



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**TEMA**

**La calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente**

**Autor:**

**Ángel Ricardo Loor Falcones**

**Extensión Sucre 1016 E01 – Bahía de Caráquez**

**Licenciatura en Hospitalidad y hotelería**

**Enero del 2025 – Bahía de Caráquez**

# CERTIFICACIÓN

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 Ángel Ricardo Loor Falcones legalmente matriculada en la carrera de Hospitalidad y Hotelería período 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 **“La calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente”**.

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.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de ley en contrario.

**Bahía de Caráquez, Enero 2025**



**Lcda. Estrella Gloria Antonia Ferrín Delgado**

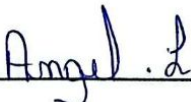
**Docente tutor**

## **DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA**

Yo, **Ángel Ricardo Loor Falcones**, con número de **CI.1314100890**, declaro que el proyecto titulado **“La calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente”**, es de mi autoría y que todos los comentarios, ideas, análisis, conclusiones y recomendaciones emitidas en el presente trabajo investigativo, son responsabilidad del autor.

A través del presente acepto y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-Biblioteca virtual.

El autor



---

**Ángel Ricardo Loor Falcones**

**C.I. 1314100890**

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

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

---

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

**CALIFICACION**

---

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

**CALIFICACION**

---

**S.E. Ana Isabel Zambrano Loor**

**SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADEMICA**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este proyecto final primeramente a mí, porque reconozco que esta carrera la estoy terminando y fue gracias a ese esfuerzo y sacrificio que uno hacía para estudiar, trabajar, incluso para mantener las relaciones sociales; a pesar de los momentos complicados que como cualquier joven puede tener, es un momento triunfal para mí.

También quiero dedicar este trabajo final a mi familia; especialmente a mi mamá, que ha estado ahí como apoyo emocional, moral, y sobretodo incondicional, gracias por sus palabras en momentos difíciles y alegres.

Por último, dedico este trabajo a las personas que también estuvieron conmigo, como mis primos, amigos, etc; me han visto en mis momentos de felicidad y de tristeza, gracias por su compañía. Ahora, termino mi carrera universitaria, ha sido un duro camino para este momento, pero el fruto del esfuerzo, lo hace valorar mucho más.

**Ángel Ricardo Loor Falcones**

## RECONOCIMIENTO

Al concluir con mi proyecto, quiero agradecer a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre, por seguir formando a personas para convertirse en los futuros profesionales para cambiar al país, gracias a mis profesores por formarme en lo académico, ético y moral.

A mi familia, por ser ese apoyo incondicional en todo momento, los aprecio y los amo mucho.

A mis amigos, por esas palabras de apoyo, las risas y por la amistad que me han brindado, gracias por estar ahí para mí cuando lo he necesitado y viceversa, gracias una vez más.

Gracias a todas las personas que estuvieron en todo este tiempo, que son testigos de mi proceso universitario en estos 5 años.

**Ángel Ricardo Loor Falcones**

## TABLA DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN .....	I
DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA .....	II
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	III
RESUMEN .....	X
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I .....	5
1.....	Marco Teórico5
1.1. Calidad de la hospitalidad .....	5
1.1.1. Calidad en servicios de hospedaje .....	6
1.1.2. Diferenciación Competitiva.....	7
1.1.3. Satisfacción del Cliente .....	7
1.1.4. Mejora Continua .....	8
1.1.5. Impacto en la Rentabilidad .....	8
1.1.6. Capacitación continua.....	8
1.1.7. Hospitalidad.....	9
1.2. La importancia del servicio al cliente en la hospitalidad .....	9
1.2.1. Comunicación efectiva .....	9
1.2.2. Relación entre anfitrión y huésped .....	10
1.2.3. Procedimientos de calidad .....	10
CAPITULO II .....	11
2.....	Diseño Metodológico11
2.1. Métodos teóricos .....	11
2.1.1. Analítico .....	11

2.1.2.	Descriptivo.....	11
2.1.3.	Exploratorio .....	11
2.2.	Métodos empíricos .....	12
2.2.1.	Encuestas .....	12
2.2.2.	Población .....	12
2.2.3.	Muestra .....	12
2.2.4.	Muestreo no probabilístico por conveniencia .....	13
2.3.	Presentación y análisis de resultados de la encuesta .....	13
2.3.1.	Análisis de fiabilidad .....	13
2.3.2.	Interpretación y análisis de los resultados .....	14
CAPÍTULO III.....		26
3.....	Diseño de la propuesta.....	26
3.1.	Tema de la propuesta.....	26
3.2.	Antecedentes .....	26
3.3.	Justificación.....	27
3.4.	Objetivos .....	27
3.4.1.	Objetivo General.....	28
3.4.2.	Objetivos Específicos.....	28
3.5.	Desarrollo de la propuesta.....	28
3.5.1.	Alcance .....	28
3.5.6.	Identificación de las temáticas .....	28
3.5.7.	Los objetivos y las estrategias para usar para el plan de capacitación.....	29
3.5.8.	Tabla de plan de capacitación .....	30
3.5.9.	Cronograma.....	32
3.5.10.	Presupuesto .....	33
3.5.11.	Impacto esperado de la propuesta .....	33
CONCLUSIONES .....		36



RECOMENDACIONES.....	37
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estadística de fiabilidad.....	13
Tabla 2 Calidad del servicio en los hoteles del Cantón San Vicente.....	14
Tabla 3 Problema o insatisfacción durante estancia en San Vicente .....	15
Tabla 4 Limpieza de habitación y áreas comunes .....	17
Tabla 5 Amabilidad y cortesía del personal.....	18
Tabla 6 Atención de manera oportuna y eficiente .....	19
Tabla 7 Mejora de comunicación entre los servicios hospedaje y hospitalarios .....	20
Tabla 8 Recursos adicionales para mejorar la calidad hospitalaria .....	22
Tabla 9 Afectación por falta de calidad hospitalaria en el Cantón San Vicente.....	23
Tabla 10 Cambio en la cantidad de turistas o huéspedes por falta de calidad hospitalia... .....	25
Tabla 11 Identificación de las temáticas para la capacitación .....	28
Tabla 12 Objetivos y estrategias para el plan de capacitación.....	29
Tabla 13 Plan de capacitación.....	30
Tabla 14 Cronograma de actividades.....	32
Tabla 15 Presupuesto .....	33
Tabla 16 Impacto de la propuesta .....	34

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Calidad del servicio en los hoteles del Cantón San Vicente.....	44
Gráfico 2 Problema o insatisfacción durante estancia en San Vicente .....	45
Gráfico 3 Limpieza de habitación y áreas comunes .....	46
Gráfico 4 Amabilidad y cortesía del personal.....	47
Gráfico 5 Atención de manera oportuna y eficiente .....	48
Gráfico 6 Mejora de comunicación entre los servicios hospedaje y hospitalarios .....	49
Gráfico 7 Recursos adicionales para mejorar la calidad hospitalaria .....	50
Gráfico 8 Afectación por falta de calidad hospitalaria en el Cantón San Vicente.....	51
Gráfico 9 Cambio en la cantidad de turistas o huéspedes por falta de calidad hospitalaria. .....	52

## **RESUMEN**

La presente investigación se enfoca en examinar sobre la calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente. Con el enfoque de impactar positivamente en la calidad de la hospitalidad enfocada hacia los servicios de hospedaje en el cantón San Vicente. El objetivo de la investigación es analizar la calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente. La metodología aplicada fue mediante el método de la investigación cuantitativa, se empleó la técnica de la encuesta. La población para esta investigación fue de 22.025 y la muestra representativa fue de 378 personas. Los datos fueron tabulados en el SPSS con un nivel de Fiabilidad de 0,703. Como resultado se conoció que las personas están dispuestas a profundizar más en el tema de la calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente y también en todo el ámbito turístico del cantón para que de esta manera se eleven los estándares de la calidad, así también se logre un desarrollo turístico sostenible.

## INTRODUCCIÓN

El sector hotelero es crucial en la cadena de valor del turismo, debido a que su infraestructura y servicio posicionan a la ciudad como un destino de talla mundial. La gestión de calidad en los hoteles es vital para el desarrollo turístico, ya que genera satisfacción en los viajeros y promueve la sostenibilidad de la ciudad al atraer a más visitantes nacionales e internacionales.

(Monsalve, 2015) dice que. La calidad del servicio es un concepto acogido por las organizaciones en los últimos años, dada la necesidad de ser competitivos frente a la ampliación de la oferta de los diferentes servicios en el mercado. Para el viajero, este concepto es global, es decir, que todas las experiencias generadas en una visita conllevan a la definición de un servicio de calidad y por ende a la satisfacción que genera el mismo. Al hablar de satisfacción necesariamente se debe abordar el tema de calidad, la cual está ligada a los resultados percibidos por un viajero al momento de utilizar un hotel

Por eso la calidad de los servicios de hospedaje es fundamental para el éxito y crecimiento del sector turístico, un servicio de alta calidad es los hoteles y otros alojamientos no solo garantiza la satisfacción de los turistas, sino que también tiene varios impactos positivos en la economía y desarrollo del destino turístico.

Actualmente el sector hotelero centra su atención principalmente en implementar diversas estrategias para mejorar la calidad de los servicios, incluyendo capacitaciones continuas del personal, la incorporación de tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia y personalización de servicio, y la adopción de prácticas sostenibles. Además, se invierte en la mejora de las infraestructuras e instalaciones asegurando así que los hoteles sean cómodos seguros y atractivos

La presente investigación es de gran importancia para el cantón San Vicente, porque al ser un gran destino turístico con mucho potencial que ofrece diferentes servicios turísticos entre ellos el servicio de hospedaje como uno de los principales, no cuenta con la calidad que el turista habitualmente busca.

Zambrano (2015) que enfatiza que esto se debe a la desorganización de la gestión y la planificación en el marco hotelero de San Vicente no tiene en cuenta la calidad de sus servicios

y el manejo correcto con orientación al cliente, por lo que estos aspectos deben gestionarse con la normativa actual.

La calidad de la hospitalidad es un factor crucial para el desarrollo y éxito del sector turístico en el cantón San Vicente. La mejora en los servicios de hospedaje tiene el potencial de transformar la experiencia del visitante, incrementando la satisfacción y fomentando la fidelización. Esto se traduce en un mayor número de turistas que no solo disfrutan de su estancia, sino que también recomiendan el destino a otros, creando un ciclo positivo de atracción de visitantes.

Por lo tanto esta investigación pretende tener un impacto positivo en la problemática ya que permitirá proyectar la realidad de la calidad de la hospitalidad enfocada hacia los servicios de hospedaje en el cantón San Vicente, para que de esta manera se pueda conocer las maneras de poder mejorar la calidad de la hospitalidad no solo en los servicios de hospedaje sino también en todo el ámbito turístico del cantón para que de esta manera se eleven los estándares de la calidad y también se logre un desarrollo turístico sostenible.

