Chone, se consolida como un destino turístico excelente, por lo que es crucial que los hoteles en la zona reconozcan el valor estratégico de mejorar la calidad de sus servicios. Sin embargo, existe la problemática detectada de la inadecuada calidad de los servicios hoteleros repercutiendo en la poca cantidad de visitante en los hoteles de la ciudad. Se puede concluir que los turistas tienen expectativas muy altas en cuanto a la calidad de los servicios hoteleros en Bahía de Caráquez. Sin embargo, parece que estas expectativas no están siendo atendidas por completo, lo cual tiene un impacto negativo en la satisfacción y lealtad de los clientes.

Para lograr que Bahía de Caráquez se consolide como un destino turístico excelente, es crucial que los hoteles en la zona reconozcan el valor estratégico de mejorar la calidad de sus servicios. Por lo que en esta investigación se propone como objetivo Determinar de qué manera la calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes en la hospitalidad de los hoteles de Bahía de Caráquez. Esto les permitirá ofrecer una atención al cliente excepcional y promover la competitividad en el área de la hospitalidad.

Diseño teórico

Problema

La calidad de los servicios en la atención al cliente

Objeto

Impacto de la calidad de los servicios de hospitalidad

Campo

Los servicios de hospitalidad

Objetivo general

Determinar de qué manera la calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la hospitalidad

variables

Variable independiente

Calidad de los servicios de hospitalidad en atención al cliente

Variable dependiente

La satisfacción de los servicios de hospitalidad en Bahía de Caráquez

Tareas científicas

El sector de la hospitalidad es un componente de vital importancia para la ciudad de Bahía de Caráquez ya que se requiere mejora de manera adecuada su competitividad por lo que se propone como tareas científicas los siguientes:

- Identificar el servicio que reciben los huéspedes en los hoteles de Bahía de Caráquez, centrados en la hospitalidad
- Analizar la calidad de los servicios que brinda los hoteles de Bahía de Caráquez
- Crear una propuesta que mejore la atención a los clientes en los servicios de hospitalidad en los hoteles de Bahía de Caráquez.

CAPITULO I

1. Marco Teórico

El marco teórico es de suma importancia ya que indaga temas relacionados al objeto de investigación, a los objetivos planteado, a la problemática y a otros temas de calidad y relevancia que aportan significativamente a la investigación.

La ciudad de Bahía de Caráquez ubicada en la zona norte de Manabí, en la desembocadura del río Chone y Carrizal, posee múltiples atractivos turísticos que hacen sea visitada con frecuencia por turistas nacionales y extranjeros. Sin embargo, después del terremoto (2016) su infraestructura hotelera quedó reducida a unos pocos hoteles con opciones de alojamiento variadas que permiten alojar a los turistas que la visitan. Por esto que se menciona en necesario mejorar la calidad de los servicios para ofrecer satisfacción a los clientes con el fin de promover al turismo local.

1.1.Variable independiente

1.1.1. Calidad de los Servicios hoteleros

La calidad de los servicios hoteleros se define como la capacidad de un hotel para satisfacer y superar las expectativas de los huéspedes. Esto incluye factores clave como la atención al cliente, limpieza, instalaciones, rapidez en el servicio, personalización y seguridad. Los principales indicadores de calidad son la satisfacción del cliente, la reputación en línea, la tasa de repetición y certificaciones como ISO 9001. “Para garantizar la calidad, es esencial capacitar al personal, implementar tecnologías eficientes realizar supervisión constante y adaptarse a nuevas tendencias”. (Briones, 2019)

Una buena gestión de calidad mejora la satisfacción de los huéspedes, fortalece la fidelización incrementa la competitividad y asegura la sostenibilidad operativa del hotel.

1.2.Variable dependiente

1.2.1. Satisfacción de los servicios hoteleros en la atención al cliente.

El autor (Cipriano, 2019) en la investigación titulada “Calidad de servicios y satisfacción del cliente” determina la relación que existe entre la calidad y la satisfacción del cliente, así como objetivos específicos demostrar la relación entre la tangibilidad, tiempo de respuesta y seguridad con la satisfacción brindada al cliente y estima la relación de la confiabilidad y empatía con la satisfacción al cliente. El autor

establece la relación directa que existe entre la satisfacción y la calidad de los servicios en los clientes y lo analiza como clave ya que es algo tangible el servicio que se ofrece.

(Spreng, 2009) “sugiere que un mayor conocimiento del servicio y del valor de esta mejora la satisfacción en el cliente”. Con respecto a la disyuntiva, argumenta que la calidad es consecuencia de la satisfacción del consumidor, pues un mayor nivel de satisfacción de parte del consumidor conlleva a experiencia como más favorable la calidad del servicio, de la misma manera que hace más propenso a perdonar servicios deficientes por lo cual se toma una percepción sólida y duradera cuando ya se ha forjado.

Para (Ayón Ponce, 2020) “La satisfacción del cliente es básicamente el juicio que se hace un consumidor en relación con su sensación de satisfacción en relación con sus servicios específicos”. Es algo más inclusivo influye en ella las percepciones de la calidad en el servicio y el precio. Se debe de destacar los principales factores que influye en las percepciones de los clientes en la hora de su satisfacción, que son los que se citan a continuación:

- 1) La experiencia de los clientes: pueden aparecer efectos de contraste y asimilación debido a la experiencia que los clientes han tenido con el servicio que se le ha ofrecido.
- 2) El nivel de complicidad con el servicio, cuando los clientes tienen una alta implicación con el servicio ofrecido
- 3) Finalmente, tanto el desempeño del servicio como la discrepancia de las expectativas del cliente influye en la satisfacción.

