



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA DE TURISMO

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO**

MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA
CIUDAD DE PORTOVIEJO.**

AUTORES:

ERICK JAVIER VILELA ILLESCAS

ALEXI ANDRÉS MENDOZA MUÑOZ

TUTOR:

PhD. JHONNY PATRICIO BAYAS ESCUDERO

CALCETA, JULIO DEL 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo **VILELA ILLESCAS ERICK JAVIER** con cédula de ciudadanía **1315523595** y **ALEXI ANDRÉS MENDOZA MUÑOZ** con cédula de ciudadanía **1313568220** declaramos bajo juramento que el trabajo de integración curricular titulado: **CALIDAD DE SERVICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO** es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o certificación profesional, y que hemos investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaratoria, concedemos a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autores sobre la obra, en conformidad con el artículo 114 del código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, creatividad e innovación.



VILELA ILLESCAS ERICK JAVIER

cc: 131552359-5



MENDOZA MUÑOZ ALEXI ANDRÉS

cc: 131356822-0

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

VILELA ILLESCAS ERICK JAVIER con cédula de ciudadanía **131552359-5** y **ALEXI ANDRÉS MENDOZA MUÑOZ** con cédula de ciudadanía **131356822-0** autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución, del trabajo de integración Curricular titulado: **CALIDAD DE SERVICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



VILELA ILLESCAS ERICK JAVIER

cc: 131552359-5



ALEXI ANDRÉS MENDOZA MUÑOZ

cc: 131356822-0

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

PhD. JHONNY PATRICIO BAYAS ESCUDERO certifica haber tutelado el trabajo de integración curricular titulado: **CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO**, que ha sido desarrollado por Vilela Illescas Erick Javier y Mendoza Muñoz Alexi Andrés, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN TURISMO**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

PHD. JHONNY PATRICIO BAYAS ESCUDERO

CC: 180218062-8

TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del Tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADOS** el trabajo de integración Curricular titulado: **CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO**, que ha sido desarrollado por **VILELA ILLESCAS ERICK JAVIER** y **MENDOZA MUÑOZ ALEXI ANDRÉS**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN TURISMO**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Félix López.

LIC. MARÍA FERNANDA GARZÓN F. Ph.D.

CC: 0909275752

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

ING. CONSUELO MARIBEL MEJÍA R. MG.

CC: 1305399675

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING. BLANCA ENITH MENDOZA M. MG.

CC: 1104440167

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, que me brindó la oportunidad de crecer como estudiante y ser humano a través de su educación de calidad y con la cual me llevó grandes conocimientos que me servirán en mi vida profesional.

A Dios por iluminarme y conducirme hacia las mejores decisiones en mi vida pese a circunstancias que se hayan presentado en el desarrollo académico. A mis padres por ser apoyo incondicional en cada paso en mi vida académica y personal.

A cada uno de los docentes que gracias a sus cátedras y guías han hecho posible el desarrollo y presentación del presente trabajo para la culminación de mi carrera.

ERICK JAVIER VILELA ILLESCAS

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, que me brindó la oportunidad de crecer como estudiante y ser humano a través de su educación de calidad.

A mis padres, ya que gracias a ellos y a su buena educación que me brindaron, fueron el motor de todas estas metas a conseguir, les agradezco por su dedicación, respeto, amor, sabiduría y valentía. Agradezco a mi novia por estar en los momentos más duros de mi vida, momentos que pensé que se acababa todo, pero gracias a ella pude levantarme, también le agradezco por esos momentos donde me inspiro a ser cada día mejor.

Por último, pero no menos importante, agradezco a Dios por haberme derramado miles de bendiciones y me haya dado la salud y vida para salir adelante, me mantuvo firme y me llevó por un camino lleno de paz y de metas.

ALEXI ANDRÉS MENDOZA MUÑOZ

DEDICATORIA

El desarrollo del trabajo de integración curricular está dedicado a mi familia por ser una de mis mayores fortalezas para continuar cumpliendo cada una de las metas que me he trazado hasta el momento y no dejarme decaer en momentos que parecía que no se iba a desarrollar el cumplimiento de esta, a mi mamá por estar siempre brindándome su apoyo y consejos en mi vida tanto en lo académico como en lo personal. Por último, a cada uno de los docentes por su apoyo y consejos a nivel personal con relación al desarrollo de la obtención de este título.

A Dios por darme vida y el conocimiento que necesitaba para cumplir todas mis metas establecidas a lo largo de toda mi carrera, y ayudarme en la realización de esta tesis.

ERICK JAVIER VILELA ILLESCAS

A mis padres los cuales han sido mi ejemplo a seguir, con sus buenas enseñanzas, con sus consejos, y la educación que siempre nos impartieron ha sido el fruto de este gran logro, se las dedico a ellos porque son y siempre serán la base de todo mi éxito.

A mi amada novia la cual ha sido mi hombro en la ejecución de mi vida universitaria, brindándome siempre su cariño y su apoyo en los momentos que más mal la pasé. A mi querida hermana y mis sobrinos los cuales son mi motor de lucha día a día, gracias a ellos he aprendido muchos valores, y son mi gran motivación para salir adelante y triunfar en la vida.

A mis amigos y a cada una de las personas que de alguna u otra manera me dieron un consejo a lo largo de estos 5 años de carrera universitaria, muchas gracias a todos.

ALEXI ANDRÉS MENDOZA MUÑOZ

CONTENIDO GENERAL

CARATULA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO GENERAL	viii
CONTENIDO DE TABLAS	x
CONTENIDO DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DE PROBLEMAS	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	6
1.2.1. TEÓRICA	6
1.2.2. PRÁCTICA	6
1.2.3. METODOLÓGICA	7
1.3. OBJETIVOS	7
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	7
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
1.4. IDEA A DEFENDER	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	8
2.1. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, RETO DE LOS HOTELES EN ECUADOR	8
2.2. ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN HOTELES DE ECUADOR Y PORTOVIEJO	10
2.3. LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL SECTOR HOTELERO DE ECUADOR	12
2.4. ELEMENTOS CLAVES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA HOTELERÍA DEL ECUADOR	14
2.5. METODOLOGÍAS PARA LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS HOTELES	16

2.5.1. MODELO SERVQUAL	17
2.5.2. MODELO HOTELQUAL	18
2.5.3. MODELO SERVPERF	19
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	20
3.1. UBICACIÓN	20
3.2. DURACIÓN	21
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.4. METODOLOGÍA	24
3.4.1. FASE I. CARACTERIZAR LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS	25
3.4.2. FASE II. EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN	27
3.4.3. FASE III. DISEÑO DE ESTRATEGIAS EN RELACIÓN AL NIVEL DE SATISFACCIÓN	28
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
4.1. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE ESTUDIO	30
4.1.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	30
4.1.2. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE LOS HOTELES SELECCIONADOS	35
4.1.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS HOTELES DE PORTOVIEJO	41
4.2. EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN	46
4.2.1. MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	46
4.2.2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.	47
4.2.3. ANÁLISIS DE LAS DEFICIENCIAS DESTACADAS EN LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD	49
4.3. DISEÑO DE ESTRATEGIAS EN RELACIÓN AL NIVEL DE SATISFACCIÓN	52
4.3.1. RECOPIRAR EL CRITERIO DE EXPERTOS PARA SELECCIONAR LAS ESTRATEGIAS DE MEJORA	53
4.3.2. VALIDACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS HOTELES DE PORTOVIEJO.	57
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES	65
BIBLIOGRAFÍA	66
ANEXOS	74

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Referencias Metodológicas	22
Tabla 2 Proceso Metodológico	25
Tabla 3 Hoteles de la zona urbana de Portoviejo	26
Tabla 4 Información general de Portoviejo	31
Tabla 5 Componente Económico de Portoviejo	32
Tabla 6 Actividades Económicas de Portoviejo	33
Tabla 7 Componente Social de Portoviejo	35
Tabla 8 Caracterización del Hotel Ceibo Real	36
Tabla 9 Caracterización del Hotel Gran Senador	37
Tabla 10 Caracterización del Hotel Ceibo Dorado	38
Tabla 11 Caracterización del Hotel Platanal	39
Tabla 12 Caracterización del Hotel Máximo	40
Tabla 13 Matriz de involucrados	43
Tabla 14 Matriz FODA	45
Tabla 15 Factores principales	46
Tabla 16 Medición de la evaluación de la calidad del servicio	51
Tabla 17 Resultado de la dimensión del personal	52
Tabla 18 Resultado de la dimensión de instalación	53
Tabla 19 Resultado de la dimensión de organización	53
Tabla 20 Descripción de expertos en la calidad de los servicios	55
Tabla 21 Grado de conocimiento de los expertos seleccionados en relación al tema	56
Tabla 22 Patrón de referencia para la determinación de argumentación de cada experto	56
Tabla 23 Resultados del coeficiente de argumentación Ka de cada participante	57
Tabla 24 Resultados del coeficiente de competencia K.	57
Tabla 25 Nivel de conocimiento de cada participante	57
Tabla 26 Validación de estrategias	59

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de la ciudad de Portoviejo	22
Figura 2 Georreferenciación de los hoteles de la ciudad de Portoviejo	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

Este trabajo tuvo como objetivo evaluar la calidad de servicio para la mejora de la satisfacción de los clientes en los hoteles de la ciudad de Portoviejo. El tipo de investigación que se empleó es mixta con enfoque descriptivo. En la primera fase se desarrolló el diagnóstico de la calidad de servicio hotelero de la ciudad donde se identificaron un total de cinco hoteles con capacidad para 400 personas aproximadamente. Ello permitió levantar información actualizada de la situación de los hoteles a través de una ficha de caracterización y entrevistas dando como resultado el análisis estratégico mediante una matriz FODA. En la segunda fase se realizó la medición de las variables de la calidad de servicio, se recolectó la data utilizando un cuestionario del modelo HOTELQUAL que establece tres dimensiones de 20 ítems. Se encuestó 385 turistas nacionales y extranjeros que se hospedaron en los cinco hoteles de Portoviejo. Luego, se analizó los datos, dando como resultado 10 variables de 20 en estado de deficiencia en los servicios. Y por último se estructuraron las estrategias abordando las problemáticas de la fase anterior, se diseñaron nueve estrategias con las cuales se busca mejorar la calidad de los servicios prestados en estos hoteles.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, hoteles, estrategias, HOTELQUAL.