El turismo en San Vicente Manabí es un motor clave para el desarrollo económico de la región, conocido por sus hermosas playas y atractivos naturales como Canoa e Isla Corazón. La oferta hotelera variada, que incluye desde hoteles de lujo hasta hostales económicos, atrae a turistas nacionales e internacionales.

El sector turístico genera empleo y promueve el crecimiento de otros sectores relacionados. A pesar de los desafíos, como la necesidad de mejorar continuamente la calidad de los servicios y modernizar de las instalaciones, el turismo en San Vicente tiene un gran potencial de crecimiento y desarrollo sostenible.

Los establecimientos en San Vicente se esfuerzan por ofrecer servicios de calidad, como habitaciones cómodas, restaurantes con gastronomía local e internacional, piscinas, áreas recreativas y acceso directo a la playa, por otro lado, está la atención personalizada y la hospitalidad que son aspectos cruciales que buscan mantener para asegurar la satisfacción del cliente.

Sin embargo, a pesar de muchos esfuerzos no se ha podido lograr elevar la calidad de la hospitalidad a un nivel más alto, en el cual el turista este cien por ciento satisfecho y se fidelice con el destino o servicio (hoteles), esto le contrarresta valor al destino turístico, ya que disminuye las probabilidades de desarrollo y contribuye a que la demanda de los visitantes baje

y por ende eso afecta a toda la cadena del turismo. Es importante entender que el turismo se conecta con la hospitalidad, y para que ambos den resultados positivos deben funcionar bien.

Si bien en el contexto de una competencia global creciente en el sector turístico, destacada por la calidad del servicio que es vital. Los turistas actuales buscan no solo destinos atractivos, sino también experiencias memorables y confortables. Mejorar la calidad de la hospitalidad en San Vicente permitirá que el cantón se diferencie de otros destinos, aumentando su competitividad y atrayendo a un número mayor de visitantes nacionales e internacionales.

Es importante destacar que la reputación de un destino se construye a través de las experiencias de sus visitantes, los servicios de alta calidad generan comentarios positivos y recomendaciones en plataformas digitales y entre redes personales, lo cual es esencial en una era donde las reseñas en línea juegan un papel fundamental en la toma de decisiones de viaje. Por tanto, una mejora significativa en los servicios de hospedaje contribuirá a una percepción más favorable del cantón San Vicente, atrayendo así a nuevos turistas y asegurando el retorno de aquellos que ya lo han visitado.

Finalmente, ante esta problemática es necesario plantearse las siguientes interrogantes  
¿Cómo la falta de calidad hospitalaria afecta en los servicios de hospedaje del cantón San Vicente?

Por eso esta investigación pretende dar respuestas a las siguientes preguntas

1. ¿Cuáles son las principales áreas de mejora en la calidad de servicio que los hoteles en el cantón San Vicente deben abordar para aumentar la satisfacción de los huéspedes?
2. ¿De qué manera la capacitación continua del personal de hotelería en San Vicente puede influir en la percepción de calidad de los servicios ofrecidos por los turistas?
3. ¿Qué impacto tiene la implementación de estándares de calidad internacionales en la competitividad de los hoteles del cantón San Vicente en el mercado turístico nacional e internacional?

### **1.1.Objeto**

Calidad de servicios

### **1.2.Campo**

Servicios de hospitalidad

### **1.3.Objetivos**

### **1.3.1. General**

Analizar la calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente.

### **1.3.2. Específicos**

- ✓ Evaluar la calidad actual de la hospitalidad en los establecimientos de hospedaje en el cantón San Vicente
- ✓ Identificar los factores que influyen en la calidad de la hospitalidad en el cantón San Vicente
- ✓ Proponer capacitaciones de mejora continua para elevar la calidad de la hospitalidad en el cantón San Vicente

# CAPITULO I

## 1. Marco Teórico

### 1.1. Calidad de la hospitalidad

La calidad de la hospitalidad se refiere al grado en que los servicios ofrecidos por un establecimiento de hospedaje cumplen con las expectativas y necesidades de los huéspedes, proporcionando una experiencia satisfactoria y memorable. Este concepto abarca varios aspectos, incluyendo la atención del personal, la limpieza de las instalaciones, la comodidad de las habitaciones, y la disponibilidad de servicios adicionales.

La calidad de servicio es un aspecto clave para lograr el éxito en un sector tan competitivo como la industria hotelera. En este sentido pretendo ofrecer una visión que sitúe la calidad de servicio como eje central del análisis de evaluación de los resultados que se obtienen en un hotel, rompiendo el análisis simplista, aunque importante, de las ratios financieras o la evaluación semántica de las diferentes dimensiones departamentales. De esta forma, se amplía el horizonte de los gestores enriqueciendo el diagnóstico y la posible toma de decisiones para mejorar los procesos que ayuden a obtener una mejor valoración de los servicios que se prestan en el hotel. (Benítez, 2019)

Según Min et al (2021). En su estudio sobre la calidad del servicio en la industria hotelera, menciona que los autores enfatizan la importancia de la calidad de la hospitalidad para la satisfacción del cliente y la lealtad. Señalan que los aspectos tangibles e intangibles del servicio son cruciales para la percepción de los huéspedes.

En el contexto del estudio sobre la calidad del servicio en la industria hotelera, se observa que los investigadores subrayan la integralidad de la experiencia del cliente, donde tanto los aspectos físicos visibles (como las instalaciones y el equipamiento) como los aspectos emocionales y subjetivos (como la interacción con el personal y la sensación de bienestar) son determinantes. Esto refleja un enfoque holístico que reconoce que la satisfacción y la lealtad del cliente están profundamente influenciadas por cómo se perciben y se manejan tanto los elementos concretos como los intangibles del servicio ofrecido en los hoteles.

Sin embargo, Mariani (2020) dice que un buen servicio o un producto de calidad ya no son suficiente, es más son lo mínimo que esperamos cuando buscamos algo. Los clientes actualmente pueden encontrar buenos productos, buenos servicios, pero quizás ninguno sea



realmente memorable. La clave para que esta interacción empresa cliente sea inolvidable es la atención amistosa y el calor humano que se ofrezca.

Es decir que, en la actualidad, la calidad de un producto o servicio por sí sola ya no es suficiente para garantizar una experiencia memorable para el cliente. Aunque es fundamental, los clientes pueden encontrar fácilmente productos y servicios de buena calidad en el mercado, pero no en todos la personalización ni la sensación de sentirse en casa o algo más cómodo que solo una instalación.

Por su parte American Hotel & Lodging Association (2023) menciona que. Los hoteles se han convertido en el corazón del alojamiento turístico, representando un punto de referencia clave para describir la infraestructura hotelera de una región. Estos establecimientos no solo brindan hospedaje temporal a los viajeros, sino que también ofrecen una variedad de productos y servicios diseñados para satisfacer diversas necesidades y expectativas de los huéspedes. En la actualidad, la experiencia hotelera se ha diversificado, adaptándose a las demandas de confort, tecnología y personalización que caracterizan al turismo moderno

Akbaba (2020) En su estudio sobre la evaluación de la calidad del servicio en hoteles de lujo, Akbaba analiza cómo los diferentes aspectos de la hospitalidad contribuyen a la satisfacción general del huésped.

### **1.1.1. Calidad en servicios de hospedaje**

La mejora del servicio de hospedaje se refiere a las acciones y estrategias implementadas para aumentar la satisfacción de los huéspedes mediante la elevación de los estándares de calidad en todos los aspectos del servicio. Esto incluye la capacitación continua del personal, la actualización de las instalaciones, la implementación de tecnologías avanzadas y la adopción de prácticas sostenibles.

Bowie et al (2017) En el Marketing de la hospitalidad, los autores destacan la importancia de la calidad del servicio en la industria de la hospitalidad y cómo la mejora continua es esencial para mantener la competitividad en el mercado.

Los autores enfatizan que la calidad del servicio no es simplemente un diferenciador, sino un componente fundamental para la competitividad y el éxito sostenido de los establecimientos de hospedaje. Aquí están algunos puntos clave que destacan:

### **1.1.2. Diferenciación Competitiva**

En un mercado saturado donde los productos físicos pueden ser similares entre competidores, la calidad del servicio se convierte en un diferenciador clave. Ofrecer un servicio excepcional puede no solo atraer clientes, sino también fomentar la lealtad a largo plazo y las recomendaciones positivas boca a boca.

Este hecho otorga una serie de características a la empresa que la posicionan en ventaja con respecto a sus competidores, la empresa obtiene reputación, reconocimiento, prestigio y su marca es conocida y valorada (Guerras y Navas, 2019).

Según (Peters, 2020), la diferenciación implica la capacidad de respuesta total al cliente por parte de la empresa.

El producto y/o servicio debe poseer alguna característica adicional que lo distinga del producto estándar (Guerras y Navas, 2019).

Los autores resaltan la importancia de diferenciarse en el servicio al cliente y en una organización. El producto o servicio a ofrecer debe ser único, auténtico y valorado en el mercado y que sea algo por lo que los clientes estén dispuestos a pagar.

### **1.1.3. Satisfacción del Cliente**

La calidad del servicio está estrechamente vinculada a la satisfacción del cliente. Cuando los huéspedes reciben un servicio de alta calidad que cumple o supera sus expectativas, están más inclinados a evaluar positivamente su experiencia general y a volver en el futuro.

Según (Kotler y Armstrong, 2018), definen la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Por lo tanto las empresas buscan resaltar la importancia del servicio prestado y más concretamente, a considerar la evaluación de la calidad de servicio como fuente de valor, en un cliente cada vez más exigente que busca producto o servicios que pueden satisfacer sus necesidades, ofreciéndoles mejores resultados (Moliner, 2019).

La satisfacción del cliente es una forma de demostrar que la empresa, organización, hotel va direccionado hacia un buen futuro. El cliente, de esta forma, da a conocer que un producto, servicio, calidad ofrecida fue cumplida o superó sus expectativas.

#### **1.1.4. Mejora Continua**

La mejora continua comprende el mejorar cada día, en el aspecto de calidad, satisfacción, servicio, producto, costos y fidelidad de parte de los clientes. Es un trabajo en equipo, toda la organización y empresa debe ponerse de acuerdo para cumplir con el objetivo a lograr.

Según (Deming, 2020) refiere que la administración de la calidad total requiere de un proceso constante que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca. Para (Sullivan, 2017) define el mejoramiento continuo como un esfuerzo para aplicar mejoras en cada área de la organización y a lo que se entrega a clientes.

Los autores subrayan que la mejora continua en la calidad del servicio es esencial para mantener la relevancia y la competitividad en un entorno de negocios dinámico. Esto implica no solo cumplir con los estándares actuales, sino también adaptarse y anticipar las necesidades cambiantes de los clientes.

#### **1.1.5. Impacto en la Rentabilidad**

Un servicio de alta calidad no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también puede tener un impacto directo en la rentabilidad del negocio. Los clientes satisfechos están dispuestos a pagar más por experiencias superiores y son más propensos a utilizar servicios adicionales ofrecidos por el establecimiento.