En esta variable se evalúa como los establecimientos hoteleros de la zona atienden y satisfacen las necesidades y expectativas de los huéspedes teniendo en cuenta la calidad y efectividad, lealtad de los clientes, la medición de la satisfacción global de los clientes respecto a los servicios promocionados y el nivel de cumplimiento o superación de las expectativas de los huéspedes.

Para (Cacciavillani, 2018) “las expectativas de los clientes son aquellos anhelos que espera satisfacer en el servicio brindado”.

El autor indica que las expectativas de los clientes se deben de satisfacer y ser más de lo que el cliente se espera en el servicio que se le ha ofrecido. Dice (Da Silva, 2020) que “llamamos expectativa del cliente aquello que los clientes esperan de nuestro servicio”. Da Silva se refiere que la expectativa de los clientes es algo que ellos se imaginan del servicio que se le va ofrecer puede ser algo positivo como negativo todo depende de la expectativa del cliente. Expresa que el cliente luego de adquirir el servicio experimenta uno de los tres niveles de satisfacción:

- Insatisfecho: este se produce cuando el desempeño del servicio no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: en este se produce cuando el desempeño percibido del servicio coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia se produce cuando el desempeño percibido excede más que las expectativas del cliente.

1.2.2. ¿Qué es la satisfacción del cliente?

La satisfacción del cliente es la sensación de agrado o contento que experimenta el cliente. Es fundamental reconocer la satisfacción del cliente ya que es la clave del éxito de un servicio brindado. El autor (Valdivieso-Valdivieso, 2023) “Se basa en la comparación de la expectativa del cliente y la experiencia real que el cliente percibe”. Siempre el servicio debe de superar las expectativas de los clientes.

(Olmedo de Ríos) “Como, el tiempo de espera del servicio, el tiempo de resolverle un problema, se debe de optimizar los procesos para reducir el tiempo de espera al cliente, contar con personal capacitados en la atención al cliente”. Los servidores de servicios deben de estar capacitados para brindar un servicio eficaz al cliente.

1.2.3. ¿Como medir la satisfacción del cliente?

Expresa (Vidrio-Barón S. B.-M.-S., 2020) “la satisfacción se evalúa mediante cinco dimensiones: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía”.

Existen algunos métodos de medición de la satisfacción del cliente. Se clasifican en dos grupos estos métodos, método cuantitativo y método cualitativo.

En el método cuantitativo se puede utilizar lo que son encuesta de satisfacción al cliente de una manera sencilla y eficaz en la hora de recopilar datos de la satisfacción del cliente en los servicios que se le ha ofrecido. En el método cualitativo

se puede analizar los comentarios que se recopilan a través de entrevistas, grupos focales, redes sociales o reseñas online.

1.2.4. ¿Para qué sirve los indicadores de satisfacción?

En el sector hotelero, los indicadores de satisfacción del cliente son herramientas esenciales que permiten evaluar la experiencia del cliente y el nivel de satisfacción. Son terminantes para el éxito de un hotel, ya que los clientes satisfechos suelen recomendar y regresar. El autor (argas-Calderón, 2021)“Los hoteles utilizan los indicadores de satisfacción del cliente para identificar problemas y tomar medidas para solucionarlos y así, conocer la opinión del cliente, identificar las áreas que se deben mejorar”.

Los huéspedes reciben una encuesta de satisfacción del cliente después de salir del hotel. El objetivo es obtener los comentarios de los clientes sobre el nivel de satisfacción con diferentes aspectos de su estancia en el hotel, el servicio al cliente de alta calidad y rapidez, el estado de las habitaciones, la calidad de las instalaciones y los servicios complementarios, el nivel de la personalización la capacidad de respuesta y comunicación, la seguridad, la amabilidad.

La satisfacción del cliente es importante en la industria hotelera ya que fomenta la fidelización, ya que los huéspedes satisfechos tienden a regresar y recomendar el hotel, incrementar las reservas repetidas. Además, fortalecer la reputación del hotel mediante críticas positivas, atrayendo nuevos clientes y actúa como un factor diferenciador en un mercado competitivo. Así mismo contribuye al aumento de ingresos, ya que los huéspedes satisfechos suelen gastar más en servicios adicionales. Finalmente, permite recopilar información valiosa para mejorar continuamente los servicios y procesos.

1.2.5. Calidad de los servicios hoteleros en la atención al cliente.

Para (Sánchez Galán, 2016) “un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindado un producto inmaterial y personalizado”. El servicio es un producto intangible, que demanda las necesidades de cumplir con ciertas actividades para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Para (Sánchez López, 2019.)definición de calidad “es el objetivo de las actividades que se realizan en una empresa y es el cliente el que previene el resultado global”. En un mercado cada vez más competitivo y con clientes con más información

a su alcance, la calidad se convierte en uno de los ejes fundamentales del éxito de una empresa. La calidad en el servicio al cliente es fundamental para garantizar la rentabilidad y el éxito de cualquier empresa. “Además de contribuir con la lealtad del consumidor hacia un producto o servicio, garantiza la viabilidad y éxito de la compañía dentro del mercado competitivo que existe en la actualidad” (Silva, 2018)

“La calidad de los servicios se ha convertido en una estrategia esencial para el ámbito empresarial, por esta razón muchas empresas tratan de añadirles para buscar un progreso continuo en los procesos y prestar un servicio óptimo; de esta forma logran competir en un mercado ampliamente competitivo y saturado” (Rogel Villacis, 2018)

Los servicios son unas estrategias en el ámbito empresarial menciona el autor y por esta razón muchas empresas tratan de añadir las para el progreso continuo de los servicios.