ABSTRACT

The objective of this study was to evaluate the quality of service to improve customer satisfaction in hotels in the city of Portoviejo. The type of research used is mixed with a descriptive approach. In the first phase, a diagnosis of the quality of hotel service in the city was carried out, identifying a total of five hotels with a capacity of approximately 400 people. This made it possible to gather updated information on the situation of the hotels through a characterization sheet and interviews, resulting in a strategic analysis through a SWOT matrix. In the second phase, the measurement of service quality variables was carried out using a questionnaire of the HOTELQUAL model that establishes three dimensions of 20 items. Three hundred and eighty-five national and foreign tourists who stayed at the five hotels in Portoviejo were surveyed. Then, the data was analyzed, resulting in 10 variables out of 20 in service deficiency status. Finally, the strategies were structured to address the problems of the previous phase, and nine strategies were designed to improve the quality of the services provided in these hotels.

Keywords: Service quality, customer satisfaction, hotels, strategies, HOTELQUAL.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DE PROBLEMAS

Hasta el 2018 el turismo fue la tercera fuente de ingresos no petroleros más importante, representando el 2,2% del Producto Interno Bruto (Camino et al. 2021); siendo un generador de inversión local, entre 2013 y 2016 realizaron un total de 69 contratos (1.757 millones de dólares) centrado en el turismo y otras áreas del sector productivo esta inversión provino de empresas nacionales correspondientes al 67%, 19% a empresas extranjeras y 14% a empresas mixtas según (Calderón et al. 2016) aportando al desarrollo de oportunidades de trabajo y mejorando la calidad de vida del sector, además el turismo es un importante estímulo para las actividades como la pesca, la artesanía y la agricultura.

Ciertamente, la crisis generada por el COVID 19, genero un nuevo direccionamiento a la actividad turística, ello debido a la manifestación de nuevas motivaciones y preferencias de los turistas hacia destinos que dan prioridad a estrategias promocionales, mismas que se encuentran orientadas a recuperar sus segmentos y captar nuevos, considerando a la innovación y la transformación digital como factores fundamentales en este proceso de reactivación (Corzo y Guatibonza, 2021).

Además, indica Camino et. al., (2021) que actualmente en la industria turística, la entrega de experiencias de alto nivel ya no es simplemente una opción o una tendencia, ya que ahora es esencial para mantener la competitividad en el sector, por lo que se presenta a la calidad como parámetro indispensable para el turismo; en términos generales, el turismo actúa como un catalizador de progreso, convirtiéndose en una poderosa herramienta para mejorar el bienestar de las ciudades donde se establece (Vogeler y Hernández, 2018).

Cabe indicar que el desarrollo y posicionamiento de una ciudad es debido que dentro de la misma se ha establecido una óptima cadena de valor, en la cual, el sector hotelero se fija como un elemento básico (Muñoz et. al. 2020). La industria hotelera es un sector de vital importancia en la economía global, que abarca una amplia gama de servicios destinados a satisfacer las necesidades de los viajeros

en todo el mundo; en este contexto, la calidad del servicio desempeña un papel fundamental en la experiencia del cliente y en la percepción general de una infraestructura hotelera.

Según Ferreiro et. al. (2023) es fundamental reconocer que el sector hotelero a nivel global ha experimentado cambios significativos debido a la pandemia de COVID-19, lo que ha requerido una respuesta a las nuevas tendencias relacionadas con la futura resiliencia. No obstante, es preciso señalar que otra de las problemáticas que enfrenta el sector hotelero en el mundo es la rotación del personal, misma que es presentada como una circunstancia común, expresan Bravo y Yucra (2021); existen varias razones por las cuales los empleados deciden dejar sus trabajos, pero las más usuales suelen ser los niveles de remuneración, el entorno laboral y las perspectivas de desarrollo profesional.

En este contexto, detalla García et. al (2020) que, en un estudio de caso realizado a los hoteles de la ciudad de Palenque, Chiapas, se determina que una de las circunstancias principales que genera un alto índice de rotación de personal es debido a la realización de actividades de manera empírica y poco profesionales; los empleados que ocupan posiciones de nivel inferior o carecen de experiencia tienden a dejar la organización poco después de ser contratados, no obstante, otra observación que provoca la rotación de empleados, es la disminución de propinas en tiempos de temporada baja, la cual afecta a los trabajadores capacitados y de mayor nivel, repercutiendo negativamente en su interés y satisfacción de continuar laborando en la empresa hotelera.

En Ecuador, el alojamiento se establece como una actividad fundamental dentro de la oferta turística, según datos de la Corporación Financiera Nacional (CFN), la industria hotelera registra una gran contribución al Producto Interno Bruto (PIB) que, de acuerdo con su ficha sectorial, las actividades de alojamiento y servicios de comida tienen una participación sobre el PIB del 1,90% (Corporación Financiera Nacional, 2023).

Como se señalaba en párrafos anteriores, la irrupción de la pandemia de COVID-19 también provocó una importante agitación en la escala nacional, teniendo efectos adversos en la industria hotelera y, por ende, en el ámbito turístico general del país, provocando un deslizamiento del 76,4% (Torres, 2020). Sin embargo, otro aspecto importante a considerar como problemática en el sector hotelero, es la prestación de servicios limitados, Barreto y Poveda (2022) manifiesta que, en un mercado globalizado y altamente competitivo, la capacidad de ofrecer un servicio excepcional es esencial para destacarse entre la multitud y atraer a viajeros y turistas, además resalta, que el surgimiento de plataformas de hospedaje ha emergido como competidores directos frente al sector hotelero.

Cabe indicar que, a nivel nacional el sector hotelero se encuentra vigilante ante el dinámico mercado actual, por el cual se están buscando nuevas estrategias para atraer la atención de los clientes, con el objetivo de recuperarse de los impactos causados por la crisis sanitaria. No obstante, se ha podido determinar de igual manera que existe desmotivación por parte del staff en las empresas hoteleras, según Muñoz (2023) muchas de estas no llevan una planificación estratégica, lo que conduce a que las mismas operen de manera improvisada, debido a la falta de aplicación en procesos de gestión.

Es preciso destacar que la industria hotelera en Ecuador juega un papel significativo en el desarrollo económico nacional, de acuerdo con el catastro del Ministerio de Turismo (2024) en el territorio se encuentran registrados 25.665 establecimientos hoteleros, constatándose el alto dinamismo que se suscita en este sector, sin embargo, a pesar de contabilizarse una amplia cantidad de infraestructura de alojamiento; el sector del hospedaje en el país enfrenta grandes desafíos relevantes, los cuales fueron expuestos en líneas anteriores, y que son influencia directa en la calidad del servicio, como en el crecimiento y mejora continua en la industria hospitalaria.

Manabí, es una de las provincias y destinos del Ecuador que escogen turistas extranjeros y nacionales por sus atractivas particularidades; posee un gran potencial de recursos que genera una dinámica económica y social muy beneficiosa en el país, esto se analiza en sectores como el turístico, comercial, industrial,

agrícola, pesquero y artesanal. Hoy en día, la actividad turística en la Zona 4 ha ido mejorando primordialmente en los cantones del perfil costanero, mencionando además que, con el agroturismo los cantones del interior no se quedan atrás. De acuerdo con Loor (2022) Manabí posee una infraestructura de alojamiento que facilita el crecimiento de las actividades turísticas, sin embargo, estas no han permitido satisfacer las necesidades de los huéspedes que visitan estos establecimientos, debido a la deficiencia de la gestión e inasistencia del manejo de recursos direccionados a mejorar la calidad de servicio.

De acuerdo con Bailón y Cevallos (2022) la provincia ha experimentado un crecimiento desorganizado, careciendo de una dirección planificada para impulsar el desarrollo turístico; como resultado, se han promovido la creación de plazas hoteleras, las cuales han generado una amplia gama de opciones, que también ha contribuido a la informalidad en el sector. En este sentido, es preciso resaltar que, la calidad del servicio no solo debe limitarse a la infraestructura física, sino también a la preparación del personal y la percepción general que tiene el cliente sobre la experiencia.

Indica Márquez et. al. (2021) que la industria hotelera en Manabí requiere de una gestión administrativa efectiva, la cual sea llevada hacia resultados favorables y una posición competitiva. En favor a ello, el Plan Sectorial de Turismo (PST) 2022-2025 manifiesta que se debe impulsar el fomento del desarrollo del talento humano mediante programas de capacitación y formación, junto con el fortalecimiento de las estructuras institucionales, en post de enfrentar el condicionado acceso a programas de capacitación para empresas turísticas y sus trabajadores, siendo esta una de las principales problemáticas que se manifiesta en el mencionado PST (Ministerio de Turismo 2021).