Según los autores (Aguirre et al., 2018), consideran la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa.

Para (Sánchez, 2022), la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados.

Entonces, se podría decir, que la rentabilidad es la actividad que debe realizar para conocer, examinar y analizar lo que ha rendido e invertido durante un grado de tiempo de la empresa.

#### **1.1.6. Capacitación continua**

Por otro lado, La capacitación continua del personal es crucial para mantener y mejorar la calidad del servicio. Bowie et al (2017) destacan que un personal bien capacitado puede

ofrecer un servicio más eficiente y personalizado, lo cual es clave para la satisfacción del cliente.

### **1.1.7. Hospitalidad**

De acuerdo con Hemmington (2016) el propósito básico de la hospitalidad es establecer relaciones humanas o fortalecer las ya existentes.

La frase destaca que la esencia de la hospitalidad radica en crear y mejorar conexiones entre las personas. No se trata solo de ofrecer un servicio, sino de cultivar un ambiente donde las relaciones puedan florecer. Esto implica calidez, empatía y un deseo genuino de conectar, lo que transforma encuentros ordinarios en experiencias significativas y memorables.

### **1.2. La importancia del servicio al cliente en la hospitalidad**

Puede señalarse que el hotelería es un campo de acción integral para los trabajadores, cuya misión es satisfacer las demandas y deseos de los turistas. Blanco (2019).

El hotelería abarca diversas actividades y servicios que se ofrecen a los turistas. Su objetivo principal es satisfacer las necesidades y deseos de los visitantes, asegurando una experiencia placentera. Esto implica no solo proporcionar alojamiento, sino también atender aspectos como la comida, el entretenimiento y el servicio al cliente, creando un ambiente acogedor y memorable.

#### **1.2.1. Comunicación efectiva**

En la industria hotelera, la comunicación efectiva es la clave para comprender y satisfacer las necesidades y expectativas del huésped. Cada interacción con el cliente es una oportunidad para fortalecer la relación y la lealtad. Las palabras que usamos pueden construir un ambiente de bienvenida y confort, o, por el contrario, pueden crear una atmósfera de tensión y malestar. Por lo tanto, es esencial que utilicemos palabras y frases que transmitan comprensión, respeto y positividad. Waldin Duran, CHIA, (2023).

La frase resalta la importancia de una comunicación clara y efectiva en el sector hotelero. Cada conversación con un huésped es crucial para entender sus deseos y crear una experiencia positiva. Las palabras elegidas pueden influir en el ambiente, fomentando la lealtad y el bienestar, o generando incomodidad. Por ello, es vital emplear un lenguaje que refleje empatía y respeto.

### **1.2.2. Relación entre anfitrión y huésped**

Los estudios de psicología social acerca de las situaciones hospitalarias son comunes y se centran en las actitudes que se producen cuando el anfitrión presta un servicio al cliente y éste lo recibe, lo que conlleva un conjunto de factores emocionales. Riley (2017).

La frase sugiere que la psicología social investiga cómo las interacciones en entornos hospitalarios afectan las emociones y actitudes de ambas partes: el anfitrión y el cliente. Estas investigaciones analizan cómo el servicio que ofrece el anfitrión y la recepción del cliente influyen en sus emociones, creando dinámicas que impactan la experiencia general y la satisfacción en situaciones de hospitalidad.

### **1.2.3. Procedimientos de calidad**

Para Ishikawa (2017), el practicar el control de calidad empieza por el diseño, luego por el desarrollo y alcanzar a mantener la calidad en el tiempo del producto, para que éste sea el más útil, económico y siempre satisfactorio para el consumidor.

Es decir, al pensar en calidad, no solo se refiere a aumentar el volumen de ventas o a mejorar el producto, sino a la eficiencia alcanzada, a una mejora continua y optimización en el uso de recursos para que la empresa funcione bajo una perspectiva profesional permitiendo su crecimiento y desarrollo.

## CAPITULO II

### 2. Diseño Metodológico

Se trata de una investigación descriptiva y exploratoria que pretende describir el estado actual de la calidad de la hospitalidad en los establecimientos de hospedaje en el cantón San Vicente y explorar las áreas de mejora y estrategias que pueden implementarse para elevar dicha calidad.

#### 2.1. Métodos teóricos

##### 2.1.1. Analítico

El método analítico es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos (Echavarría, 2019). Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías (Limon, 2017).

El método analítico se utilizará para descomponer la calidad de la hospitalidad en sus componentes fundamentales. Este enfoque permitirá identificar y examinar detalladamente cada uno de los elementos que influyen en la experiencia del huésped en los establecimientos de hospedaje del cantón San Vicente.

##### 2.1.2. Descriptivo

El autor (Bavaresco, 2021), indica que las investigaciones descriptivas van hacia la búsqueda de aquellos aspectos que se desean conocer y de los que se pretenden obtener respuestas, describiendo y analizando sistemáticamente sus características.

El método descriptivo se empleará para caracterizar y detallar el estado actual de la calidad de la hospitalidad en los establecimientos de hospedaje en el cantón San Vicente.

##### 2.1.3. Exploratorio

La investigación exploratoria inicia cuando se evidencia la necesidad de profundizar inicialmente en el contexto de estudio y termina cuando ya se tiene una idea clara de las variables relevantes o cuando el investigador identifica que ya ha colectado información suficiente sobre el tema (Abreu, 2019).

Los estudios exploratorios no constituyen un fin en sí mismos, ya que sus resultados presentan tendencias, identifican contextos, situaciones de estudio, áreas de trabajos posteriores (Hernández, Fernández y Baptista, 2021).

El método exploratorio permitirá investigar áreas de la calidad de la hospitalidad que no han sido suficientemente estudiadas o comprendidas, facilitando la identificación de nuevas variables y relaciones.

## **2.2. Métodos empíricos**

### **2.2.1. Encuestas**

El concepto de encuesta se refiere al “método que se utiliza para conocer el estado de opinión sobre un determinado tema y que consiste en realizar una serie de preguntas a una muestra representativa de la población, de cuyas respuestas se infieren los valores de la población en su conjunto” (De las Heras, 2018, 184).

Se diseñarán y aplicarán encuestas estructuradas a los huéspedes de los hoteles en San Vicente para medir su nivel de satisfacción y percepción de la calidad de la hospitalidad. Las encuestas incluirán preguntas sobre atención del personal, calidad de las instalaciones, limpieza, comodidad, y otros aspectos relevantes. Las encuestas serán aplicadas en temporadas altas como lo son los meses de, noviembre o diciembre.

### **2.2.2. Población**

Según (Urquía, 2019, 92) indica: El concepto de “población” que subyace es el de un agregado de individuos (en función de alguna característica común) y no el de un grupo social constituido históricamente. Se podría decir que la población son individuos que se relacionan entre sí por un objetivo en común. Ahora bien, se tomó como población a los habitantes del cantón San Vicente el cual según el (INEC) la población es de 22.025 habitantes.

### **2.2.3. Muestra**

Según (Arias, 2019, p.83) define muestra como: Un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. Entonces, se podría decir que una muestra es un subconjunto representativo de una población que se utiliza para hacer inferencias sobre ella. Permite obtener resultados precisos de manera más económica y rápida. Los métodos de selección pueden ser probabilísticos, como el muestreo aleatorio, o no probabilísticos, como el muestreo por conveniencia.

#### 2.2.4. Muestreo no probabilístico por conveniencia

De acuerdo con Ortega (2021) indica que el muestreo por conveniencia es un método de muestreo no aleatorio y no probabilístico empleado para generar muestras basándose en la facilidad de acceso, la disponibilidad de los individuos para formar parte de la muestra, en un periodo de tiempo específico o cualquier otra característica práctica de un elemento específico.

Para este estudio, se empleó el muestro no probabilístico por conveniencia debido a la naturaleza de la investigación y características de la población objetiva, compuesta por 22,025 individuos. Esta técnica se seleccionó por su eficacia y porque facilita la recolección de datos de forma eficaz de aquellos individuos que están disponibles y dispuestos a colaborar, maximizando los recursos existentes. A pesar de no asegurar la representatividad estadística de la muestra, se estableció un tamaño de muestra de 378 personas, calculado basándose en un margen de error aceptable y un nivel de confianza apropiado, lo que garantiza la factibilidad del análisis para alcanzar los objetivos del estudio.

### 2.3. Presentación y análisis de resultados de la encuesta

#### 2.3.1. Análisis de fiabilidad

La tabulación de los resultados en el software estadístico SPSS versión 26 permitió obtener las tablas y gráficas, esto a su vez, se obtuvo la estadística de fiabilidad de instrumento utilizado, en el cual reflejó un 0,835 sobre 9 lo cual muestra un nivel de confianza buena, mostrando que el instrumento de preguntas tiene cohesión y consultó lo que pretendía investigar.

**Tabla 1.**

*Estadística de fiabilidad*

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,703	9

*Nota:* El Alfa de Cronbach permite cuantificar el nivel de fiabilidad de la investigación.



La encuesta se llevó a cabo para los hoteles y habitantes del Cantón San Vicente y se utilizó un cuestionario de 9 preguntas, que incluía preguntas cerradas, de alternativas, etc.

### 2.3.2. Interpretación y análisis de los resultados

La encuesta se llevó a cabo para los hoteles y habitantes del Cantón San Vicente y se utilizó un cuestionario de 9 preguntas, que incluía preguntas cerradas, de alternativas. El cuestionario se compartió en línea con Microsoft forms y de manera física, se utilizó el siguiente enlace: <https://forms.office.com/r/i4fcG3XzHN>

**Pregunta 1 ¿Cómo calificaría la calidad del servicio en los hoteles del cantón San Vicente? (Tabla 2; Gráfico 1)**

**Tabla 2.**

*Calidad del servicio en los hoteles del cantón San Vicente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy deficiente	21	5,6	5,6	5,6
	Deficiente	26	6,9	6,9	12,4
	Adecuado	83	22,0	22,0	34,4
	Bueno	44	11,6	11,6	46,0
	Excelente	204	54,0	54,0	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

### **Interpretación**

Las percepciones de los participantes sobre la calificación de la calidad del servicio en los hoteles del cantón San Vicente se reflejan en este conjunto de datos. En la cual 378 encuestados, el 54,0% equivalente a 204 encuestados manifiestan que, es “Excelente” sobre la

calificación de la calidad del servicio en los hoteles del cantón San Vicente, el 5,6% representa a 21 encuestados indican que, es “Muy deficiente” sobre la calificación de la calidad del servicio en los hoteles del cantón San Vicente, el 6,9% representa a 26 encuestados muestran que, es “Deficiente” sobre la calificación de la calidad del servicio en los hoteles del cantón San Vicente, el 22,0% representa a 83 encuestados indican que, es “Adecuado” sobre la calificación de la calidad del servicio en los hoteles del cantón San Vicente, el 11,6% representa a 44 encuestados muestran que, es “Bueno” sobre la calificación de la calidad del servicio en los hoteles del cantón San Vicente.