Al mejorar la calidad de los servicios, esta variable independiente puede tener un impacto positivo en los clientes de los servicios hoteleros. Para poder lograr la mejora en la calidad de los servicios hoteleros, se pueden implementar algunas estrategias; capacitaciones y desarrollo del personal, inversiones en la infraestructura de los establecimientos, mejora continua de los procesos y servicios, implementación de sistema de gestión de calidad. El enfoque se centra en identificar y trabajar en los factores que permitan mejorar y elevar la calidad de los servicios ofrecidos por los hoteles de Bahía de Caráquez, como objetivo de generar un impacto positivo.

El autor (Martínez-Tur, 2014) “Calidad de servicios es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”. La calidad en el servicio es una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente sobre ciertas dimensiones específicas del servicio: la empatía, confianza, responsabilidad, seguridad y tangible. Por otra parte, la satisfacción es más inclusiva e incluyente sobre ella las percepciones de la calidad en el servicio, la calidad del producto o servicio el precio, lo mismo que factores situacionales y personales.

La atención al cliente es la interacción que tiene el cliente con el servidor de servicio en los diferentes puntos de contacto. Una atención al cliente debe de ser amable, eficiente y resolutiva es clave para el servidor de servicio. Contar con un equipo de profesionales bien formados y que cuenten con amplios conocimientos

sobre los servicios que se ofrecen, mostrar una actitud amable, ser proactiva y servicial en la atención al cliente, comunicación de forma clara, concisa y comprensible, utilizando un lenguaje sencillo y evitando tecnicismo, comprender las necesidades y preocupaciones del cliente, ser eficiente en resolver los problemas del cliente, tener un seguimiento de las solicitudes del cliente para asegurarse de que se han resuelto satisfactoriamente.

1.2.6. Como mejorar la atención al cliente

Para la mejora de la atención al cliente existen algunas estrategias para que el servicio sea mejorado por los servidores de servicios. (Miranda Pino, 2023) “Como, capacitar al personal de atención al cliente es importante que el personal de atención al cliente tenga habilidades y conocimientos necesarios para manejar las situaciones difíciles y brindar una atención personalizada a cada cliente”.

Entender las necesidades del cliente escuchar las necesidades y expectativas del cliente se trata de información valiosa que permitirá ofrecer soluciones adecuadas a los problemas del cliente y generar satisfacción en el cliente.

Tener una buena comunicación constante con el cliente, especificar la información clara y actualizada los estados de solicitud y pedidos, esto se logrará mediante correos electrónicos, mensajes de texto o llamadas telefónicas. La amabilidad y la cortesía juega un papel fundamental en la hora de atender un cliente, tener una actitud positiva y empatía con los clientes incluso en situaciones difíciles, el trato debe de ser con respecto y con la consideración que merecen.

1.2.7. ¿Cómo se determina la calidad del servicio de los hoteles?

Para determinar la calidad de los servicios de hotelería se pueden destacar; el nivel de las instalaciones, reuniones semanales con el personal, la imagen corporativa de la empresa. Para (García, 2021) “La calidad de los servicios ofrecidos representa la experiencia del visitante y su grado de satisfacción en los elementos esenciales esta la tangibilidad, la fiabilidad, la responsabilidad, la seguridad y la empatía”. Además, se toma en cuenta en los indicadores de satisfacción, los comentarios dejados en las plataformas. Una evaluación integral basada en estos factores permite determinar mejorar la calidad de los servicios en la atención al cliente.

1.2.8. Una buena calidad en los servicios hoteleros

El autor (Yoo, 2022)“La calidad de los servicios hoteleros puede ofrecer beneficios a la hora de construir un modelo de negocios sostenible”. Dado que el hotelería es una de las actividades principales en un destino turístico.

(Vidrio-Barón, 2020)“En las ciudades turísticas tienen la responsabilidad de mejorar la vida de sus habitantes, incentivar el desarrollo económico, generar competitividad internacional y satisfacer las necesidades de los visitantes”. La sostenibilidad y el turismo deben de estar vinculadas, la dimensión ambiental y económica deben mantenerse para aumentar el valor de los recursos naturales y para seguir promoviendo el incremento en los niveles de desarrollo y calidad de vida de los habitantes y turista que visitan estos lugares turísticos.

CAPITULO II

El proceso de aplicación de los métodos y técnicas de investigación previo selección de muestra, es decir es la realización de todo el trabajo de campo, los tutores deben de revisar los instrumentos que se aplicaran en el proceso investigativo (encuestas, entrevistas y guías de observaciones). Se redactará los resultados obtenidos, se recomienda utilizar más de un método para compensar deficiencias que uno de ellos pueda presentar. En el análisis, primero se determina las principales potencialidades de la población objeto de estudio y luego la insuficiencia encontrada a través de los métodos y técnicas aplicadas.

2. Diagnostico

2.1.Diseño metodológico

2.1.1. Enfoque metodológico

El enfoque metodológico que se utilizó implica la investigación cuantitativa incluye encuestas para comprender las percepciones de la calidad de los servicios ofrecidos en la hospitalidad. Este enfoque busca mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen en la hospitalidad.

2.1.2. Tipo de estudio

Se utilizo el tipo de investigación exploratorio para explorar y familiar con el tema. Este enfoque permitirá explorar y captar la calidad de los servicios en la hospitalidad. Además, esta investigación es cuantitativa lo que proporciona una base solidad para futuras investigaciones y el desarrollo de nuevas estrategias en este campo.