De acuerdo con el informe de rendición de cuentas del Ministerio de Turismo (2023), el MINTUR ha implementado la metodología SCORE HOCO, un programa de asesoramiento que se encuentra dirigido a los establecimientos hoteleros y restaurantes, por lo tanto, esta fue integrada a las empresas turísticas a nivel nacional en el año 2021, no obstante, hasta el momento solo han sido beneficiadas 21 empresa del Noroccidente de Pichincha, permitiendo la capacitación de 70

trabajadores y asesoramiento a 186 empleados. Es preciso señalar, que este método debería ser extendido en áreas manabitas, las cuales han sido un componente importante en la economía nacional, especialmente debido a la afluencia turística que es motivada por la variedad de opciones que presentan los destinos.

En Portoviejo la industria hotelera se resalta como un sector clave en el desarrollo económico y turístico, indica Ayón et. al. (2021) que el cantón continúa siendo un destino turístico donde se destaca la hospitalidad hacia extranjeros y nacionales. Sin embargo, en medio de su potencial, persisten desafíos relacionados con la calidad del servicio, entre ellos la falta de capacitación y la ausencia de un modelo de gestión, lo cual afirma Intriago et. al. (2021) ha generado un nivel de rendimiento insuficiente en el personal laboral y administrativo, impidiendo la mejora en la atención a los usuarios.

Serrano y Poveda (2020) señalan que “la calidad de los servicios ha descendido debido a que las empresas hoteleras no centralizan su atención en función del cliente” (p.11) es preciso indicar que la satisfacción del cliente no solo se traduce en una experiencia positiva individual, sino que también influye en la probabilidad de que el cliente regrese en el futuro o recomiende el hotel a otros, por tanto, entender cómo las expectativas de los clientes se alinean con la realidad del servicio recibido es fundamental para mejorar la competitividad.

Por otro lado, la competencia en la industria hotelera es bastante amplia e intensa, y las herramientas digitales ofrecen una manera económica para que los hoteles se destaquen y alcancen a un público más extenso. Sin embargo, señala Mise y Zambrano (2023) que existe un desconocimiento en cuanto al uso efectivo de estos recursos en los establecimientos hoteleros de Portoviejo; pero cabe recalcar que estas herramientas pueden mejorar la eficiencia operativa y reducir costos, lo cual es oportuno para el territorio ante el deficiente desarrollo económico local.

En última instancia, abordar el problema de la calidad del servicio en los hoteles de Portoviejo requiere un enfoque integral que involucre a múltiples actores; por lo que, de acuerdo con lo antes planteado surge la siguiente interrogante: ¿De qué manera

influye la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes en los hoteles de la ciudad de Portoviejo?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. TEÓRICA

La presente investigación busca abordar teóricamente la evaluación de la calidad de los servicios hoteleros vinculados con la satisfacción de los clientes, considerando el concepto de Morillo y Morillo (2016) que determina a la satisfacción como la valoración que le da el cliente al bien o servicio que se le ofrece en base a su percepción y necesidad. De igual manera, el estudio está orientado a proporcionar información actualizada sobre la calidad de servicio en los hoteles de Portoviejo, mismo que se convertirá en fuente de referencia para estudios vinculados con estos factores, además de ser una fuente actualizada acorde a las necesidades de los establecimientos hoteleros, los cuales proporcionar opciones para mejorar los servicios que irá direccionada en pro de optimizar la atención de los clientes.

1.2.2. PRÁCTICA

Se justifica desde el punto de vista práctico, debido a que el sector hotelero de la ciudad de Portoviejo tiene la obligación de garantizar sus servicios, los cuales se desarrollaran en un entorno sano, competitivo y progresivo, permitiendo integrar relaciones a largo plazo con los turistas y a su vez garantizar la satisfacción y sus expectativas cumpliendo las experiencias y exigencias de cada uno. La presente investigación beneficiará al sector hotelero proporcionando una herramienta óptima para medir los niveles de satisfacción de sus clientes con sus servicios prestados, esto a su vez les permitirá aplicar estrategias de mejora y de esta misma manera satisfacer y cumplir sus expectativas, con esto se pretende generar una opción de solución al problema antes planteado, ayudando a que los servicios hoteleros de la ciudad de Portoviejo tengan un adecuado modelo de calidad de los servicios para así mejorar la satisfacción de sus clientes.

1.2.3. METODOLÓGICA

En la justificación metodológica se propone determinar puntos clave que logren el estudio sobre la calidad de servicios y la influencia en la satisfacción de los clientes en los hoteles de la ciudad de Portoviejo, tomando en cuenta las siguientes referencias metodológicas Aristizábal y Quiroz (2015), Blanco y Font (2018), Moreno et al. (2019), García (2019), Moreno, et al, (2021), Blanco y Font (2021). Este último es considerado el principal referente para la ejecución de este trabajo investigativo, el cual a su vez se convierte en una guía referencial para medir la calidad de los servicios en los establecimientos hoteleros de otros cantones manabitas y nacionales tomando como enfoque las necesidades y exigencias de los clientes y por ende influir en la satisfacción de los huéspedes.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la calidad de servicio para la mejora de la satisfacción de los clientes en los hoteles de la ciudad de Portoviejo.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar la caracterización de los hoteles de la ciudad de Portoviejo.
- Evaluar el nivel de satisfacción de los huéspedes en los hoteles de la ciudad de Portoviejo.
- Diseñar estrategias que aumenten el nivel de satisfacción de los clientes en los hoteles de la ciudad de Portoviejo

1.4. IDEA A DEFENDER

La evaluación de la calidad del servicio favorecerá la mejora de la satisfacción de los clientes de los hoteles en la ciudad de Portoviejo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se estructura el marco teórico con los subtemas más importantes y necesarios para la investigación, determinando teorías relacionadas con la calidad de servicios y su influencia en la satisfacción del cliente, características, gestión de la calidad, metodologías de evaluación, etc. Esta servirá de guía para medir la calidad de servicios de los hoteles de la ciudad de Portoviejo.

2.1. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, RETO DE LOS HOTELES EN ECUADOR

La norma ISO 9001 define la satisfacción del cliente como resultado de comparar la expectativa que tienen los clientes con respecto al producto o servicio que se le ofrece, en base a un juicio subjetivo de lo que percibe después de recibir el producto, medida bajo criterios de identificación de opinión del cliente, tiempo de uso del producto o servicio, recolección de datos González (2019), de igual manera Quishpe y Ayaviri (2016) consideran la satisfacción del cliente como el cumplimiento de los efectos deseados del cliente considerando un sentimiento de saciedad en el mismo, y basándose en este concepto con una perspectiva más global donde se considera la satisfacción del cliente como la evaluación individual o juicio del valor que le ofrece el cliente a un producto o servicio en base a su experiencia.

Según Ramírez et al. (2020) la satisfacción del cliente se plantea como la comparación de expectativas anteriores y el rendimiento real que ha evaluado el cliente acerca de un servicio, considerando la perspectiva del cliente como parte fundamental para conocer su satisfacción y poder posteriormente ser evaluada. Por lo tanto, para la satisfacción del cliente es necesario conocer su opinión acerca de un servicio o producto que se oferta, siendo entonces la satisfacción del cliente la perspectiva real del usuario en base a su experiencia con el producto en comparación de sus expectativas.

En este momento la satisfacción y sobre todo la lealtad al cliente son reconocidos como un gran logro en la mayoría de las empresas hoteleras en la actualidad. Esto

se da debido a que la competencia por el mercado lleva a las empresas a tratar de buscar un nivel alto en calidad, diferenciación y sobre todo posicionamiento.

De acuerdo con Santos et al. (2011) “Los servicios que son evaluados como de calidad inadecuada, responden a que la expectativa fue superior a la percepción de la oferta.” (p.65). En varios casos esto se puede dar o tener su origen en una falla en el servicio. Al considerarse fallas o errores en las áreas internas de un hotel, tales como una toalla mal lavada o una reserva mal ingresada; es decir que este no sería visible para el cliente. Pero estos pequeños detalles suelen ser visibles para el cliente, esto podría ser una desmotivación para la percepción de la calidad de servicio de un hotel y volver la experiencia de los huéspedes bastante insatisfactoria, esto podría generar inconformidad de manera directa con el establecimiento hotelero.

Siguiendo esta línea se aprecia que, con el propósito de fidelizar al usuario y tener una renta en el hotel, se debe comprender la valoración que el cliente tiene sobre los elementos tangibles en el hotel, evaluar al personal que presta el servicio y saber la percepción sobre la organización y funcionamiento de los servicios prestados del hotel (Izquierdo et al., 2020).

Hoy en día los errores en la calidad de servicios pueden tener varios orígenes. Esto se deriva desde una respuesta de los empleados a varios problemas en el sistema que presta los servicios o ya sea a una solicitud que requieran los clientes. Aun así, las empresas que prestan un servicio son sensibles a los errores que se presenten (Santos et al., 2011).

Otro de los elementos claves es la heterogeneidad, que posibilita una oferta de los servicios variados, debido a que los clientes pueden experimentar variaciones en el servicio no deseados el adaptarse a los requerimientos, así como aquellos que inciden en el estado de ánimo del personal de servicio al intentar solucionar los requerimientos de estos clientes. Por lo tanto, el concepto de la calidad, puede ser medido de varias maneras posibles. Dentro de ellas se detalla, que la calidad es un fundamento por parte del usuario, ya que es el mismo que se encarga de determinar si un producto o servicio ofrecido posee calidad, en este caso la calidad será alcanzada siempre y cuando el usuario se sienta muy satisfecho con el servicio.

2.2. ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN HOTELES DE ECUADOR Y PORTOVIEJO

Existen diversas estrategias que permiten mejorar la satisfacción del cliente a partir de varias herramientas, de acuerdo con Solada (2023) haciendo uso de tecnologías actuales se presentan varias estrategias que aseguran la satisfacción del cliente en la industria hotelera como el uso de códigos QR o similares para ser usados como llaves de habitación totalmente manipulables desde un centro de control del hotel, en segundo lugar asesorías virtual que facilite solucionar las inquietudes que tengan los usuarios durante las horas del día, y como última estrategia mencionada es la extensión del servicio a la habitación guiado por GPS de un celular para llevar los requerimientos del usuario a cualquier lugar del hotel.