### Análisis

Dado los resultados dentro de la encuesta realizada se refleja que la calificación de la calidad de servicios en los hoteles del cantón San Vicente es excelente a lo que nos lleva, es a que los empleados de los hoteles están muy bien preparados y dan un buen servicio, pero aún existe una pequeña cantidad sobre que la atención es deficiente pero junto con ello se puede evidenciar que hay una forma de mejorar aún más los servicios hoteleros con una capacitación ya sea más exhaustiva o realizar una encuesta para estar al corriente en qué áreas mejorar.

**Pregunta 2 ¿Ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del cantón San Vicente? (Tabla 3; Gráfico 2)**

**Tabla 3.**

*Problema o insatisfacción durante estancia en San Vicente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy deficiente	10	2,6	2,6	2,6
	Deficiente	39	10,3	10,3	13,0
	Adecuado	88	23,3	23,3	36,2
	Bueno	37	9,8	9,8	46,0
	Excelente	204	54,0	54,0	100,0

Total	378	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

### **Interpretación**

Con respecto a si se ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del cantón San Vicente están los siguientes datos: De los 378 encuestados, el 54,0% equivalente a 204 encuestados manifiestan que, “Excelente” sobre si se ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del cantón San Vicente, el 2,6% representa a 10 encuestados indican que, “Muy deficiente” sobre si se ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del cantón San Vicente, el 10,3% representa a 39 encuestados muestran que, “Deficiente” sobre si se ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del cantón San Vicente, el 23,3% representa a 88 encuestados indican que, “Adecuado” sobre si se ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del cantón San Vicente, el 9,8% representa a 37 encuestas muestran que, “Bueno” sobre si se ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del cantón San Vicente.

### **Análisis**

Según los datos obtenidos se presenta que una pequeña cantidad de los encuestados mencionan que han experimentado un problema o insatisfacción durante su estancia en los hoteles del cantón San Vicente, lo cual nos lleva a que hay una falta de previsión sobre los errores que se presentan en los hoteles lo cual puede llevar a tener unas que otras perdidas de clientes, pero esto se podría mejorar con un análisis de posibles errores a futuro revisando diversas perspectivas de cualquier tipo de situación, para así mejorar y tener más clientes y menos errores a futuro.

**Pregunta 3 ¿Cómo calificaría la limpieza de su habitación y áreas comunes? (Tabla 4; Gráfico 3)**

### **Tabla 4.**

*Limpieza de habitación y áreas comunes*

		Frecuen	Porcent	Porcentaj	Porcentaj
		cia	aje	e válido	acumulad
					o
Váli	Muy	23	6,1	6,1	6,1
do	deficiente				
	Deficiente	20	5,3	5,3	11,4
	Adecuado	95	25,1	25,1	36,5
	Bueno	36	9,5	9,5	46,0
	Excelente	204	54,0	54,0	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

### **Interpretación**

Con respecto a la calificación de la limpieza de su habitación y áreas comunes. De acuerdo a los 378 encuestados, el 54,0% equivalente a 204 encuestados manifiestan que, es “Excelente” la limpieza de su habitación y áreas comunes, el 6,1% representa a 23 encuestados muestran que, es “Muy deficiente” la limpieza de su habitación y áreas comunes, el 5,3% representa a 20 encuestados muestran que, es “Deficiente” la limpieza de su habitación y áreas comunes, el 25,1% representa a 95 encuestados muestran que, es “Adecuado” la limpieza de su habitación y áreas comunes, el 9,5% representa a 36 encuestados muestran que, es “Bueno” la limpieza de su habitación y áreas comunes.

### **Análisis**

Como los resultados revelan una buena cantidad de encuestados mencionan que los hoteles mantienen una buena higiene en sus habitaciones para los clientes que se hospedan dentro de los hoteles, pero aun ahí una pequeña cantidad que menciona todo lo contrario, por lo que se podría realizar revisiones y supervisiones previas a que el trabajo se realice de la mejor manera.

**Pregunta 4 ¿Cómo calificaría la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes? (Tabla 5; Gráfico 4)**

**Tabla 5.***Amabilidad y cortesía del personal*

		Frecuen	Porcent	Porcentaj	Porcentaj
		cia	aje	e válido	acumulad
					o
Váli	Muy	8	2,1	2,1	2,1
do	deficiente				
	Deficiente	9	2,4	2,4	4,5
	Adecuado	80	21,2	21,2	25,7
	Bueno	81	21,4	21,4	47,1
	Excelente	200	52,9	52,9	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

### **Interpretación**

Basado en las respuestas, el análisis de percepción sobre la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes. De los 378 encuestados, el 52,9% equivalente a 200 encuestados manifiestan que, es “Excelente” sobre la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes, el 2,1% representa a 8 encuestados indican que, es “Muy deficiente” sobre la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes, el 2,4% representa a 9 encuestados muestran que, es “Deficiente” sobre la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes, el 21,2% representa a 80 encuestados indican que, es “Adecuado” sobre la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes, el 21,4% representa a 81 encuestados muestran que, es “Bueno” sobre la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes.

### **Análisis**

Se deduce que, en su mayoría, la cordialidad y amabilidad del personal de atención al cliente en los hoteles del cantón San Vicente son valoradas de forma favorable. La puntuación

general muestra una postura positiva del personal hacia los visitantes. No obstante, también se detectan aspectos a mejorar, dado que un reducido porcentaje de los encuestados manifestó descontento. Es imprescindible esforzarse por preservar y potenciar la excelencia del servicio en este ámbito para garantizar que la experiencia de todos los clientes sea constante y gratificante.

**Pregunta 5 ¿Se sintió atendido/a de manera oportuna y eficiente? (Tabla 6; Gráfico 5)**

**Tabla 6.**

*Atención de manera oportuna y eficiente*

		Frecuen	Porcent	Porcentaj	Porcentaj
		cia	aje	e válido	e acumulad
					o
Váli	Muy	17	4,5	4,5	4,5
do	deficiente				
	Deficiente	19	5,0	5,0	9,5
	Adecuado	98	25,9	25,9	35,4
	Bueno	53	14,0	14,0	49,5
	Excelente	191	50,5	50,5	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

### **Interpretación**

Basado en las respuestas, sobre si se sintió atendido/a de manera oportuna y eficiente, están los siguientes datos: De acuerdo a los 378 encuestados, el 50,5% equivalente a 191 encuestados manifiestan que “Excelente” se sintieron atendidos/as de manera oportuna y eficiente, el 4,5% representa a 17 encuestados indican que “Muy deficiente” se sintieron atendidos/as de manera oportuna y eficiente, el 5,0% representa a 19 encuestados indican que “Deficiente” se sintieron atendidos/as de manera oportuna y eficiente, el 25,9% representa a

98 encuestados indican que “Adecuado” se sintieron atendidos/as de manera oportuna y eficiente, el 14,0% representa a 53 encuestados indican que “Bueno” se sintieron atendidos/as de manera oportuna y eficiente.

### Análisis

Este análisis indica que los encuestados han enfatizado que se sintieron “Excelentes” sobre ser atendidos/as de manera oportuna y eficiente. Aun así, existe cierta cantidad de encuestados que enfatizan todo lo contrario, lo que se podría hacer al respecto es que mejoren la atención oportuna y eficiente, y la lleven a un nuevo nivel para aumentar el nivel de calidad de los hoteles.

**Pregunta 6 ¿Cómo cree que se puede mejorar la comunicación entre los servicios de hospedaje y los servicios hospitalarios? (Tabla 7; Gráfico 6)**

**Tabla 7.**

*Mejora de comunicación entre los servicios de hospedaje y hospitalarios*

		Frecue	Porce	Porcenta	Porcenta
		ncia	ntaje	je válido	acumula
					do
Vál	Plataforma de	65	17,2	17,2	17,2
ido	comunicación				
	integrada				
	Red de	66	17,5	17,5	34,7
	colaboración				
	entre				
	proveedores de				
	servicios				
	Sistema de	23	6,1	6,1	40,7
	reservas				
	interconectado				
	Aplicaciones	26	6,9	6,9	47,6
	móviles para				
	turistas				

Comunicaciones personalizadas para los turistas	198	52,4	52,4	100,0
Total	378	100,0	100,0	

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor.

### **Interpretación**

Conforme a los 378 encuestados, el 52,4% equivalente a 198 encuestados manifiestan que, es “Comunicaciones personalizadas para los turistas” sobre el mejorar la comunicación entre los servicios de hospedaje y los servicios hospitalarios, el 17,2% representa a 65 encuestados indican que, es “Plataforma de comunicación integrada” sobre el mejorar la comunicación entre los servicios de hospedaje y los servicios hospitalarios, el 17,5% representa a 66 encuestados indican que, es “Red de colaboración entre proveedores de servicios” sobre el mejorar la comunicación entre los servicios de hospedaje y los servicios hospitalarios, el 6,1% representa a 23 encuestados indican que, es “Sistema de reservas interconectado” sobre el mejorar la comunicación entre los servicios de hospedaje y los servicios hospitalarios, el 6,9% representa a 26 encuestados indican que, es “Aplicaciones móviles para turistas” sobre el mejorar la comunicación entre los servicios de hospedaje y los servicios hospitalarios.

### **Análisis**

Dado los resultados obtenidos en esta pregunta se determinó que la “comunicación de servicios de hospedaje y hospitalarios” es mejor la comunicación personalizada a los turistas y clientes, debido a la interacción personalizada a ellos y dándoles una imagen más amplia sobre el profesionalismo que están brindando a los clientes.

**Pregunta 7 ¿Qué recursos adicionales cree que necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el cantón? (Tabla 8; Gráfico 7)**

### **Tabla 8.**

*Recursos adicionales para mejorar la calidad hospitalaria*



		Frecue	Porce	Porcenta	Porcenta
		ncia	ntaje	je válido	acumula
					do
Váli	Capacitación en	30	7,9	7,9	7,9
do	atención al cliente y hospitalidad				
	Infraestructura	43	11,4	11,4	19,3
	y equipamiento				
	Tecnología para	49	13,0	13,0	32,3
	gestión de servicios				
	Marketing y	88	23,3	23,3	55,6
	promoción				
	Mejora de	168	44,4	44,4	100,0
	seguridad y medidas sanitarias saludables				
	Total	378	100,0	100,0	

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

### **Interpretación**

Los datos sobre los recursos adicionales que se necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el cantón, dan a conocer las siguientes respuestas: Según a los 378 encuestados, el 44,4% equivalente a 168 encuestados manifiestan que, es “Mejora de seguridad y medidas sanitarias saludables” sobre los recursos adicionales que se necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el cantón, el 7,9% representa a 30 encuestados muestran que, es “Capacitación en atención al cliente y hospitalidad” sobre los recursos adicionales que se necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el cantón, el 11,4% representa a 43 encuestados indican que, es “Infraestructura y equipamiento” sobre los recursos adicionales que se necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el Cantón, el 13,0% representa a 49 encuestas muestran que, es

“Tecnología para gestión de servicios” sobre los recursos adicionales que se necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el cantón, el 23,3% representa a 88 encuestados muestran que, es “Marketing y promoción” sobre los recursos adicionales que se necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el cantón.