2.1.3. Métodos

Métodos teóricos

Los métodos teóricos se utilizan de manera retirada desde la elaboración del diseño investigativo, a partir del estudio del estado del arte sobre el problema científico, hasta la interpretación de los datos y hechos constatados y las correspondientes conclusiones y recomendaciones. “Los métodos teóricos cumplen una función importante ya que posibilitar la interpretación conceptual de los datos empíricos encontrados” (Guitierrez, Garcia Dihigo y Cisnero, 2005)

Encuesta

“En el ámbito de las ciencias sociales, la encuesta es una técnica empleada tanto en investigación académicos como en la planificación orientada a la acción,

además de servir como herramienta de estudio para analizar diversos fenómenos sociales” (Falcón y otros, 2019)

Esta técnica ayuda recopilar datos cuantitativos, de manera rápida y eficaz.

2.1.4. Población y muestra

Población

Para (Arias, 2021) “la población se refiere al conjunto total de individuos, eventos o elementos que poseen características comunes y que son objeto de estudio”.

La población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades poseen características en común, las clases se estudian y dan origen a los datos de la investigación. La población que se va a tomar en cuenta será a las personas que han visitado algún hotel o restaurante de Bahía de Caráquez para ver de qué punto le gusto la atención al cliente.

Muestra

“Tomar una muestra es una estrategia para conocer lo que está ocurriendo en la población y dado que se va a tomar una muestra se va a insertar un error, en función de la estimación, esto implica que, si se ejecuta la misma investigación sobre el mismo tema y población, al tomar otra muestra el resultado numérico será distinto, pero dentro de unos límites” (Martínez, 2019)

La muestra se realizará a un grupo determinado de personas sobre la atención al cliente de que punto de vista de cada una de ellas ven los servicios que se ofrece en la hospitalidad.

Muestreo no probabilístico por conveniencia

Con este método es posible determinar la probabilidad que tiene cada elemento de la población de ser escogido en la muestra. “Cuando las muestras son aleatorias, se pueden hacer afirmaciones probabilísticas acerca de la población en estudio” (Cossio-Bolaños.M, 2015)

Esta muestra se le realizo a un grupo determinado de clientes de hospitalidad de Bahía de Caráquez sobre la calidad de los servicios que se ofrecen y la atención al cliente.

RESULTADOS

Preguntas de la encuesta

- 1. ¿Cómo califica la apariencia y la limpieza de nuestro establecimiento?**

Tabla 1*Calificación de apariencia y limpieza de establecimiento*

Calificación	Respuestas	Porcentaje
Excelente	30	61.22%
Bueno	12	24.49%
Regular	7	14.29%
Malo	1	2.04%
Total	50	100%

Interpretación

Los resultados de la tabla indica que la mayoría de los clientes están muy satisfechos con la apariencia y limpieza del establecimiento, con un 61.22% calificando como “Excelente”. Sin embargo, existe un margen de mejora en el 24.49% que dio una calificación de “Bueno” y el 14.29% que evaluó como “Regular”. La insatisfacción es baja 2.04%, pero trabajar en estos detalles podría elevar aún más la experiencia general.

Análisis

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes perciben de manera muy positiva la limpieza y la apariencia de los establecimientos, destacándolos como excelentes. Aunque la satisfacción general es alta, algunos clientes la valoran como buena o regular, lo que sugiere áreas de oportunidades para mejorar. El nivel de insatisfacción es mínimo, lo cual confirma que los establecimientos mantienen estándar favorable en estos aspectos

2. ¿Considera que nuestro equipo y materiales son modernos y en buen estado?

Tabla*Equipos y materiales modernos y en buen estado*

Calificación	Respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	28	56%
De acuerdo	14	28%
Neutral	7	14%
En desacuerdo	1	2%
Total	50	100%

Interpretación

La mayoría de los clientes perciben que el equipo y los materiales de los establecimientos son modernos y están en buen estado, ya que más de la mitad están “Totalmente de acuerdo”. Una cuarta parte adicional esta “De acuerdo”, lo que muestra una evaluación positiva general. Sin embargo, hay una minoría neutral y un cliente en desacuerdo, lo que sugiere pequeñas oportunidades de mejora en la percepción de la modernidad y el estado de los equipos.

Análisis

La gran mayoría de los clientes opina que el equipo y los materiales de los establecimientos son modernos y están en buen estado, reflejando una percepción mayormente positiva. Aunque algunos se muestran neutrales y unos está en desacuerdo, la evaluación general es favorable, lo que sugiere que los establecimientos satisfacen las expectativas en cuanto a la calidad de sus recursos.

3. ¿Considera que nuestro personal es confiable y cumple con sus promesas?

Tabla 3

Personal confiable y cumple promesas

Calificación	Respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	25	50%
De acuerdo	16	32%
Neutral	7	14%
En desacuerdo	2	4%
Total	50	100%

Interpretación

La mayoría de los clientes consideran que el personal es confiable y cumple con sus promesas, con una alta proporción que está “Totalmente de acuerdo” o “De acuerdo”. Aunque hay un pequeño porcentaje neutral y en desacuerdo, la percepción general es positiva, lo que indica que el personal cumple en gran medida con las expectativas de los clientes en cuanto confianza y compromiso.

Análisis

La confianza en el personal es generalmente alta, ya que la mayoría de los clientes considera que cumple con sus promesas. Aunque algunos clientes tienen una

opinión neutral y unos pocos están en desacuerdo, la percepción general es positiva, lo que sugiere que el personal en su mayoría satisface las expectativas de confiabilidad y compromiso.

4. ¿Se siente seguro y protegido en nuestro establecimiento?