Según Vélez (2020) menciona que “Satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y, por ende, en el mercado” por lo tanto, conocer las necesidades y expectativas del cliente para ser analizados como futuros clientes potenciales, es una estrategia clave si se pretende medir la calidad en atención al cliente; conocer la satisfacción a través de comentarios en la página web, es una estrategia utilizada por *Tripadvisor* como base para medir la experiencia en los hoteles.

Según Solada (2023), se analiza las estrategias impartidas en el mismo, comprendiendo que ambos tienen criterios diferentes, pero enfocado en un mismo objetivo que es la satisfacción del cliente en los hoteles, haciendo hincapié en QuestionPro y en sus estrategias se podría dar cuenta que está más diseñado a la parte tecnológica e innovadora de los hoteles, en cambio para Vélez (2020) es muy diferente y busca distintos enfoques, en este caso a la parte interna de los clientes y la atención brindada, sus necesidades y presupuesto, una cosa se podría rescatar es que ambos autores buscan el mismo fin en sus estrategias, garantizar y fidelizar a los huéspedes en los hoteles del Ecuador.

La estrategia de ampliar el servicio a la habitación guiado por el GPS del celular, facilita al cliente y al personal encargado de atenderlo, y se convierte en un elemento innovador que ayudaría a su eficacia y rapidez a la hora de atender al huésped. Pero también se puede considerar como una de las estrategias con mayor

relevancia cómo se va a medir la calidad de atención al cliente usando Tripadvisor, pero esto también ayuda a estar en contacto directo con el huésped, y saber sus comentarios acerca del servicio brindado en las instalaciones.

En el sector hotelero del Ecuador se establecen unas series de estrategias para la satisfacción del cliente, Toala y Hinojosa (2021) señalan que “La calidad de servicio del hotel depende de la satisfacción del cliente, lo que se decide por la diferencia entre percepción y expectativa.” (p.151), además de esto permite una comparación entre expectativa y percepción del huésped; por lo tanto, se debe analizar las diferentes estrategias para poder evaluar la calidad de servicio de manera crítica.

La hotelería en el Ecuador es parte fundamental del sector económico y esto ha ayudado al desarrollo en los destinos con mayor demanda, pero sin embargo también se han visto afectados, ya sea por desastres naturales o por pandemia, ante esto la estrategia de precio es fundamental para la competitividad a nivel interno de los hoteles. Según Benítez y Barrio (2021) señalan que “El precio es la variable más importante en la elección de un hotel.” (P. 349), una de las estrategias que se puede analizar de la variable del precio es que se actué de manera interna para establecer los precios según sus temporadas, en este parámetro se puede hacer que la mayoría de viajeros puedan ver la factibilidad de viajar según sus ingresos, porque según se analiza que el sector hotelero es una de las tarifas más elevadas dentro de un viaje.

El sector hotelero ecuatoriano ha ido emprendiendo de manera clara un seguimiento de visitantes internacionales en las últimas décadas y esto realmente se extiende en los mercados globales, una gran cantidad de empresas hoteleras que tienen relevancia dentro del mercado utilizan metodologías que permitan un análisis de los niveles de satisfacción de los clientes como estándar de calidad de servicio y según Lenderman y Sánchez (2008) explican que deben “Centrarse en cómo experimentan las marcas los consumidores, no como se perciben.” (p.346), se establecen distintas estrategias y análisis para el desarrollo de la satisfacción del huésped, algunos hoteles en la ciudad de Portoviejo se centran más en cómo luce su establecimiento, que en la calidad percibida de sus clientes.

Las grandes cadenas hoteleras a nivel mundial son las que mayormente dominan el sector, y se centran en los estándares de la calidad de servicios, para que se cumplan todos los factores y así garantizar de manera satisfactoria la satisfacción al cliente.

Uno de los principales desafíos y temas más preocupantes que enfrenta el sector hotelero, es la competencia de prestadores no hoteleros. Esto se debe a que en los últimos años los avances tecnológicos y la gran variedad de oferta encontrada en el internet ha afectado considerablemente a los prestadores de servicios. Whelan y Gastón (2020) manifestaron que “se pueden analizar distintos perfiles de huésped, debido a la diversidad de gustos y preferencias de todos los segmentos existentes.” (P. 9), otro de los desafíos en los hoteles de la ciudad de Portoviejo es vender la misma experiencia que indica en la promoción de su oferta, ya que muchos huéspedes prefieren ir fuera del hotel para satisfacer sus necesidades.

La industria hotelera de la ciudad de Portoviejo está catastrada por categorías y estrellas, pero si se menciona el tema de calidad, todos los hoteles deben estar preparados para aplicarla en sus instalaciones, ya que el cliente se fideliza del trato impuesto por el talento humano en su experiencia en los establecimientos.

2.3. LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL SECTOR HOTELERO DE ECUADOR

Los componentes fundamentales del turismo en Ecuador es el incremento y el desarrollo en este sector que ofrece un potencial en la economía turística del país, en unión, con las perspectivas que se brinda al cliente. Es de gran importancia ofrecer un servicio de calidad, para mantener bien al cliente, y para ir cada vez mejorando el servicio, ya que este ha sido el motivo de estudios de muchas investigaciones que tienen cierta relación con el turismo a nivel mundial.

Si se analiza profundamente la industria del turismo, se pueden analizar subsectores empresariales tan mega diversos, como el de los hoteles y los departamentos turísticos, restaurantes, estaciones de turismo, agencias de viajes, espacios relacionados con la naturaleza, camping, casas rurales, playas, palacios de congreso, etc.

En Ecuador en las últimas décadas, se ha considerado a la calidad de servicios como un factor clave en el sector hotelero; siendo la competencia de precios es una de las estrategias tradicionales de dichas empresas. Los principales aspectos que caracterizan dicha demanda son: la alta competencia y rivalidad, además de eso se le suma la implementación de nuevos destinos turísticos, globalización del sector hotelero y la importancia de la influencia de factores políticos gubernamentales, económicos y sociales. Por otra parte, Alonso, et al, (2006) manifiestan que “existen cuatro enfoques básicos atendiendo a la evolución en el significado de la calidad.” (P. 20), primero, la calidad es excelencia, superioridad o bondad del producto.

La calidad de servicios en el país, se manifiesta en la satisfacción de los deseos y las expectativas del huésped, asimismo se analiza que la eficiencia y eficacia que son elementos claves para obtener la excelencia esperada en los servicios prestados de las empresas de servicios. Cabe manifestar que se analiza una estrecha relación interna entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La palabra calidad es sinónimo de excelencia y competitividad para las empresas hoteleras del Ecuador.

Por esto los hoteles de Portoviejo cerrados por la pandemia abrieron con una mayor visión del futuro y ofrecen a los visitantes nuevas opciones de servicios y valor agregado y, sobre todo, la posibilidad de encontrar en un solo sitio todo lo que buscan además de satisfacer sus necesidades, cabe mencionar que antes de la pandemia laboraban siete hoteles dentro de la ciudad, estos fueron Hotel Máximo, Hotel Boston, Hotel Madrigal, Hotel San Fernando, Hotel Ceibo Real, Hotel Ceibo Dorado y el Hotel Gran Senador, de los cuales cinco Hoteles reabrieron sus puertas para subir de categoría cumpliendo los requisitos, los Hoteles que abrieron sus puertas son los siguientes: Hotel Máximo, Hotel Ceibo Real, Hotel Ceibo Dorado, Hotel Gran Senador y el Hotel Platanal, este último se incorporó recientemente en el mercado (Llor et al., 2020).

La calidad de servicios se manifiesta en la satisfacción de los deseos y las expectativas del huésped, asimismo se analiza que la eficiencia y eficacia que son elementos claves para obtener la excelencia esperada en los servicios prestados de las empresas de servicios. Cabe manifestar que se analiza una estrecha relación

interna entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La palabra calidad es sinónimo de excelencia y competitividad para las empresas hoteleras del Ecuador.

En la actualidad el ámbito hotelero en Ecuador es altamente competitivo, la calidad es clave para incrementar el volumen de clientes y los ingresos de un hotel. En este sentido la calidad percibida del servicio hotelero en el país, tiene que centrarse en la satisfacción de los clientes a su llegada, así como la salida, que se lleve una actitud positiva, para que este tenga la confianza de volver y sea mejor atendido.

La calidad en Ecuador en un sentido general se ha convertido en la estrategia que más persiguen las empresas turísticas, se ha convertido en el elemento transformador dentro de un ambiente competitivo que predomina en el sector hotelero. Ya hace varios años el sector turístico se encuentra inmerso en un proceso de cambio que ha convertido a la calidad en uno de los elementos más importantes para los clientes como para los prestadores de servicios. (Ayón et al., 2021)

2.4. ELEMENTOS CLAVES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA HOTELERÍA DEL ECUADOR

Dentro de la gestión hotelera, la calidad es uno de los principales criterios, la medida por la cual la empresa satisface las necesidades y expectativas de los turistas es una de los aspectos claves, hay que saber que las expectativas son una cuestión muy individual en cada turista, básicamente se basan en aspectos materiales y funcionales que se da en el servicio. Por ende, la gestión dentro del hotel constituye un compromiso para toda empresa, a fin de desarrollar una gestión que asegure que dichos servicios sean percibidos por el cliente (Mora y Duran, 2017).