### Análisis

Este análisis destaca que “los recursos adicionales que se necesita para mejorar la calidad hospitalaria” en el cantón es el de mejora de seguridad y medidas sanitarias saludables, que es considerado muy importante en el aspecto de mejorar los servicios en los hoteles del cantón San Vicente, con el fin de obtener una mejor visión de los clientes sobre los servicios de los hoteles.

**Pregunta 8 ¿Ha afectado la falta de calidad hospitalaria en la decisión de hospedarse en el cantón? (Tabla 9; Gráfico 8)**

**Tabla 9.**

*Afectación por falta de calidad hospitalaria en el Cantón San Vicente*

		Frecuenc ia	Porcenta je	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Tal vez	111	29,4	29,4	29,4
	No	89	23,5	23,5	52,9
	Sí	178	47,1	47,1	100,0
	Tota l	378	100,0	100,0	

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

### Interpretación

Los datos sobre si ha afectado la falta de calidad hospitalaria en la decisión de hospedarse en el cantón, nos muestran las siguientes respuestas: Según de los 378 encuestados,

el 47,1% equivalente a 178 encuestados manifiestan que, “Sí” sobre la afectación por falta de calidad hospitalaria en la decisión de hospedarse en el Cantón, el 29,4% representa a 111 encuestados indican que, “Tal vez” sobre la afectación por falta de calidad hospitalaria en la decisión de hospedarse en el cantón, el 23,5% representa a 89 encuestados indican que, “No” sobre la afectación por falta de calidad hospitalaria en la decisión de hospedarse en el cantón.

### **Análisis**

Como la tabulación de la encuesta nos presenta que, sí ha afectado la falta de calidad hospitalaria en la decisión de hospedarse, lo que nos lleva a que los trabajadores en los hoteles no muestran todo el profesionalismo por el que se les contrato y para mejorar se tendría que hacer supervisiones y de ser necesario capacitaciones para mejorar.

**Pregunta 9 ¿Ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el cantón debido a la falta de calidad hospitalaria? (Tabla 10; Gráfico 9)**

### **Interpretación**

Una variedad de perspectivas sobre si ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el cantón debido a la falta de calidad hospitalaria, donde se recolectaron los siguientes datos: De los 378 encuestados, el 43,7% equivalente a 165 encuestados manifiestan que, “Excelente” sobre si se ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el cantón debido a la falta de calidad hospitalaria, el 1,6% representa a 6 encuestados indican que, “Muy deficiente” sobre si se ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el cantón debido a la falta de calidad hospitalaria, el 20,1% representa a 76 encuestados indican que, “Deficiente” sobre si se ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el Cantón debido a la falta de calidad hospitalaria, el 26,7% representa a 101 encuestados indican que, “Adecuado” sobre si se ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el cantón debido a la falta de calidad hospitalaria, el 7,9% representa a 30 encuestados indican que, “Bueno” sobre si se ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el cantón debido a la falta de calidad hospitalaria.

### **Tabla 10.**

*Cambio en la cantidad de turistas o huéspedes por falta de calidad hospitalaria*

		Frecuen	Porcent	Porcentaj	Porcentaj
		cia	aje	e válido	acumulad
					o
Váli	Muy	6	1,6	1,6	1,6
do	deficiente				
	Deficient	76	20,1	20,1	21,7
	e				
	Adecuado	101	26,7	26,7	48,4
	Bueno	30	7,9	7,9	56,3
	Excelente	165	43,7	43,7	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

### **Análisis**

Este análisis destaca que, se ha notado un excelente cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el cantón debido a la falta de calidad hospitalaria, lo cual es una buena calificación de parte de los clientes que den a conocer estos aspectos de los hoteles del cantón San Vicente, pero cierta cantidad de encuestados menciona todo lo contrario, lo que nos lleva a que es necesario y primordial realizar una supervisión para ver en que fallan y una capacitación para mejorar en ese ámbito.

## **CAPÍTULO III**

### **3. Diseño de la propuesta**

#### **3.1. Tema de la propuesta**

Capacitaciones continuas para mejorar la calidad de la hospitalidad en el sector hotelero del cantón San Vicente.

#### **3.2. Antecedentes**

El cantón San Vicente, famoso por su posición geográfica privilegiada y sus encantos naturales, posee un gran potencial turístico. No obstante, el sector hotelero se topa con retos considerables en cuanto a la calidad de la atención al cliente, lo que impacta tanto en la satisfacción del cliente como en la competitividad del lugar turístico. Estudios anteriores y sondeos llevados a cabo en la región muestran que, a pesar de que la valoración global de los servicios es favorable, aún existen aspectos a mejorar relacionados con el servicio al cliente, la amabilidad y la eficacia del personal hotelero. Este escenario subraya la importancia de aplicar estrategias de formación constante para potenciar el rendimiento del sector.

De acuerdo con el estudio de titulación de Quintero Gómez (2011), titulado "Plan de capacitación en servicio y calidad para el sector hotelero del cantón Pedro Vicente Maldonado provincia de Pichincha" indica que la formación en calidad del servicio posibilita que los empleados en el sector hotelero exploten su potencial, promoviendo el logro de objetivos organizativos. Además, señala que la educación constante promueve la implementación de los conocimientos obtenidos, acelerando la toma de decisiones y la resolución de problemas en los servicios de hoteles.

Mientras que Tapullima et al. (2022) en su artículo "Plan de formación de servicios turísticos del distrito de Chazuta región San Martín", resalta que la formación es una experiencia educativa que persigue un cambio relativamente duradero en las capacidades, saberes, actitudes o comportamientos de los trabajadores. Este método potencia la habilidad del personal para realizar sus tareas, lo cual es crucial para asegurar un servicio de alta calidad en el sector turístico.

Estos antecedentes respaldan la relevancia de elaborar y llevar a cabo programas de formación centrados en los sectores clave de servicio al cliente, solución de conflictos y hospitalidad cultural en el cantón San Vicente, con el objetivo de superar las desigualdades detectadas y robustecer la propuesta turística local.

### **3.3. Justificación**

El sector hotelero en el cantón San Vicente juega un papel crucial en el crecimiento turístico y económico de la zona. No obstante, las valoraciones de la calidad del servicio han detectado aspectos críticos a mejorar, en particular en el servicio al cliente, la solución de conflictos y la hospitalidad cultural. Estas falencias no solo restringen la habilidad de los hoteles para brindar experiencias gratificantes, sino que también impactan la imagen global del destino turístico, poniendo en riesgo su competitividad en comparación con otras zonas.

La propuesta de implementar capacitaciones continuas está dirigida a reducir las desigualdades presentes en la calidad del servicio, potenciando las habilidades del personal en el sector hotelero. Los talleres creados para abordar aspectos particulares de servicio al cliente y hospitalidad cultural ofrecerán al personal herramientas útiles, facilitándoles gestionar eficazmente las necesidades y expectativas de los visitantes.

Este método aspira a convertir las debilidades detectadas en beneficios competitivos duraderos. Además, este proyecto influye directamente en la percepción de calidad de los visitantes, incrementando así su satisfacción y lealtad. Una mejora en la hospitalidad produce un efecto multiplicador en la economía local, dado que los visitantes contentos suelen quedarse más tiempo, gastar más y sugerir el lugar. Así pues, estas formaciones no solo favorecen a los hoteles, sino también a la comunidad en su conjunto, promoviendo un ecosistema turístico más sólido y resistente.

El proyecto también satisface la demanda de fomentar un turismo culturalmente relevante, en el que la hospitalidad no solo represente eficacia, sino también el respeto y apreciación de las costumbres locales. Al educar al personal en la hospitalidad cultural, se ayuda a mantener la identidad del cantón San Vicente y a brindar vivencias genuinas y enriquecedoras a los turistas. Este elemento no solo distingue al lugar de otros, sino que además subraya su unicidad en un mercado turístico de alta competencia.

Finalmente, el objetivo de la propuesta es establecer un modelo replicable de mejora constante en el sector hotelero. Al fomentar una cultura empresarial enfocada en la capacitación y el crecimiento del talento humano, se establece una base firme para afrontar los retos venideros del sector.

### **3.4. Objetivos**

### 3.4.1. Objetivo General

Implementar un programa de capacitaciones continuas que eleve la calidad de la hospitalidad en el sector hotelero del cantón San Vicente.

### 3.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar los factores que afectan la calidad de la hospitalidad en el cantón.
- Diseñar un programa de capacitación para el personal hotelero en servicio al cliente.
- Promover la implementación de estándares de calidad en el sector.

### 3.5. Desarrollo de la propuesta

Se propone un enfoque integral que combina diagnóstico, capacitación y estandarización de procesos. Se realizarán talleres prácticos y sesiones de sensibilización para el personal, junto con la implementación de protocolos basados en estándares internacionales de calidad en hospitalidad. Además, se fomentará la retroalimentación constante de los clientes para ajustar y mejorar los servicios.

#### 3.5.1. Alcance

El plan de capacitación está diseñado para beneficiar directamente al personal del sector hotelero del cantón San Vicente, este ofrece un programa formativo que combine sesiones teóricas y prácticas, asegurando la aplicación inmediata de los conocimientos adquiridos

#### 3.5.6. Identificación de las temáticas

**Tabla 11.**

*Identificación de las temáticas para la capacitación*

Perspectiva	Temas	Subtemas
Aprendizaje y desarrollo	Atención al Cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Importancia de la experiencia del cliente en el sector hotelero.</li><li>✓ Técnicas de comunicación efectiva.</li><li>✓ Personalización del servicio y manejo de expectativas.</li></ul>
Aprendizaje y desarrollo	Resolución de Conflictos	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Identificación y análisis de problemas comunes en la atención al cliente.</li><li>✓ Estrategias para la resolución asertiva de conflictos.</li></ul>

<b>Aprendizaje y desarrollo</b>	<b>Hospitalidad Cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestión emocional en situaciones críticas.</li> <li>✓ Conocimiento de las tradiciones y cultura local del cantón San Vicente</li> <li>✓ Integraciones culturales en el servicio.</li> </ul>
---------------------------------	------------------------------	--

*Nota:* Tabla de identificación de las temáticas para realizar para la propuesta.

### 3.5.7. Los objetivos y las estrategias para usar para el plan de capacitación

**Tabla 12.**

#### **Objetivos y estrategias para el plan de capacitación**

<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fortalecer las competencias del personal hotelero en atención al cliente, resolución de conflictos y hospitalidad cultural, mejorando la calidad del servicio ofrecido en los hoteles del cantón San Vicente.</li> </ul>
<b>Estrategias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar talleres interactivos que incluyan estudio de casos, simulaciones prácticas y dinámicas grupales, garantizando la participación y el aprendizaje práctico.</li> <li>✓ Implementar evaluaciones continuas a través de cuestionarios, encuestas y observaciones para medir el avance de los participantes y ajustar contenidos según la necesidad.</li> </ul>

*Nota:* Tabla de los objetivos y estrategias a realizar para la propuesta.