Tabla 4

Seguridad y protección del establecimiento

Calificación	Respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	21	42%
De acuerdo	20	40%
Neutral	8	16%
En desacuerdo	1	2%
Total	50	100%

Interpretación

La mayoría de los clientes se siente seguros y protegidos en el establecimiento, con una 42% “Totalmente de acuerdo” y un 40% “De acuerdo”. Esto refleja una fuerte percepción de seguridad en el lugar. Solo una pequeña proporción se muestra neutral, y muy pocas están en desacuerdo. Lo que indica que el establecimiento cumple con las expectativas de seguridad de la mayoría de los clientes.

Análisis

La percepción de seguridad en el establecimiento es mayormente positiva, ya que algunos son neutrales y un pequeño grupo está en desacuerdo, la mayoría considera que el lugar cumple con sus expectativas en la seguridad.

5. ¿Considera que se garantiza la privacidad de tus datos?

Tabla 5

Garantiza privacidad de datos

Calificación	Respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	21	42%
De acuerdo	23	46%

Neutral	5	10%
En desacuerdo	1	2%
Total	50	100%

Interpretación

La mayoría de los clientes siente que sus datos están protegidos, con un 42% “Totalmente de acuerdo” y un 46% “De acuerdo”. esto refleja una fuerza confianza en las políticas de privacidad de los establecimientos. Solo un pequeño porcentaje tiene una opinión neutral o en desacuerdo, lo que sugiere, en general los clientes perciben que se garantiza la privacidad de su información

Análisis

La mayoría de los clientes cree que sus datos están protegidos, mostrando una percepción positiva sobre la privacidad que se garantiza en los establecimientos. Pese a que algún cliente muestra neutrales o en desacuerdo, la confianza en la seguridad de la información es alta en general.

6. ¿Se cumplen con los estándares de seguridad y salud?

Tabla 6

Cumple estándares de seguridad y salud

Calificación	Respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	18	36%
De acuerdo	20	40%
Neutral	9	18%
En desacuerdo	3	6%
Total	50	100%

Interpretación

La mayoría de los clientes consideran que se cumplan los estándares de seguridad y salud, con un 36% “Totalmente de acuerdo” y un 40% “De acuerdo”. Esto sugiere una percepción positiva general en cuanto a la seguridad y salud en el

establecimiento. Sin embargo, un porcentaje pequeño se muestra neutral o desacuerdo, lo que indica podrían existir áreas de mejora en este aspecto.

Análisis

La mayoría de los clientes creen que se cumplen los estándares de seguridad y salud, mostrando una percepción positiva en general. Aunque hay un pequeño grupo neutral y otro en desacuerdo, la evaluación general sugiere que los establecimientos cumplen con las expectativas de los clientes.

7. ¿Considera que nuestro personal es amable y cortés?

Tabla 7

Personal amable y cortés

Calificación	Respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	25	50%
De acuerdo	16	32%
Neutral	6	12%
En desacuerdo	3	6%
Total	50	100%

Interpretación

La mayoría de los clientes perciben al personal como amable y cortés, con un 50% “Totalmente de acuerdo” y un 32% “De acuerdo”. Esto refleja una evaluación positiva en cuanto actitud del personal. Aunque algunos son neutrales y un pequeño grupo en desacuerdo, la mayoría valora de manera favorable la actitud y trato del personal, lo que sugiere que en general el servicio al cliente.

Análisis

La mayoría de los clientes consideran que el personal es amable y cortés, con una percepción general positiva. Aunque algunos son neutrales y un pequeño grupo está en desacuerdo, la mayoría valora de manera favorable la actitud y trato del personal, lo que sugiere que en general el servicio al cliente.

8. ¿Se comprenden tus necesidades y preferencias?

Tabla 8

Comprensión de necesidades y preferencias

Calificación	Respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	23	46%
De acuerdo	16	32%
Neutral	9	18%
En desacuerdo	2	4%
Total	50	100%

Interpretación

La mayoría de los encuestados (78%) percibe que sus necesidades y preferencias son comprendidas, con un 46% "Totalmente de acuerdo" y un 32% "De acuerdo". Un 18% se muestra neutral, lo que sugiere que algunos clientes no tienen una opinión clara sobre el tema. Un pequeño porcentaje (4%) está en desacuerdo, lo que indica que aún hay áreas de mejora en la atención. En general, los resultados son positivos, pero es importante trabajar en la satisfacción de los clientes neutrales y en desacuerdo.

Análisis

La mayoría de los clientes siente que sus necesidades y preferencias son comprendidas con una percepción mayormente positiva. Aunque algunos clientes son neutrales y un pequeño porcentaje está en desacuerdo, la impresión general es que el personal se esfuerza en entender y atender lo que cada cliente busca, mostrando una conexión satisfecha en la mayoría de casos.

CAPITULO III

3. Diseño de la propuesta

3.1. Tema de la propuesta

Programa de capacitación para fortalecer la calidad de los servicios ofrecidos en la atención al cliente de la ciudad de Bahía de Caráquez.

3.2. Antecedentes

La investigación muestra que los visitantes ven factores como la limpieza, el personal amable, la eficiencia del servicio y provisión de instalaciones adecuadas como aspectos clave de su experiencia. La calidad del servicio al cliente de los hoteles de Bahía de Caráquez es fundamental para construir la buena reputación del destino, lo que ayuda a incrementar su competitividad frente a otros destinos de la región. Además, una excelente atención al cliente en los servicios hoteleros ayuda a fidelizar a los clientes fortalece el turismo local, lo cual es importante.

Invertir en capacitaciones del personal, implementa estándares de calidad, prácticas que garanticen la satisfacción del cliente han demostrado ser factores clave de éxito en la industria hotelera. En un mercado tan competitivo, brindar servicios de alta calidad no solo mejorará la experiencia del cliente, sino que también establecerá a Bahía de Caráquez como un destino turístico de referencia, atraerá más turistas y promoverá un crecimiento continuo.