Existen varios criterios que representan al hotel, como un lugar imaginario y habilitado para brindar los servicios de alojamientos a los huéspedes, al tiempo que facilita a sus clientes en el desplazamiento y viajes dentro del municipio, provincia o región en el que se encuadra. También, los hoteles abastecen a los clientes servicios adicionales como restaurante, piscinas y guarderías.

En la actualidad las empresas de hospedaje del Ecuador son conscientes que, para mantener su competencia dentro del mercado, deben trabajar en cambios radicales en la calidad de su servicio, no solo hacia clientes externos, sino que también en sus colaboradores. Los servicios ofrecidos se van a percibir históricamente, tanto por el turista como el recepcionista, con ciertas vivencias durante el proceso de hospedaje.

El concepto de calidad en hospedaje es subjetivo, es decir, depende de lo que recibe. Esto implica un grupo de desafíos, en sentido de buscar elementos objetivos, tangibles y que sean medibles, los cuales permitan acercarse a la idea que propone el cliente. La deficiencia en los procesos inclinados al servicio que se brinda genera impactos negativos en los visitantes que vienen a las empresas hoteleras ecuatorianas, llegando a causar descontento en la percepción del servicio ofrecido (Velóz y Vasco, 2016).

La buena gestión de los perfiles sociales de los huéspedes, aportan un elemento adicional de motivación para que la empresa trabaje en todo lo que está a su alcance para tener a los clientes satisfechos. Otro elemento es la mejora de la relación con el cliente y cumplir en cualquier consulta que se presente. Además de esto, se analiza el desarrollo de una estrategia integral para incorporar los intereses y necesidades de los huéspedes.

Cabe mencionar que también es fundamental hacer las preguntas correctas en el momento adecuado para evaluar su grado de satisfacción. Asimismo, y como cuarto elemento clave, se identifica la promoción de los embajadores de la marca, esto ayuda en mejorar la garantía de confianza para los futuros clientes que requieran el servicio, asimismo el siguiente elemento se analiza construir una buena atmósfera de trabajo, la cual se filtra en el trato con el cliente.

El fortalecimiento en el trabajo en equipo, es algo fundamental y favorece el cumplimiento de los objetivos propuesto y eso aumenta la motivación en el trabajo, como siguiente elemento se capacita al talento humano profesionalmente, también hay formaciones específicas para recepcionista y todas a áreas que el hotel ejecute, como otro elemento se analiza el recibir a cada cliente por su nombre y con un gesto de amabilidad, esto ayuda a resolver papeles para localizar su atención y así

llegar a la excelencia, por otra parte uno de los elementos con mayor relevancia es el valor agregado que se incluya dentro del servicio, ofrecer viajes experienciales, mientras más paquetes turísticos se registre en la zona, mayor demanda tendrán los hoteles.

Hoy en día, el ámbito hotelero es un campo de mucha competencia, se constituye en que un servicio de calidad es la clave para incrementar el volumen de clientes y sobre todo los ingresos de un hotel. Es de importancia reconocer que la satisfacción es un punto importante al momento de ofrecer un servicio a un cliente, por ejemplo: que se lleven una impresión buena a su salida, sintiendo que todo lo que recibió era lo que esperaba obtener antes de hospedarse, y además que eso le genere confianza al momento de volver (Izquierdo et al. 2020).

Es importante mencionar que los hoteles deben ofrecer una diversidad de servicios importantes para así captar a los turistas, a la vez estos deben ser lo más flexibles posibles como para adaptarse o ajustarse a una amplia variedad de situaciones más o menos previsibles o ya sea a las diferentes necesidades que pueda tener el cliente, las cuales podrían ser, por ejemplo: lavandería, teléfono, plancha, cambio de divisas, gimnasio, etc. Otra característica importante en el sector hotelero es como se relaciona la heterogeneidad de los productos y servicios que ofrece. En ciertos hoteles existen servicios como pedir un café, disfrutar de una sesión de masajes, utilizar el servicio de mueble bar, etc.

2.5. METODOLOGÍAS PARA LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS HOTELES

“La satisfacción es fundamental dentro de una organización ya que es la esencia de la opinión del cliente” (Sotelo, 2018). En ese contexto, es importante que se hagan evaluaciones para medir la satisfacción en los hoteles, de ese modo, pueden generar certificados internacionales, especialmente si se tratan de las normas ISO. En ese aspecto, estas variables permiten que haya coordinación y control de la calidad de los servicios hoteleros.

Por otra parte, las metodologías más usadas en la hotelería tienen relación con medir la calidad no solo del servicio, sino que también en la satisfacción de los

consumidores. Por lo que, al ser los servicios en los hoteles intangibles, por ende, los clientes pagan previo a eso, esperando recibir una gratificación y experiencia agradable sobre la expectativa que ofrece la empresa.

En estos momentos las empresas que ofrecen hospedaje deben tener la capacidad de adaptación a las transformaciones del entorno en el que se desenvuelven, definiendo ciertas estrategias que ayuden a mejorar su competitividad, para sí alcanzar niveles óptimos de ocupación cualitativa y cuantitativa. Para esto, se debe trabajar en acciones estratégicas que vayan encaminadas a alcanzar ventajas competitivas muy sólidas, las que lo logren, tienen más oportunidades de seguir desarrollándose. Este objetivo consiste en la obtención a través de recursos que sean generados por la actividad, una posición duradera en el mercado.

Al definir la calidad de servicio en empresas que ofrezcan actividades de alojamiento, existen tres metodologías para medir la calidad de servicios, siendo el método SERVQUAL, uno de los más utilizados cual se aplica como herramienta para la evaluación de factores que afectan de manera directa la calidad del servicio en los hoteles, desde el punto de vista de los clientes (Jurado et al., 2018).

2.5.1. MODELO SERVQUAL

Este modelo se publicó en el año 1988, y a lo largo de estos años ha experimentado varias mejoras y revisiones desde aquel entonces. De acuerdo con Matsumoto (2014) afirma que el modelo SERVQUAL es una herramienta utilizada en la investigación comercial, esta permite realizar una evaluación meticulosa sobre la calidad del servicio y a su vez intenta comprender las expectativas de los clientes, además, ayuda a conocer qué percepción tienen del servicio. El modelo en sí permite comprender y analizar los aspectos cuantitativos y cualitativos del cliente.

Siguiendo esta línea el modelo lleva a conocer factores que no se pueden predecir de los clientes. También se dota de información detallada sobre aspectos como; las opiniones que el cliente da sobre el servicio en la empresa, ciertos comentarios o sugerencias que los clientes den para mejorar el servicio, además de esto, impresiones que tengan los empleados a la expectativa que dan los clientes. Para

terminar este modelo también sirve como instrumento de mejora y comparación con otras empresas.

2.5.2. MODELO HOTELQUAL

Este modelo se aplica para medir la calidad percibida por un cliente en servicios de alojamiento. El modelo HOTELQUAL parte de unos ítems del modelo SERVQUAL, aunque este sufre modificaciones para adaptarlos, tener en consideración que una de las limitaciones del modelo prevalece en que los sectores a los que se dirige considerando las necesarias verificaciones de las dimensiones que sean claves para cada sector. De esta manera, para los servicios de alojamiento, se encuentran tres dimensiones fundamentales, evaluación del personal, la evaluación de las instalaciones que ofrecen el servicio, y para culminar la organización que se tenga dentro del servicio.

Para estas dimensiones constituyen en base de la escala HOTELQUAL que cuenta con aproximadamente 20 variables, algunos de ellos tienen coincidencia en el modelo SERVQUAL, al contrario, con otros modelos se han adaptado al servicio concreto de hospedajes. En el modelo HOTELQUAL la calidad se define por términos similares al otro modelo, es decir, tienen desacuerdo entre expectativas y rendimiento (Loor et al., 2020).

Entre estas 20 variables que el cliente está evaluando constantemente cuando se hospeda en un hotel se tiene en cuenta el personal, instalaciones y organización, las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.) se recomienda que para tener una buena percepción del cliente, el hotel y sus instalaciones deben estar bien conservados, las diferentes dependencias deben resultar agradables, el personal debe tener un aspecto limpio y aseado, las habitaciones deben estar limpias, la infraestructura deben ser cómodas, acogedoras y el cliente debe ser lo más importante (Loor et al., 2020).

Mientras que el modelo SERVQUAL está destinado a todas las empresas turísticas, el modelo HOTELQUAL se originó como una herramienta de medición de la satisfacción del cliente, pero este está dirigido a los servicios de alojamiento.

2.5.3. MODELO SERVPERF

Según Ramos et al. (2020) el modelo SERVPERF se menciona a su nombre por el privilegio de atención que prepara en la evaluación del desembargo del talento humano en brindar el portafolio de servicios (Service Performance) para el tamaño de la calidad de servicio y se enfatiza de las mismas variables de las dimensiones del modelo SERVQUAL, la única desigualdad es que elimina la parte que hace mención a las expectativas de los huéspedes y es más utilizadas en pequeños establecimientos que brindan servicios.

El modelo SERVPERF fue propuesto por Cronin y Taylor quienes, evalúan varios documentos empíricos enfocados en distintas empresas y organizaciones que brindan servicios al cliente, finalizaron con la conclusión de que el modelo SERVQUAL de la calidad de servicios, de Zeithaml, Parasuraman y Berry no es el más indicado para evaluar la calidad del servicio, cabe mencionar que el razonamiento que fundamenta el modelo SERVPERF está relacionado con los problemas de interpretación del concepto de expectativa, en su variabilidad en el transcurso de la prestación del servicio, y en su redundancia respecto a las percepciones.