### 3.5.8. Tabla de plan de capacitación

Tabla 13.

#### Plan de capacitación

Estrategia	Objetivo	Actividades	Duración
<b>Metodología activa</b>	Fomentar la participación activa y el aprendizaje práctico de los colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realización de talleres interactivos con estudios de caso.</li> <li>✓ Simulaciones prácticas de atención al cliente.</li> <li>✓ Dinámicas grupales</li> </ul>	4 sesiones de 2 horas cada una
<b>Evaluación progresiva</b>	Medir el avance de los participantes y ajustar los contenidos según las necesidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aplicaciones de cuestionarios al inicio y al final de cada sesión.</li> <li>✓ Encuestas de satisfacción sobre el contenido y las actividades.</li> </ul>	Continua durante todo el plan
<b>Colaboración multidisciplinaria</b>	Incorporar perspectivas especializadas para enriquecer los contenidos del plan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Invitación a expertos en turismo psicología</li> </ul>	2 sesiones de 2 horas cada una

		<p>organizacional y patrimonio cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Charlas y sesiones de preguntas con los expertos</li> </ul>	
<p><b>Uso de recursos digitales y presenciales</b></p>	<p>Proveer materiales complementarios y reforzar aprendizaje a través de diversos medios</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Entrega de manuales y guías prácticas.</li> <li>✓ Acceso a plataforma en línea con contenido adicional.</li> <li>✓ Sesiones presenciales para aclarar dudas.</li> </ul>	<p>Durante toda implementación</p>
<p><b>Hospitalidad cultural</b></p>	<p>Integrar el conocimiento de la cultura local en el servicio hotelero</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Taller sobre historia y tradiciones del cantón San Vicente.</li> <li>✓ Dinámicas para incorporar elementos culturales en la atención al cliente.</li> </ul>	<p>2 sesiones de 2 horas cada una.</p>

*Nota:* Tabla sobre el plan de capacitación a realizar para la propuesta.

### 3.5.9. Cronograma

**Tabla 14.**

*Cronograma de actividades*

<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Fecha</b>	<b>Duración</b>	<b>Descripción</b>
<b>Diseño de contenidos</b>	Coordinador de proyecto	Semana 1	1 semana	Desarrollo de manuales, guías y presentaciones usando recursos internos.
<b>Convocatoria y difusión</b>	Equipo de comunicación	Semana 2	2 días	Publicación digital en redes sociales y distribución de invitaciones impresas.
<b>Taller: Atención al cliente</b>	Facilitador 1	Semana 3, un día	3 horas	Única sesión combinada con actividades prácticas.
<b>Taller: Resolución de conflictos</b>	Facilitador 1	Semana 3, un día	Incluido	Incluido en la sesión combinada.
<b>Taller; Hospitalidad cultural</b>	Facilitador 1	Semana 3, un día	Incluido	Incluido en la sesión combinada.
<b>Evaluación de avances y ajustes</b>	Equipo de evaluación	Semana 4	1 día	Aplicación de encuestas y análisis de comentarios.
<b>Entrega de certificaciones</b>	Coordinador de proyecto	Semana 5	1 día	Ceremonia de cierre breve, usando el mismo espacio alquilado.

*Nota:* Tabla de las actividades a realizar para la propuesta.

### 3.5.10. Presupuesto

**Tabla 15.**

*Presupuesto*

<b>N</b>	<b>Recursos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cant</b>	<b>V.Unit</b>	<b>V. Total</b>
1	Materiales didácticos	Manuales, guías y hojas de trabajo	25 unidades	10.00	250.00
2	Alquiler de espacio	Sala equipada	2 días	200.00	400.00
3	Recursos tecnológicos	Proyector, laptop y material audio visual	2 días	100.00	200.00
4	Refrigerios	Para participantes y facilitadores	25 personas	5.00	125.00
5	Certificados	Certificados	25 personas	20.00	500.00
6	Publicidad y convocatoria	Diseño e impresión de invitaciones y posters	1 campaña	100.00	100.00
7	Capacitador	Contratación de expertos	1 experto	200.00	200.00
	<b>Total</b>				1775.00

*Nota:* Tabla indica el presupuesto aproximado para la propuesta.

### 3.5.11. Impacto esperado de la propuesta

La implementación de un programa de capacitaciones continuas para el sector hotelero del cantón San Vicente tendrá un impacto positivo en diferentes dimensiones, tanto a nivel económico como social, cultural y turístico. Estos son los detalles principales:

**Tabla 15.**

*Impacto de la propuesta*

Temas	Subtemas
1. Mejora de la calidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se espera un aumento significativo en los niveles de satisfacción de los clientes, al contar con personal capacitado en servicio al cliente y hospitalidad cultural.</li> <li>✓ Reducción de las quejas y conflictos, gracias al desarrollo de habilidades de resolución de problemas y gestión de expectativas.</li> </ul>
2. Fortalecimiento de la competitividad turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Al elevar los estándares de hospitalidad, San Vicente se posicionará como un destino atractivo y diferenciado en el mercado turístico, aumentando su competitividad frente a otras localidades de la región.</li> <li>✓ El desarrollo de experiencias únicas y auténticas basadas en la hospitalidad cultural incentivará el turismo cultural y sostenible.</li> </ul>
3. Impacto económico local	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aumento de los ingresos generados por el turismo debido a una mayor permanencia y gasto promedio por parte de los visitantes satisfechos.</li> <li>✓ Fomento del empleo local a través de la necesidad de mantener personal capacitado, impulsando el crecimiento económico de la comunidad.</li> </ul>
4. Fortalecimiento de la identidad cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La capacitación en hospitalidad cultural contribuirá a preservar las tradiciones y costumbres locales, fomentando un turismo que respete y valore la riqueza cultural del cantón.</li> <li>✓ Los turistas tendrán la oportunidad de vivir experiencias genuinas que fortalezcan el</li> </ul>

	valor percibido de San Vicente como un destino auténtico.
5. Creación de un modelo sostenible y replicable	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La propuesta sentará las bases para la implementación de procesos de mejora continua en el sector hotelero, asegurando que los estándares de calidad se mantengan y se adapten a las nuevas demandas del mercado.</li> <li>✓ Este modelo podrá ser replicado en otros destinos turísticos de la región, contribuyendo al desarrollo sostenible del turismo en Manabí y Ecuador en general.</li> </ul>
6. Impacto comunitario	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La mejora en la percepción del destino por parte de los turistas beneficiará indirectamente a toda la comunidad, aumentando el flujo turístico y las oportunidades de negocios locales.</li> <li>✓ El proyecto fortalecerá el sentido de pertenencia y orgullo local, al integrar a la comunidad en el desarrollo turístico del cantón.</li> </ul>

*Nota:* Tabla indica el impacto esperado para la propuesta

## CONCLUSIONES

- Se analizó el objetivo de la investigación, sobre la calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente, donde se supo indicar que en ciertos establecimientos de hospedajes brindan servicios de calidad, en otros no tanto (al nivel alto de satisfacción de los clientes).
- Se evaluó la calidad actual de la hospitalidad en los establecimientos de hospedaje en el cantón San Vicente y se identificaron los factores que influyen en la calidad de la hospitalidad en el cantón San Vicente, donde se analizaron los puntos fuertes de cada uno de los establecimientos, donde se da a conocer que es necesario implementar capacitaciones para mejorar la calidad en los establecimientos de hospedaje.
- Se propuso implementar capacitaciones de mejora continua para elevar la calidad de la hospitalidad en el Cantón San Vicente, la iniciativa de formación para el sector hotelero del cantón San Vicente tiene como objetivo potenciar las habilidades del personal en servicio al cliente, solución de conflictos y hospitalidad, favoreciendo directamente la mejora de la calidad de la atención y la satisfacción de los visitantes. Este plan, mediante un enfoque pragmático y organizado, con actividades tanto presenciales como virtuales ajustadas a los recursos existentes, aborda los retos del sector, fomentando un servicio más eficaz y competitivo, y estableciendo al cantón como un lugar turístico de alta calidad.

## RECOMENDACIONES

- Elaborar un programa de capacitación que trate de forma holística las áreas fundamentales detectadas en el proyecto, tales como servicio al cliente, solución de conflictos y hospitalidad cultural. Este programa debe incorporar seminarios prácticos, simulaciones y análisis de casos, facilitando que el personal obtenga y utilice competencias que optimicen la calidad del servicio.
- Definir directrices precisas y exhaustivas para todas las interacciones con los visitantes, desde la acogida hasta la gestión de reclamaciones o problemas de conflicto. Estos protocolos deben contener directrices para una comunicación eficaz, tiempos de reacción ideales y tácticas para sobrepasar las expectativas. Además, es esencial formar al personal en la adecuada aplicación de estos procedimientos y llevar a cabo evaluaciones regulares para garantizar su acatamiento.
- Impulsar la identidad del Cantón San Vicente como un plus en la vivencia del visitante. Esto podría abarcar aspectos como el adorno de los lugares con temas locales, la incorporación de artículos artesanales en los servicios y la coordinación de eventos culturales en los hoteles. Al concienciar al personal acerca de la relevancia de destacar la cultura local, no solo se potencia la imagen del destino, sino que también se fomenta el robustecimiento de la comunidad local y el encanto turístico del cantón.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu. (2019). *invest.mundotareavirtual.com*. Obtenido de *invest.mundotareavirtual.com*:  
<https://invest.mundotareavirtual.com/generalidades/investigacion-exploratoria/>
- Aguirre et al. (2018). *ve.scielo.org*. Obtenido de *ve.scielo.org*:  
[https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182008000100008](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008)
- Akbaba, A. (2020). Medición de la calidad del servicio en la industria hotelera: un estudio en un hotel de negocios en Turquía. Obtenido de  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431905000940>
- American Hotel & Lodging Association. (2023). Una nueva era para los hoteles . Obtenido de  
[https://www.ahla.com/sites/default/files/AHLA.SOTI\\_Report.2023.final\\_.002.pdf](https://www.ahla.com/sites/default/files/AHLA.SOTI_Report.2023.final_.002.pdf)
- Arias. (2019, p.83). *proyecteducativoscr.wordpress.com*. Obtenido de  
*proyecteducativoscr.wordpress.com*:  
<https://proyecteducativoscr.wordpress.com/elaboracion-del-ante-proyecto/capitulo-iii-marco-metodologico-de-la-investigacion/3-3-poblacion-y-muestra/>
- Bavaresco. (2021). *es.scribd.com*. Obtenido de *es.scribd.com*:  
<https://es.scribd.com/document/268807248/Investigacion-Descriptiva-1>
- Benítez, J. (2019). LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA INDUSTRIA HOTELERA. Las Palmas de Gran Canaria. Obtenido de  
[https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/5516/1/0628694\\_00000\\_0000.pdf](https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/5516/1/0628694_00000_0000.pdf)
- Blanco. (2019). *Análisis de condiciones de hospitalidad y servicios*. Obtenido de *Análisis de condiciones de hospitalidad y servicios*:  
<https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/download/725/669>
- Bowie, D., Buttle, F., Brookes, M., & Mariussen, A. (2017). *Marketing Hotelero*, 3ra Edición. Retrieved from <https://www.wiley.com/en-us/Marketing+Hospitality%2C+3rd+Edition-p-9780471216063>
- Bowie, D., Buttle, F., Brookes, M., & Mariussen, A. (2017). *Marketing de la hostelería*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/290448158\\_Hospitality\\_Marketing\\_Principles\\_and\\_Practices](https://www.researchgate.net/publication/290448158_Hospitality_Marketing_Principles_and_Practices)
- De las Heras. (2018, 184). *www.scielo.org.mx*. Obtenido de *www.scielo.org.mx*:  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2683-26902021000200050](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2683-26902021000200050)
- Deming. (2020). *scielo.sld.cu*. Obtenido de *scielo.sld.cu*:  
<http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v11n2/rdir05217.pdf>
- Echavarría. (2019). *es.scribd.com*. Obtenido de *es.scribd.com*:  
<https://es.scribd.com/document/371894467/El-Metodo-Analitico>