Además, la calidad del servicio hotelero incide significativamente en la imagen general del destino turístico. En Bahía de Caráquez, el turismo es una importancia fuente de ingresos y la calidad constante del servicio puede determinar si los clientes están lo suficiente satisfechos como para seguir regresando. Las investigaciones en la industria turística y hotelera muestran que el servicio al cliente influye en los recuerdos positivos de la experiencia, lo que a su vez influye en las recomendaciones de los turistas a otros. Por otro lado, un mal servicio a menudo genera comentarios negativos que se propongan rápidamente en el entorno digital, afectando la imagen general de los hoteles y del destino. Por lo tanto, garantiza altos estándares de servicios no solo beneficia a los hoteles individuales, sino que también mejora la reputación turística de Bahía de Caráquez y su capacidad para atraer nuevos visitantes.

3.3.Justificación

La calidad del servicio hotelero es un factor clave en la competitividad de los destinos turísticos e incide directamente en la satisfacción, fidelización y concienciación del turista. En Bahía de Caráquez, un lugar con gran potencial turístico, los altos estándares de servicio al cliente aseguran no solo la mejora de la experiencia del visitante, sino que también contribuyen al desarrollo económico y social de la región. El servicio hotelero de calidad promueve la repetición de negocios y el boca a boca positivo, que son factores importantes para atraer nuevos visitantes y fortalecer la imagen del destino. Además, en un mercado globalizado y competitivo, los turistas buscan no solo atractivo naturales y culturales, sino también experiencias que combinen comodidad, profesionalismo y atención personalizada. La implementación del plan de mejora en los servicios hoteleros beneficiara a los empresarios locales y a la sociedad en conjunto al incrementar la actividad turística, crea empleos y promueve al desarrollo sostenible. Por lo tanto, en la inversión en la optimización de servicios formación del personal hotelero es una necesidad clave para que Bahía de Caráquez se posicione como un destino destacado en el mundo en el mercado turístico.

3.4.Objetivos

3.4.1. Objetivo general

Diseñar un programa de capacitación sobre la calidad de los servicios en atención al cliente y la satisfacción de los servicios de hospitalidad de la ciudad de Bahía de Caráquez.

3.4.2. Objetivos específicos

- Desarrollar contenidos sobre calidad y satisfacción de los servicios de hospitalidad para garantizar la mejora de los servicios.
- Evaluar periódicamente la satisfacción del cliente e identificar áreas de mejora
- Fomentar el uso de herramientas digitales didácticas que permitan la actualización de los sistemas de atención al cliente, como plataformas virtuales, redes sociales, etc.

3.5.Desarrollo de la propuesta

Esta investigación tiene como finalidad mejorar la atención al cliente y calidad de los servicios que se ofrecen en los hoteles de Bahía de Caráquez, es fundamental implementar un programa de capacitación que permita mejorar la atención en los hoteles.

Un programa de capacitaciones está diseñado para mejorar los conocimientos en áreas específicas en un tema determinado, esta propuesta permitirá desarrollar al personal habilidades y competencias laborales y optimizar la experiencia de los usuarios en la hospitalidad que brinden los hoteles de Bahía de Caráquez; asegurando altos niveles de satisfacción.

Tabla 9

Cronograma de capacitaciones

Tema	Objetivo	Subtemas	Duración	recursos	responsable
Atención al cliente y calidad del servicio	Conocer sobre los principios y factores de calidad	Definición Impacto de la calidad Elementos claves y expectativas del cliente en la hospitalidad	3 horas	Material didáctico diapositivas Casos prácticos	Investigador capacitador
Habilidades interpersonales en la atención al cliente	Desarrollar habilidades sociales y Manejo de situaciones difíciles	Empatía Comunicación efectiva Manejo de conflictos	3 horas	dinámica diapositivas Análisis de videos	Investigador capacitador
Proceso de atención al cliente en hospitalidad	Enseñar procedimientos para brindar una buena atención y hospitalidad	Atención al cliente en hospitalidad Protocolos de bienvenida y despedida Importancia del tiempo y eficiencia	3 horas	Casos prácticos Simulaciones de atención al cliente y hospitalidad	Investigador capacitador
Plataformas digitales y Marketing digital	Capacitar sobre el uso de redes sociales y herramientas digitales	Creación de páginas web Aplicaciones en celulares publicidad	3 horas	Simulaciones Casos prácticos Videos diapositivas	Investigador capacitador
Evaluación y medición de la satisfacción al cliente	Capacitar sobre las herramientas y métodos de	Métodos de medición Indicadores de medición	3 horas	Ejercicios prácticos Presentación de las herramientas	Investigador capacitador

medición y evaluación	Mejora continua	Estudios de caso
--------------------------	--------------------	---------------------

Tiempo de duración del programa de capacitaciones

Este programa tiene una duración de un mes continuo, estas capacitaciones se darán, en los hoteles de Bahía de Caráquez, para todos los prestadores de servicios de hospitalidad, los materiales de apoyo serán trípticos.

Tabla 10

Duración del programa de capacitaciones

Lapso	1 mes
Día	Lunes
Horario	De 15h00 a 18h00

Financiamiento

El monto de inversión de este programa será financiado con recursos de los dueños de los hoteles, con la finalidad de preparar al personal y mejorar la atención

Tabla 11

Presupuesto del programa de capacitaciones

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Total (USD)
Personales capacitadores	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Material didáctico	20	\$ 4,00	\$ 80,00
Refrigerios	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Certificados	20	\$ 0,50	\$ 5,00
Viáticos	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Total, estimado			\$ 755,00

El programa de capacitación para los empleados de hospitalidad en Bahía de Caráquez tiene el potencial de transformar en un modelo de excelencia en atención al cliente, fortaleciendo

tanto su economía como en la calidad de sus servicios ofrecidos, así fomenta la lealtad de los clientes en los establecimientos de hospitalidad.