Varios autores destacan el modelo SERVPERF por su eficiencia y facilidad en este método el entrevistado ocupa menos tiempo en responder el cuestionario, ya que sólo se le pregunta una vez por cada ítem, los trabajos de interpretación y de análisis son más sencillos (Morales y Casas, 2015). Además, este modelo no recolecta información, ya que la formulación de una pregunta sobre la satisfacción global del cliente se relaciona con el servicio o producto, esto permite analizar el desarrollo de las variables del nivel de satisfacción global alcanzado. Por otro lado, la apariencia concreta al que se someten con la valoración ha de ser la conclusión de un estudio previo de expectativas, analizado mediante la aplicación de técnicas cualitativas.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

Para el siguiente proyecto se planteó un tipo de investigación exploratorio y de enfoque mixto, se describirán las diferentes metodologías que se relacionan al tema de estudio, es preciso indicar que estas permitirán establecer una evaluación para el diseño de estrategias de mejora en los hoteles y determinar la satisfacción del cliente ante el servicio percibido en la ciudad de Portoviejo, para lo cual se ha planteado desarrollar búsqueda bibliográfica de alto impacto, la cual se expondrá en los criterios propuesto por los diferentes autores.

3.1. UBICACIÓN

La ciudad de Portoviejo, también conocida como San Gregorio de Portoviejo es la capital de los Manabitas y la urbe más poblada de la provincia. Esta ciudad está atravesada por el río Portoviejo y tiene una altitud de 53 m s. n. m., cuenta también con un clima semiárido cálido de 25,5 °C en general. El cantón Portoviejo limita al norte con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar, al sur con el cantón Santa Ana, al oeste con el cantón Montecristi y el Océano Pacífico. A su vez cuenta con nueve parroquias urbanas (12 de marzo, 18 de octubre, Simón Bolívar, Picoazá, Portoviejo, Andrés de Vera, Colón, Francisco Pacheco, San pablo), y sus coordenadas geográficas son 1°3`16.5" S 80°27.267` (ver figura 1) (Prefectura de Manabí, 2015).

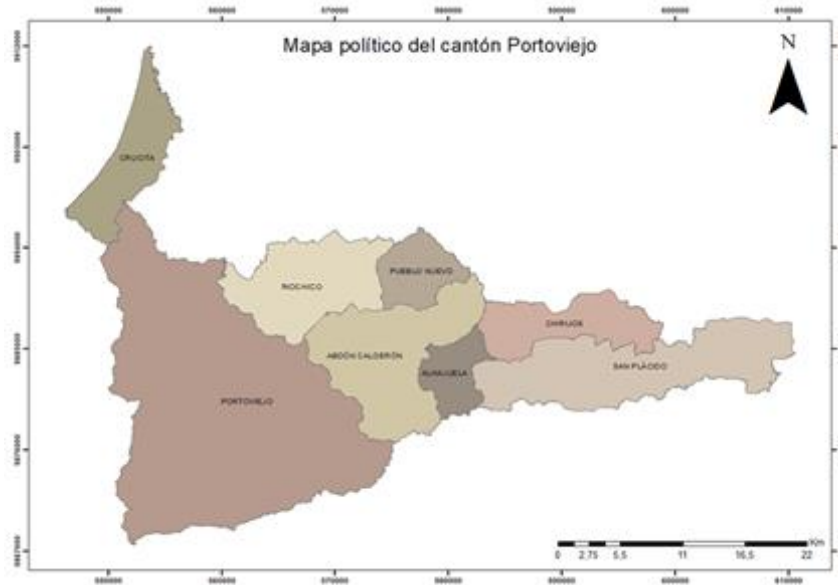


Figura 1 Mapa de la ciudad de Portoviejo

Fuente. Elaboración propia

3.2. DURACIÓN

Para la siguiente investigación se tomó en consideración 65 semanas, empezando desde el 10 de octubre del 2022 y culminando el 26 de diciembre del 2023.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación, se realizó una búsqueda bibliográfica sobre metodologías que tienen relación con el tema de estudio, de las cuales se pudieron identificar seis, estas fueron: Aristizábal y Quiroz, 2015; Blanco y Font, 2018; Moreno et al., 2019; García, 2019; Blanco y Font, 2021 y Moreno et al., 2021, cabe indicar que estas presentan los elementos y componentes metódicos necesarios (ver tabla 1).

Tabla 1 Referencias Metodológicas

Aristizabal y Quiroz (2015)	Blanco y Font (2018)	Moreno et al. (2019)
1. Análisis de práctica, procesos y estrategias de servicios	1. Caracterización del hotel y el área de alimentos y bebidas.	1. Preparación inicial.
2. Identificación de procesos de calidad de los servicios	2. Identificación de los subprocesos del área de alimentos y bebidas.	2. Caracterización y diagnóstico.
3. Posibles estrategias para el desarrollo empresarial	3. Esquematación de los subprocesos identificados.	3. Evaluación de los servicios.
	4. Medición del desempeño del proceso de alimentos y bebidas mediante indicadores seleccionados.	4. Mejora
García (2019)	Blanco y Font (2021)	Moreno et al.(2021)
5. Diagnosticar el servicio de las áreas de operación de alojamiento	1. Diagnóstico en el nivel de satisfacción y perspectiva del cliente.	1. Comportamiento.
6. Determinar la calidad del servicio de la gestión hotelera y el nivel de satisfacción de los clientes	2. Evaluación del nivel de satisfacción.	2. Diagnóstico.
7. Proponer las mejoras de la gestión de la calidad de operación	3. Diseño de estrategias en relación al nivel de satisfacción.	3. Estrategias de solución.
		4. Evaluación, normalización y documentación de soluciones

Fuente. Elaboración propia

I. **Caracterización de la calidad del servicio en hoteles urbanos y rurales en Santa Rosa de Cabal. Aristizábal y Quiroz (2015)**

La presente metodología tuvo como objetivo la caracterización de la calidad de los servicios prestados en dichos establecimientos, analizando la peculiaridad de la ejecución de la calidad de servicios en la práctica de las áreas administrativas para el mejoramiento del desarrollo organizacional de las empresas que brindan alojamientos del servicio público y se implementa una matriz de estrategias para encontrar solución a los ítems con mayor densidad en vulnerabilidad encontradas en las herramientas de recopilación de información.

II. Calidad del servicio en el proceso de alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. Blanco y Font (2018).

Proponen una metodología con el fin de evaluar la calidad de servicio en cuanto al área de alimentos y bebidas de un establecimiento hotelero en Manta, todo esto para mejorar aspectos necesarios del mismo, además se plantean diversas herramientas científicas como: entrevista, diagrama de flujos, criterio de especialista, esta metodología se puede ejecutar en empresas hoteleras con rasgos similares, todas las fases que se encuentran en el cuadro de propuesta metodológicas contribuyen a la identificación de brechas que contribuye con los servicios y calidad.

III. Evaluación y mejora de la satisfacción del cliente. Aplicación de la DTMO en el servicio nauta hogar. Moreno et al. (2019).

La siguiente Metodología tiene como objetivo un requerimiento de la aplicación de diversos instrumentos científicos de la investigación del nivel teórico, empírico y estadístico. El análisis y síntesis de la bibliografía mediante el estudio de procesos, permitió el tratamiento y resumen de la información, determinó las características, resultados, además de establecer los nexos internos, el orden lógico y las principales características derivadas del análisis. La inducción - deducción permitió realizar generalizaciones con respecto a las posiciones teóricas, para llegar a nuevas conclusiones acerca del objeto de investigación. El sistémico-estructural: favorece a la elaboración y aplicación de la metodología en nivel empírico: Entrevista, observación directa, revisión documental criterios de expertos (método de concordancia y Kendall, método Delphi) y encuestas.

IV. Evaluación del servicio de alojamiento turístico para mejorar la calidad de la gestión hotelera de la ciudad de Manta. García (2019)

La siguiente metodología tuvo como objetivo evaluar los servicios en las áreas de operación turística para la mejora de la calidad de la gestión hotelera de la ciudad de Manta, inició con la aplicación de la investigación bibliográfica que permitió indagar los temas relevantes de la temática planteada. Diagnosticar el servicio de las áreas de operación de alojamiento turístico de la ciudad de Manta, también se determinó la calidad del servicio de la gestión hotelera y el

nivel de satisfacción de los clientes por medio de la encuesta realizada del modelo SERVQUAL y por último se propuso las mejoras de la gestión de la calidad de las de operación en los hoteles seleccionados de Manta.

V. Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. Blanco y Font (2021).

Diseñaron una metodología que exponen aspectos necesarios que son de utilidad para la práctica, estos métodos, técnicas e instrumentos que se encuentran dentro de la misma son: muestreo, análisis de frecuencia y diseño de una matriz de caracterización del producto, todo esto con el fin de dar una orientación clara a través de estrategias, procesos y los trabajadores, por otra parte, un objetivo claro de esta metodología es demostrar lo erróneo sobre la calidad de servicio por servicio de calidad.

VI. Procedimiento para mejorar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en hoteles. Moreno et al. (2021).

Proponen una metodología que sea capaz de mejorar la calidad de servicios en el área de alimentos y bebidas en un establecimiento hotelero donde utilizan el criterio de expertos como método principal, así como también las herramientas de la encuesta y entrevista, esto permitió identificar esos aspectos negativos en cuanto a la satisfacción del cliente en el área de restauración como la falta de personal capacitado, falta de organización en la parte de servicios.

Teniendo en cuenta los antecedentes anteriores de las metodologías seleccionadas, se escogió la investigación de Blanco y Font, puesto que era la más cercana a las variables del estudio, es preciso resaltar que brindó las pautas necesarias para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

3.4. METODOLOGÍA

Una vez analizadas todas las metodologías expuestas por cada autor y al comparar las similitudes, se estableció el diseño del modelo metodológico con sus respectivas fases, actividades y herramientas, que se utilizaron en la ejecución de la investigación (ver tabla 2).