- Gómez, D. M. (2011). *Plan de capacitación en servicio y calidad para el sector hotelero del cantón Pedro Vicente Maldonado provincia de Pichincha* . Obtenido de <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/588/1/DIANA%20MONSERRATH%20QUINTERO%20GÓMEZ.pdf>
- Guerras y Navas. (2019). *www.upo.es*. Obtenido de *www.upo.es*: <https://www.upo.es/cms2/export/sites/facultades/facultad-ciencias-empresariales/es/calidad-estrategia-y-responsabilidad-social/descargas/TFG/TFG-GADE-Sobresaliente-Muestra-1.pdf>
- Guerras y Navas. (2019). *www.upo.es/cms2/export/sites/facultades/facultad-ciencias-empresariales*. Obtenido de *www.upo.es/cms2/export/sites/facultades/facultad-ciencias-empresariales*: <https://www.upo.es/cms2/export/sites/facultades/facultad-ciencias-empresariales/es/calidad-estrategia-y-responsabilidad-social/descargas/TFG/TFG-GADE-Sobresaliente-Muestra-1.pdf>
- Hemmington. (20 de Diciembre de 2016). *La hospitalidad en la prestación del servicio turístico*. Obtenido de *La hospitalidad en la prestación del servicio turístico*: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6088847.pdf>
- Hernández, Fernández y Baptista. (2021). *invest.mundotareavirtual.com*. Obtenido de *invest.mundotareavirtual.com*: <https://invest.mundotareavirtual.com/generalidades/investigacion-exploratoria/>
- Houben. (2020). *scielo.conicyt.cl*. Obtenido de *scielo.conicyt.cl*: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v10n2/art09.pdf>
- INEC. (s.f.). *poblacion demografica*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Ishikawa. (2017). *CONTROL TOTAL DE CALIDAD*. Obtenido de *CONTROL TOTAL DE CALIDAD*: <https://www.redalyc.org/pdf/141/14131676023.pdf>
- Kangas et al., 2003; Kotler, 2000; Stewart et al. (2022). *scielo.conicyt.cl*. Obtenido de *scielo.conicyt.cl*: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v10n2/art09.pdf>
- Kotler y Armstrong. (2018). *www.redalyc.org*. Obtenido de *www.redalyc.org*: <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>
- Limon. (2017). *es.scribd.com*. Obtenido de *es.scribd.com*: <https://es.scribd.com/document/371894467/El-Metodo-Analitico>
- Mariani, M. (2020). *Beneficios de La Calidad en La Industria de La Hospitalidad*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/602673743/beneficios-de-la-calidad-en-la-industria-de-la-hospitalidad>
- Moliner. (2019). *www.redalyc.org*. Obtenido de *www.redalyc.org*: <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>
- Monsalve, C. &. (2015). *Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga*. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/206/20640430011.pdf>

- Muñoz, F. (1994). *Marketing Turístico*. Editorial Centro de Estudios Ramón. Madrid.
- Ortega, C. (04 de 2021). *¿Qué es el muestreo por conveniencia?* Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>
- Peters. (2020). *www.upo.es*. Obtenido de *www.upo.es*: <https://www.upo.es/cms2/export/sites/facultades/facultad-ciencias-empresariales/es/calidad-estrategia-y-responsabilidad-social/descargas/TFG/TFG-GADE-Sobresaliente-Muestra-1.pdf>
- Riley. (20 de Diciembre de 2017). *La hospitalidad en la prestación del servicio turístico*. Obtenido de *La hospitalidad en la prestación del servicio turístico*: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6088847.pdf>
- Sánchez. (2022). *ve.scielo.org*. Obtenido de *ve.scielo.org*: [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182008000100008](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008)
- Sullivan. (2017). *scielo.sld.cu*. Obtenido de *scielo.sld.cu*: <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v11n2/rdir05217.pdf>
- Tapullima, R. I., Rabines, J. D., Panduro, K. F., Iñap, J. C., & Arévalo, .. J. (2022). Plan de capacitación de servicios turísticos del distrito de Chazutaregión San Martín . *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 6(4), 1727-1756. doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i4.2694](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2694)
- Urquía. (2019, 92). *www.redalyc.org*. Obtenido de *www.redalyc.org*: <https://www.redalyc.org/journal/414/41473752006/html/>
- Waldin Duran, CHIA. (15 de Mayo de 2023). *Comunicación Efectiva en Hotelería*. Obtenido de *Comunicación Efectiva en Hotelería*: <https://es.linkedin.com/pulse/comunicaci%C3%B3n-efectiva-en-hoteler%C3%ADa-30-cambios-de-para-duran-chia>

## ANEXOS

### **Anexo N°1: Modelo de encuesta a hoteles y habitantes del Cantón San Vicente**

**Formulario de cuestionario de encuestas de hoteles, habitantes, entre otros.**

<https://forms.office.com/r/i4fcG3XzHN>

**Tema:** “La calidad de la hospitalidad como mejora en el servicio de hospedaje en el cantón San Vicente”.

**1. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio en los hoteles del Cantón San Vicente?**

-Muy deficiente

-Deficiente

-Adecuado

-Bueno

-Excelente

**2. ¿Ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del Cantón San Vicente?**

-Muy deficiente

-Deficiente

-Adecuado

-Bueno

-Excelente

**3. ¿Cómo calificaría la limpieza de su habitación y áreas comunes?**

-Muy deficiente

-Deficiente

-Adecuado

-Bueno

-Excelente

**4. ¿Cómo calificaría la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes?**

-Muy deficiente

-Deficiente

-Adecuado

-Bueno

-Excelente

**5. ¿Se sintió atendido/a de manera oportuna y efectiva?**

-Muy deficiente

-Deficiente

-Adecuado

-Bueno

-Excelente

**6. ¿Cómo cree que se puede mejorar la comunicación entre los servicios de hospedaje y los servicios hospitalarios?**

-Plataforma de comunicación integrada

-Red de colaboración entre proveedores de servicios

-Sistemas de reservas interconectado

-Aplicaciones móviles para turistas

-Comunicaciones personalizadas para los turistas

**7. ¿Qué recursos adicionales cree que necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el Cantón?**

-Capacitación en atención al cliente y hospitalidad

-Infraestructura y equipamiento

-Tecnología para gestión de servicios

-Marketing y promoción

-Mejora de seguridad y medidas sanitarias saludables

**8. ¿Ha afectado la falta de calidad hospitalaria en la decisión de hospedarse en el Cantón?**

-Tal vez

-No

-Sí

**9. ¿Ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el Cantón debido a la falta de calidad hospitalaria?**

-Muy deficiente

-Deficiente

-Adecuado

-Bueno

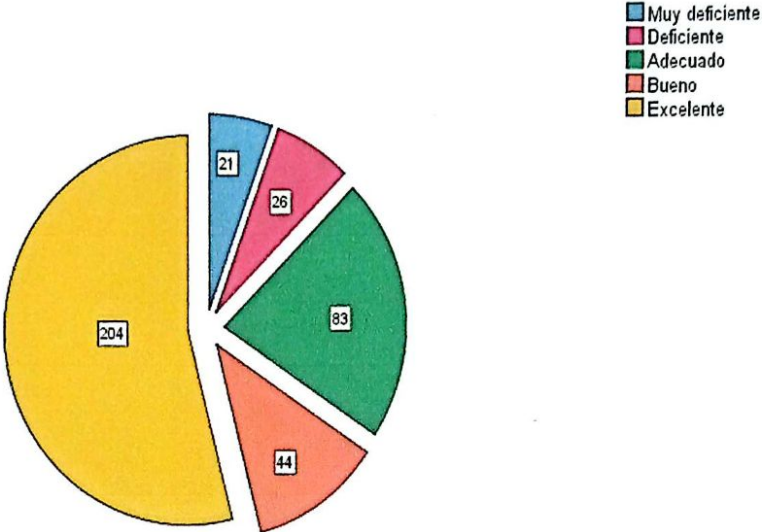
-Excelente

**Anexo N°2: Gráficos de encuesta a hoteles y habitantes del Cantón San Vicente**

**Gráfico 1.**

*Calidad del servicio en los hoteles del Cantón San Vicente*

¿Cómo calificaría la calidad del servicio en los hoteles del Cantón San Vicente?



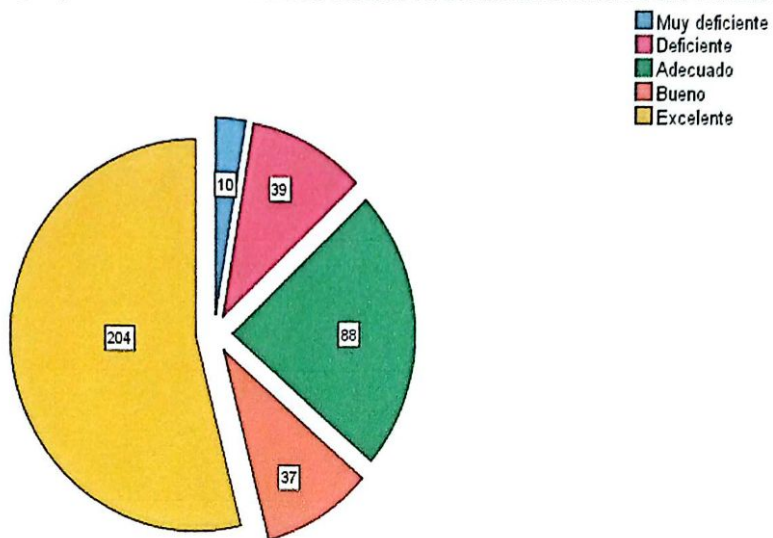
*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

**Gráfico 2.**

*Problema o insatisfacción durante estancia en San Vicente*

¿Ha experimentado algún problema o insatisfacción durante su estancia en un Hotel del Cantón San Vicente?