CONCLUSIONES

- Se determinó que los hoteles en Bahía de Caráquez brindan alojamiento, atención individualizada, servicio de limpieza de habitaciones, comidas y bebidas, además de servicios adicionales como guías turísticas. No obstante, se notó que la calidad del servicio carece de un enfoque integral en hospitalidad, donde la atención personalizada y la conexión emocional con los clientes sean prioritarias. Cuando los hoteles ofrecen servicios de alta calidad, como habitaciones cómodas, personal amable y eficiente, soluciones rápidas a las necesidades de los clientes, se genera una experiencia positiva que no solo satisface al cliente, sino que los motiva a regresar y recomendar el lugar. Esto, con el tiempo, potencia la imagen de Bahía de Caráquez como un lugar atractivo para el turismo.
- El análisis reveló que la calidad de los servicios es heterogénea. Aunque algunos hoteles destacan por su atención cálida y personalidad, otros presentan deficiencia en áreas como la rapidez en la atención, la amabilidad del personal y el mantenimiento de las instalaciones. Esto sugiere la necesidad de establecer estándares más consistentes de calidad para mejorar la satisfacción de los clientes. La mejora de los servicios tiene un impacto importante en la economía local. Además, se fomenta la creación de empleo y el desarrollo de competencias en la población local, fortaleciendo el tejido social y económico de Bahía de Caráquez. Por lo tanto, invertir en calidad no solo es rentable para la

hospitalidad, sino que también contribuye al desarrollo integral del destino turístico.

- La propuesta incluye implementar un programa de capacitación para el personal de hospitalidad, como atención al cliente, resolución de conflictos y manejo de quejas. Además, la retroalimentación para medir la satisfacción de los huéspedes y crear un ambiente laboral motivador que impacte positivamente en la calidad del servicio ofrecido. Para Bahía de Caráquez, es esencial elevar los niveles de hospitalidad para captar tanto a visitantes nacionales como extranjeros, manejar la excelencia en el servicio y la comodidad.

RECOMENDACIONES

- Es primordial realizar un diagnóstico de los servicios actuales mediante encuestas, entrevistas o comentarios recopilados digitales. Esto permitirá entender las necesidades de los clientes y percibir la hospitalidad en los servicios que ofrece en Bahía de Caráquez, identificar la fortaleza y las áreas que se deben mejorar específicamente.
- Se recomienda utilizar el plan de capacitaciones como herramienta de preparación al personal que labora en los hoteles de Bahía de Caráquez, con la finalidad de mejorar las habilidades y el desempeño tanto en la calidad de la atención hacia el cliente como en la satisfacción de la hospitalidad brindada, para cubrir las necesidades de los usuarios.
- Para optimizar el servicio al cliente, es fundamental formar al personal en habilidades de hospitalidad y atención al cliente, mejorar los medios de comunicación con herramientas como CRM y los Chatbots, además de implementar plataformas virtuales y desarrollar publicidad con la finalidad de darse a conocer; además de actualizarse continuamente con información segura que permita el desarrollo de la calidad y hospitalidad de los servicios brindados.

BIBLIOGRAFIA

- Adonayda, I. P. (2021). <https://www.eumed.net/es/revistas/economialatinoamericana/oel-febrero21/marketing-fidelizar>. Obtenido de <https://www.eumed.net/es/revistas/economialatinoamericana/oel-febrero21/marketing-fidelizar>.
- Arias, J. &. (2021). Diseño y metodología de la investigación. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Briones, J. A. (2019). *Red Iberoamericana de Academias*. Obtenido de Alineación de los procedimientos de calidad de la ISO: <https://redibai-myd.org/portal/wp-content/uploads/2019/03/Calidad-e-Innovacio%CC%81n-06-7.pdf#page=8>
- Cacciavillani, M. (4 de octubre de 2018). *Compara Software*. Obtenido de Compara Software.: Obtenido de <https://blog.comparasoftware.com/expectativas-del-cliente/>
- Cámara de Turismo de Bahía de Caráquez* . (2021). Obtenido de Cámara de Turismo de Bahía de Caráquez: <https://www.chamber-commerce.net/dir/1642/Camara-de-Comercio-de-Canton-Sucre-in-Bahia-De-Caraquez>
- Cipriano. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. En C. C. J..
- Cossio-Bolaños.M. (2015). Métodos de investigación cuantitativa en ciencias de la educación. Chile: Ediciones Universidad Católica del Maule.