Tabla 2 Proceso Metodológico

FASES/ETAPAS	ACTIVIDADES	MÉTODOS/TÉCNICAS/HERRAMIENTAS
FASE 1.- Caracterizar los establecimientos hoteleros	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar el área de estudio ➤ Levantar la información de los hoteles seleccionados ➤ Realizar el análisis estratégico de la calidad de servicios en los hoteles 	<p>Método: Analítico - sintético</p> <p>Técnicas: Revisión bibliográfica y documental, visita de campo, observación directa, entrevista.</p> <p>Herramientas: Catastro turístico, ficha de caracterización, matriz Foda, ArcGIS, matriz de involucrados, cuestionarios.</p>
FASE 2.- Evaluación del nivel de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Medir la calidad del servicio en los hoteles seleccionados ➤ Analizar las deficiencias detectadas en la evaluación de la calidad de servicio 	<p>Métodos: Analítico - sintético - descriptivo</p> <p>Técnica: Visita de campo, encuesta.</p> <p>Herramientas: Programa estadístico SPSS, cuestionarios</p>
FASE 3.- Diseño de estrategias en relación al nivel de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recopilar el criterio de expertos para seleccionar las estrategias de mejora ➤ Determinar estrategias de mejora de la calidad de servicio para los hoteles de Portoviejo 	<p>Método: Analítico - sintético</p> <p>Técnica: Criterio de expertos, Brainstorming</p> <p>Herramientas: Ficha de expertos</p>

Fuente: Elaboración propia

3.4.1. FASE I. CARACTERIZAR LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Actividad I. Descripción del área de estudio

En la primera fase de esta actividad se realizó una identificación del área de estudio tomando en cuenta el catastro turístico del MINTUR (2023) para identificar los establecimientos hoteleros de la ciudad de Portoviejo y el Plan de Ordenamiento Territorial PDYOT del GAD de Portoviejo (2018), se identificaron los siguientes establecimientos (ver tabla 3).

Tabla 3 Hoteles de la zona urbana de Portoviejo

Nombre del establecimiento	Calificación	Categoría
Ceibo Real	Hotel	Cuatro estrellas
Gran Senador	Hotel	Cuatro estrellas
Casa Lolita	Hotel	Cuatro estrellas
Ceibo Dorado	Hotel	Tres estrellas
Platanal	Hotel	Tres estrellas
Máximo	Hotel	Dos estrellas

De estos se seleccionó hoteles por categoría que se encuentren ubicados en el centro de Portoviejo, en esta etapa se detallaron los puntos generales y los límites de la ciudad de Portoviejo y posterior a eso se analizó los componentes más importantes como el económico, político y el social donde se evidencia la situación actual de la ciudad de Portoviejo en la dinámica turística. Para el desarrollo de esta actividad se aplicó el método analítico sintético completándolo con revisión bibliográfica y documental, para entender la naturaleza de los acontecimientos que han moldeado la realidad actual del territorio bajo un ejercicio de recopilación de información a partir de una observación de campo.

Actividad II. Levantar la información de los hoteles seleccionados

La segunda actividad consistió en la descripción de los cinco hoteles seleccionados en la ciudad de Portoviejo (Hoteles Ceibo Real, Ceibo Dorado, Gran Senador, Platanal y Máximo), aquí se detalla su ubicación y georreferenciación a través de la herramienta de ARCGIS, además se contrastó la información con el resultado del catastro turístico y mediante una ficha de caracterización se determinó el estado actual de cada uno de ellos, lo que permitió conocer su calidad de servicio. En esta actividad se utilizó el método descriptivo al momento de describir las características de los hoteles, mecanismo que permitió identificar las certificaciones o distinciones otorgadas, ello contribuyó a precisar los factores que influyen el desarrollo del mismo.

Actividad III. Realizar el análisis estratégico de la calidad de servicios en los hoteles de Portoviejo

En este apartado se realizó una evaluación detallada de los servicios que ofrecen los hoteles en la ciudad, considerando como aspecto clave la atención al cliente. Para llevar a cabo este análisis, se utilizarán diferentes herramientas y técnicas como visitas en situ, entrevistas, catastro y fichas de caracterización, asimismo, se aplicó una matriz FODA donde se determinaron y analizaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenaza de los hoteles seleccionados de Portoviejo correspondiente a los resultados anteriores y a través de una ponderación se pudo determinar los principales factores positivos y negativos que influyen en el desarrollo de la investigación. El objetivo final es identificar áreas de mejora en los servicios hoteleros de Portoviejo y desarrollar estrategias para elevar la calidad general de la experiencia de los usuarios.

3.4.2. FASE II. EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN

Actividad I. Medir la calidad del servicio en los hoteles seleccionados

En esta actividad se realizó el diagnóstico mediante las encuestas realizadas a los clientes, las respuestas detallaron si se están cumpliendo las expectativas y de qué manera están percibiendo la calidad de los servicios de los cinco hoteles estudiados de la ciudad de Portoviejo.

Es necesario mencionar que el número de preguntas que se aplicó en la encuesta fueron consideradas dentro de las tres dimensiones fundamentales del modelo HOTELQUAL, las mismas que son: La evaluación del personal, la evaluación de las instalaciones y funcionamiento, la organización del servicio. Para identificar la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra buscado 1,96

Z" = Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)" 1,96

e = Error de estimación máximo aceptado 5%

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) 50%

$q = (1 - p)$ = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado 50%

$n = 384,16//$

$n = 384//$

Se obtiene que el número de encuestas propuestas es de 384, este resultado según la fórmula de muestra es infinita considerando que el valor N es la población desconocida y está dirigida a los establecimientos hoteleros y a los clientes que hacen uso de las instalaciones de los hoteles seleccionados, de acuerdo al resultado, se analizó cuál es el grado de satisfacción del cliente y cuál es la calidad que brindan los hoteles de la ciudad de Portoviejo.

Dentro de esta misma etapa se procesó la información recolectada en base a los instrumentos aplicados y así determinar los resultados de las encuestas para esto se utilizó el programa estadístico SPSS, esta actividad permitió determinar cuál es el nivel de satisfacción y las perspectivas que tiene el cliente sobre la calidad de los servicios que ofertan los hoteles de la ciudad de Portoviejo.

Actividad II. Analizar las deficiencias detectadas en la evaluación de la calidad de servicio

Dentro de esta actividad se detectaron las diferentes deficiencias en la información recopilada en las encuestas que se realizaron a los clientes de los hoteles de la ciudad de Portoviejo, y se determinó las problemáticas lo que permitió conocer en qué aspectos deben enfocarse para mejorar la calidad de servicio en el área de estudio, para esto se aplicaron los métodos analítico sintéticos y descriptivo.

3.4.3. FASE III. DISEÑO DE ESTRATEGIAS EN RELACIÓN AL NIVEL DE SATISFACCIÓN

Actividad I. Recopilar el criterio de expertos para seleccionar las estrategias de mejora

Dentro de esta actividad se condensaron las deficiencias levantadas en las encuestas que se realizaron a los clientes de los hoteles seleccionados, y se identificaron las problemáticas que permitió conocer en qué aspectos se debe enfocar para mejorar la calidad de servicio en los hoteles objeto de estudio, para esto se aplicaron los métodos analítico sintético y descriptivo.

Para las estrategias de mejora, se tomaron las propuestas expuestas por los investigadores Trindade da Silva, et al. (2015), y Melave y Tipan (2019), con los cuales se estructuró un listado de estrategias que fue puesto a consideración de un grupo de expertos elegidos entre profesionales de la Cámara de Turismo, la Dirección Provincial de Turismo y docentes de la ESPAM MFL con la finalidad de generar un equilibrio entre las especialidades para llevar a cabo la correcta validación de estrategias.

Actividad VIII. Determinar estrategias de mejora de la calidad de servicio para los hoteles de Portoviejo

Una vez seleccionadas minuciosamente las estrategias según el criterio de los expertos, se llevó a cabo un proceso detallado de fundamentación para consolidar y enriquecer las propuestas seleccionadas. Cabe indicar que, este paso implicó analizar exhaustivamente cada estrategia elegida para asegurar su eficacia en la resolución de las problemáticas presentadas en los hoteles objeto de estudio. Esta fase es esencial, ya que asegura que las estrategias propuestas estén alineadas, permitiendo maximizar así sus posibilidades de éxito y optimizando su impacto en el contexto operativo.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El capítulo de resultados se basa en la ejecución y el desarrollo de las fases y actividades que se establecieron para la investigación, el cual comienza con un diagnóstico del área de estudio, luego se continúa con una evaluación del nivel de satisfacción, usando como herramienta el modelo HOTELQUAL para medir la calidad de servicios de los establecimientos hoteleros y culminando con el diseño de estrategias que ayuden a mejorar la calidad de servicios en los hoteles de la ciudad de Portoviejo.

4.1. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE ESTUDIO

Para llevar a cabo esta fase se recurrió al método analítico sintético, considerando las herramientas del catastro emitida por el MINTUR, la ficha de caracterización dirigidas a los principales actores de los hoteles, también, se aplicó una matriz de involucrados tomando en cuenta las entidades gubernamentales, acompañado de una matriz FODA, que se centra en estas entidades antes mencionadas, visitas de campo entre otras, para así determinar la calidad del servicio que existe en los hoteles de la ciudad de Portoviejo.

4.1.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

Para el cumplimiento de esta primera actividad se consideró la información documental del Plan de Ordenamiento Territorial PDYOT del GAD de Portoviejo (2018), y el catastro turístico del MINTUR (2023). En donde se describen datos generales del área de estudio para la realización de la caracterización y cada uno de los componentes que los conforman, tales como el económico, político y social.