*Fuente:* Hoteles y habitantes

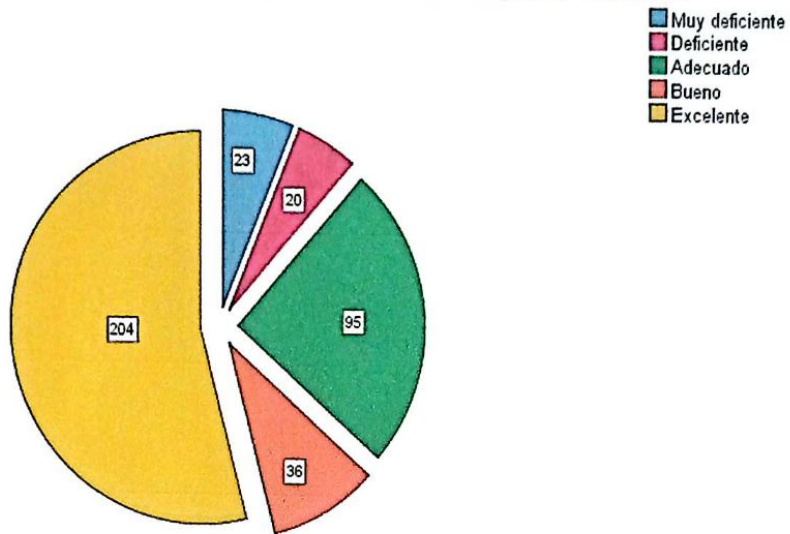
*Elaborado por:* Ricardo Loor



**Gráfico 3.**

*Limpieza de habitación y áreas comunes*

¿Cómo calificaría la limpieza de su habitación y áreas comunes?



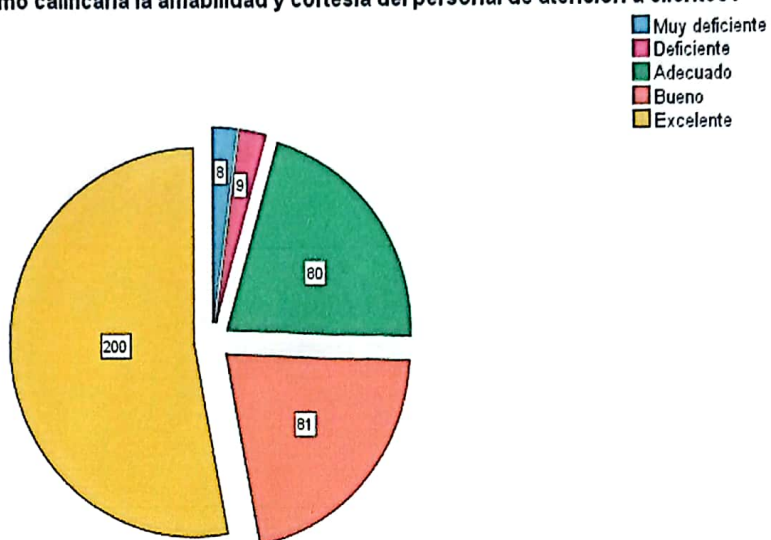
*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

**Gráfico 4.**

*Amabilidad y cortesía del personal*

¿Cómo calificaría la amabilidad y cortesía del personal de atención a clientes?

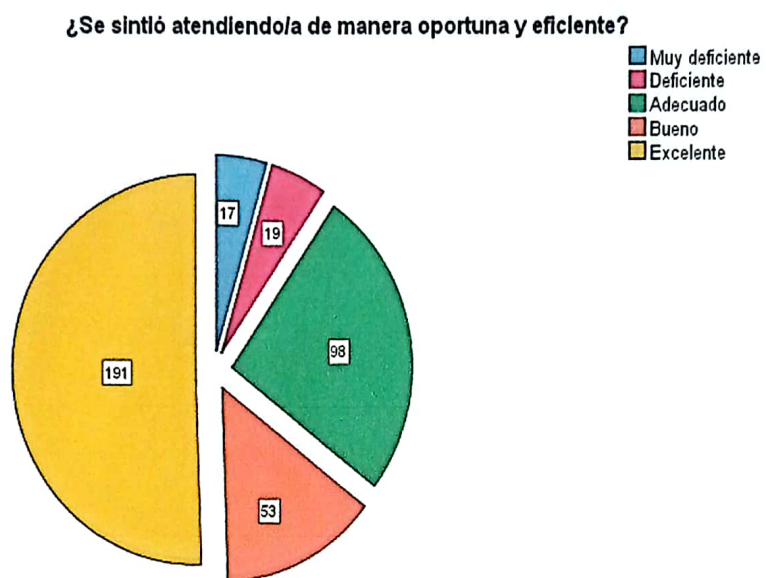


*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

**Gráfico 5.**

*Atención de manera oportuna y eficiente*



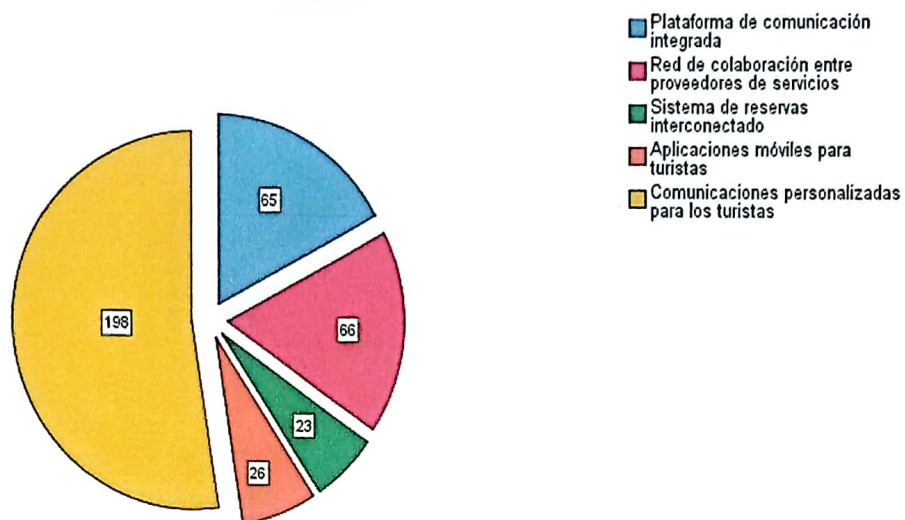
*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

**Gráfico 6.**

*Mejora de comunicación entre los servicios de hospedaje y hospitalarios*

¿Cómo cree que se puede mejorar la comunicación entre los servicios de hospedaje y los servicios hospitalarios?



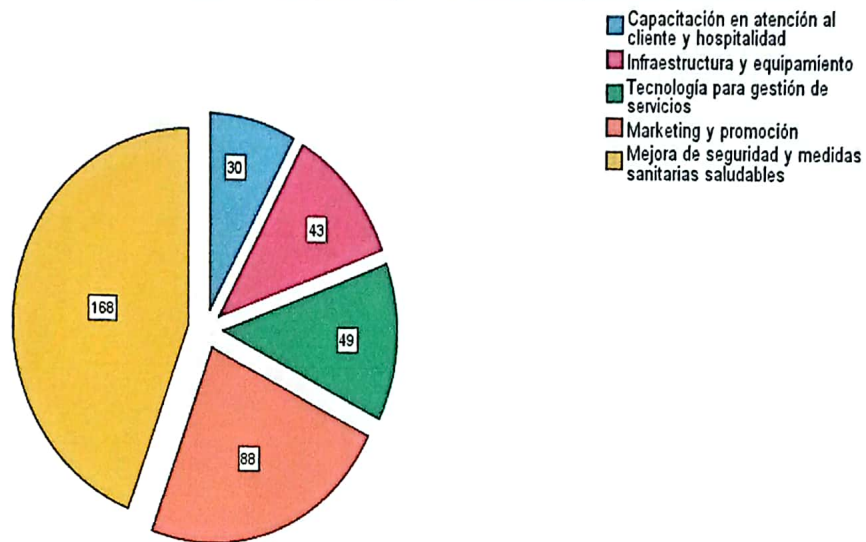
*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

**Gráfico 7.**

*Recursos adicionales para mejorar la calidad hospitalaria*

¿Qué recursos adicionales cree que necesita para mejorar la calidad hospitalaria en el Cantón?



*Fuente:* Hoteles y habitantes

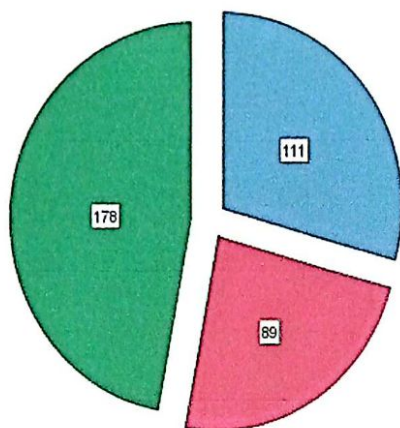
*Elaborado por:* Ricardo Loor

**Gráfico 8.**

*Afectación por falta de calidad hospitalaria en el Cantón San Vicente*

¿Ha afectado la falta de calidad hospitalaria en la decisión de hospedarse en el Cantón?

Tal  
No  
Sí



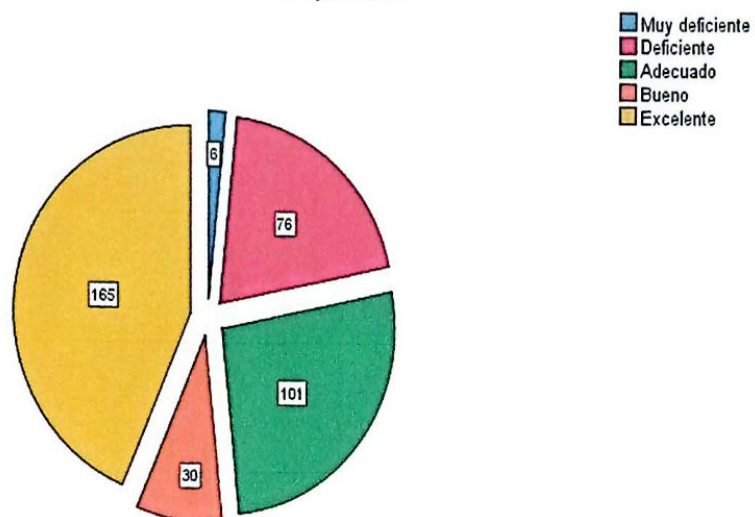
*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor

**Gráfico 9.**

*Cambio en la cantidad de turistas o huéspedes por falta de calidad hospitalaria*

¿Ha notado algún cambio en la cantidad de turistas o huéspedes en el Cantón debido a la falta de calidad hospitalaria?



*Fuente:* Hoteles y habitantes

*Elaborado por:* Ricardo Loor