- Da Silva, D. (2020). *Zendesk*. . Obtenido de Zendesk. :
[//www.zendesk.com.mx/blog/expectativade-los-clientes/](https://www.zendesk.com.mx/blog/expectativade-los-clientes/)
- Falcón, V. L., Pertile, V. C., & Ponce, B. E. (11 de Diciembre de 2019). LA ENCUESTA COMO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS SOCIALES. RESULTADOS DIAGNOSTICO PARA LA INTERVENCIÓN EN EL BARRIO PALOMA DE LA PAZ (LA OLLA) - CIUDAD DE CORRIENTES (2017-2018). *XXI Jornadas de Geografía de la UNLP*, 2. Obtenido de
https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf
- Guitierrez, Garcia Dihigo y Cisnero. (2005). *Monografias 2020*. Obtenido de
https://www.researchgate.net/publication/347987929_METODOS_TEORICOS_DE_INVESTIGACION_ANALISIS-SINTESIS_INDUCCION-DEDUCCION_ABSTRACTO_-CONCRETO_E_HISTORICO-LOGICO
- Martínez. (2019). *Revista Conrado*. Obtenido de Revista Conrado:
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/download/2649/2575/>
- Martínez-Tur, V. P. (2014). En V. P. Martínez-Tur, *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente*. Síntesis Psicología.
- Miguel A. Bustamante, E. Z. (2020). Michelle Tello. *Desde las expectativas a la percepción de calidad de servicios en salud en Guayas, Ecuador*,
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100161>.
- Rogel Villacis, J. L. (2018). Binomio clave en Agencias de Viajes en Ecuador. En *La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente* (pág. 15). Memorialia,.
- Sánchez Galán, J. (13 de febrero de 2016). *economipedia*. Obtenido de economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sánchez López, F. (2019.). *Calidad Total en las organizaciones*. En F. Sánchez López. Elearning S.L.
- Silva, K. D. (22 de Agosto de 2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de Cuida tu dinero:
<https://www.cuidatudinero>.
- Spreng, R. &. (2009). Service quality and satisfaction in business. En *The Journal of Business & Industrial Marketing* (págs. 537-548).

ANEXOS 1

Anexo 1. Encuesta

¿Cómo califica la apariencia física y la limpieza de nuestro establecimiento?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

¿Considera que nuestro equipo y materiales son modernos y en buen estado?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

¿Considera que nuestro personal es confiable y cumple con sus promesas?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

¿Se siente seguro y protegido en nuestro establecimiento?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

¿Considera que se garantiza la privacidad de tus datos?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

¿Se cumple con los estándares de seguridad y salud?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

¿Considera que nuestro personal es amable y cortés?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

¿Se comprenden tus necesidades y preferencia?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Anexo 2.

Gráficos de la encuesta aplicada sobre la satisfacción de los servicios ofrecidos en la hospitalidad

Gráfico 1

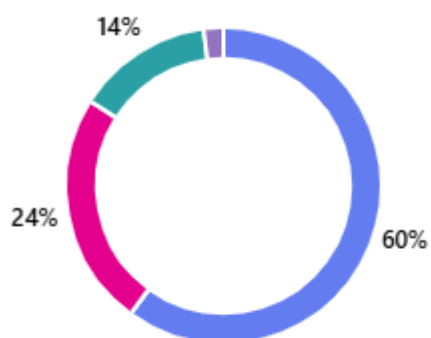


Gráfico 2

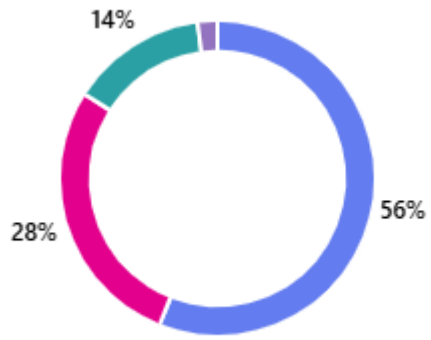


Gráfico 3

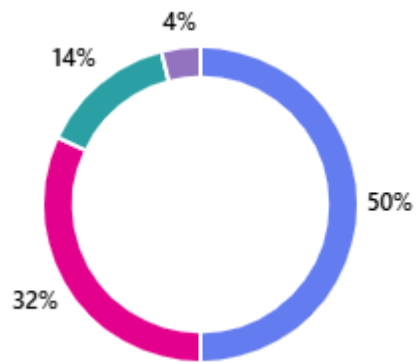


Gráfico 4

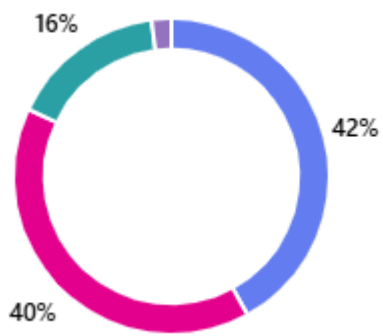


Gráfico 5

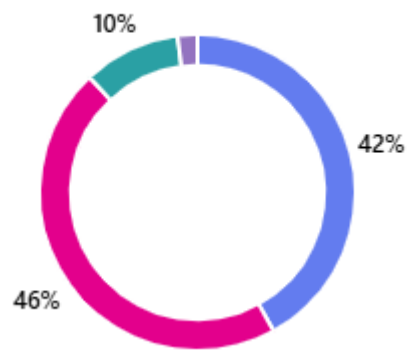


Gráfico 6

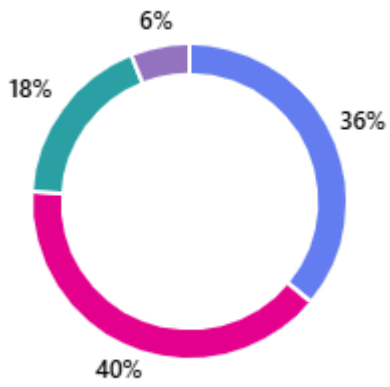


Gráfico 7

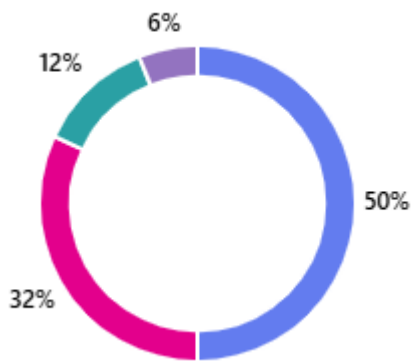


Gráfico 8