Tabla 4 Información general de Portoviejo

Fundación de Portoviejo	- 12 de marzo de 1535
Límites	- Norte: Rocafuerte, Junín, Bolívar, Sucre - Sur: Santa Ana - Este: Pichincha y Santa Ana - Oeste: Montecristi y el Océano Pacífico
Elevación	- De 0 a 600 msnm
Demografía	- 280 029 habitantes

Temperatura	- 24-36°C
Pluviosidad	- 300 milímetros al año
Hidrografía	- Río Portoviejo
División política	- 16 parroquias- 9 urbanas- 7 rurales
Zona administrativa	- 4

Fuente. Elaborado por los autores a partir del PDYOT de Portoviejo (2018)

Se plantea una revisión de la actividad turística en Portoviejo, se observó que este ámbito tiene un aumento en los destinos de ríos y turismo religioso, sin embargo, un hecho muy preocupante al momento de hacer turismo es la contaminación, principalmente en las laderas de los ríos, lugares concurridos por muchos turistas locales, y es así que la mayoría de estos lugares se encuentran en abandono debido a la contaminación que existe en los mismos.

- COMPONENTE ECONÓMICO

Las actividades económicas que representan al cantón Portoviejo están conformadas por diversos sectores y subsectores, dentro del sector primario se encuentra la actividad agropecuaria en primer lugar es considerada una de las actividades primordiales de ingreso en la población, consiguiente del desarrollo de minas y canteras. Analizando el sector secundario se obtuvieron como actividades la construcción, las industrias manufactureras y para culminar están los servicios personales, dentro de los que están las actividades turísticas, junto a los servicios vinculados con la producción. A continuación, se presenta un cuadro donde se detalla cada actividad (ver tabla 5)

Tabla 5 Componente Económico de Portoviejo

Sectores/subsectores	VAB	Personas
Primario	\$76.470,47	16.203
Actividad Agropecuaria	\$76.378,95	16.103
Explotación de minas y canteras	\$91,52	100
Secundario	\$427.959,41	14.140
Construcción	\$387.246,20	7.957
Industrias manufactureras	\$40.713,20	6.183

Terciario	\$787.713,20	6.183
Servicios personales y sociales (Turismo)	\$340.105,61	27.698
Servicios vinculados con la producción	\$447.264,62	33.752
TOTAL GENERAL	\$1.291.800,11	91.723

Fuente. Elaborado por los autores a partir del PDYOT Portoviejo (2018).

Es preciso señalar que, en lo que concierne al sector primario o agrícola, su producción se encuentra basada en cultivos de ciclo corto como lo son hortalizas, legumbre, cacao, café y plátano, de igual manera también aparecen cultivos emergentes de alta potencialidad como las plantaciones de cítricos y frutas tropicales.

En relación con servicios aparece el sector del turismo como un servicio altamente dinámico, que comprende todo el territorio del cantón, aunque con énfasis y diferentes modalidades como: rural-productivo-cultural y de sol y playa. La posición del cantón en este sentido es de un espacio de concentración de flujos turísticos por sus diversos sitios con particularidades turísticas, sin embargo, a pesar que la práctica turística es un eje dinámico, existen otras actividades las cuales aportan económicamente al cantón (ver tabla 6).

Tabla 6 Actividades Económicas de Portoviejo

Parroquia	Actividad agropecuaria	Explotación de minas y canteras	Construcción	Industrias manufactureras	Servicios personales y sociales	Servicios vinculados con la producción
Portoviejo	9,2%	0,1%	9,7%	7,0%	33,4%	40,6%

Fuente. Elaborado por los autores a partir del PDYOT Portoviejo (2018).

Portoviejo o el cantón en general según datos del instituto Nacional de estadísticas y Censo (INEC, 2010), es el más poblado de la zona 4, por lo que, la generación de bienes y servicios, tienen una gran demanda, lo que influye en que las actividades del sector terciario, sean las primordiales fuentes de ingresos económicos.

Es preciso resaltar que el sector que más valor genera y más personas emplea es el terciario, donde entre los servicios personales y sociales abarcan el 33,4%, y los servicios vinculados con la producción con un 40,6%, genera un VAB de 787.370,23

y emplean a 61.450 personas. Dentro de estos servicios aparece el sector del turismo como un campo altamente dinamizado, que se posiciona en un espacio de concentración, aunque también cuenta con atractivos de gran potencial, pero poco desarrollado.

- COMPONENTE POLÍTICO

La capital de los manabitas en cuanto a división política está dividida por 13 parroquias entre ellas: 7 urbanas las cuales son las siguientes: Andrés de Vera, 12 de marzo, Colon, Portoviejo, Picoazá, San Pablo y Simón Bolívar; y 7 rurales las cuales son las siguientes: Alajuela, Abdón Calderón, Chirijo, Río Chico, San Plácido, Crucita y Pueblo Nuevo.

Además, el cantón Portoviejo recibe aportes por parte del gobierno provincial de Manabí y sus siete consejos parroquiales rurales, así mismo el cantón tiene un jefe de estado (alcalde) y en las parroquias existen jefes quienes se encargan de coordinar la seguridad en conjunto con la policía. Al mismo tiempo, también existen agencias descentralizadas que se encargan de Implementar políticas departamentales, departamentos administrativos como el departamento de vivienda y urbanismo, salud, educación, turismo, medio ambiente, etc. quienes también aportan a mantener el orden en los diferentes segmentos dentro del cantón (GAD Portoviejo, 2018).

En cuanto a la capacidad financiera del GAD cantonal según el Ministerio de Economía y Finanzas (2020) los mejores periodos financieros en Portoviejo fueron en el segundo semestre del 2017 y 2018. Para el año 2020 se estima que fue el cuarto mejor periodo económico del cantón a pesar de haber atravesado la pandemia de Covid 19, este año se llevaron a cabo diferentes inversiones y proyectos a cargo de la dirección financiera en donde se destinaron 10,552,500.00 en temas relacionados a la ejecución del portafolio institucional de programas, proyectos y planes operativos. El presupuesto de Portoviejo proviene principalmente de la tasa de ocupación, impuesto territorial, préstamos a bancos de los estados, de alguna red internacional o ingresos provenientes del gobierno central del Ecuador.

Otras inversiones realizadas en el cantón de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial el GAD de Portoviejo son dirigidos mayormente a la reconstrucción urbana, ha dado precedencia a los servicios públicos (alcantarillado, alumbrado público, vías, internet, entre otros), y a la sostenibilidad de los espacios públicos (parques, aceras y bordillos, malecones y plaza), y en la parte rural de la ciudad se ha ido generando vías de acceso, alumbrado público, sistema de alcantarillado, red de agua potable y acondicionamiento de espacios de recreación y deporte como canchas, parques, balnearios, miradores. Haciendo hincapié en el sector hotelero tiene destinado presupuesto para la mejora de la calidad en los servicios brindados, ya que la ciudad de Portoviejo cuenta con una gran oferta de oferta de atractivos y recursos turísticos, en su gran mayoría se encuentra en desarrollo, por lo que el GAD direcciona para el turismo un 10% de su presupuesto, para el desarrollo turístico urbano y rural (GAD de Portoviejo, 2018).

- COMPONENTE SOCIAL

Según el INEC (2023), la capital de los manabitas cuenta con 322.925 habitantes siendo esta la ciudad más poblada con un 40% de la población total de la provincia. En otras palabras, en el caso de las zonas rurales del cantón cuenta con mayor densificación más concentración y a menor rango densificación más dispersión, como se analizará en la siguiente tabla a continuación:

Tabla 7 Componente Social de Portoviejo

Núcleo o asentamiento	Población	Extensión km	Densidad bruta
Portoviejo	223086	414,8	538

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos (2023)

En términos generales, la capital de los manabitas tiene una población bastante numerosa en comparación con la extensión del territorio. De acuerdo con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (2022) el cantón Portoviejo, posee una población económicamente activa, de los cuales el 91.71% están ocupados, indicando que estas ejercen una labor remunerada, ciertamente la ciudad de Portoviejo es una de la más activa en trabajos y emprendimientos a nivel nacional y tan solo un 8.29% no cuenta con una actividad laboral, ya que buscan trabajo por primera vez.

Por otra parte, en cuanto a la calidad y accesos a servicios públicos, el cantón Portoviejo dispone de una cobertura eléctrica del 96,35% indicando que casi en su totalidad el territorio cuenta con el servicio de luz, sin embargo, se debe resaltar que menos del 78% de los habitantes tienen acceso a agua potable, además, las viviendas que tiene servicio de alcantarillado se encuentran por debajo del 60% y, en cuanto al servicio de recolección de basura la ciudad tiene una cobertura del 79% (Martínez y Zambrano, 2023) se puede denotar que no hay un acceso totalmente garantizado a todos servicios básicos que son esenciales para los residentes

En lo que respecta al área de salud, conforme al Ministerio de Salud Pública (MSP) en el cantón Portoviejo se establecen 2 hospitales generales, 34 centros de salud y cinco dispensarios del seguro social, cabe indicar que existen factores que interviene en la buena atención hacia la salud, como lo es poca accesibilidad en los espacios rurales, por causa de que los caminos se encuentran en mal estado. En la dimensión educativa, el territorio cuenta con 631 infraestructuras educativas, (373 fiscales, 6 municipales, 13 fiscomisionales y 239 particulares) de las cuales el 70,68% se agrupan en la parte urbana (Martínez y Zambrano, 2023).

4.1.2. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE LOS HOTELES SELECCIONADOS

Para el desarrollo del levantamiento de información se inició con una revisión del catastro turístico, en el cual, se pudo evidenciar que dentro del cantón Portoviejo se encuentran registrados 6 establecimientos de alojamiento en la zona urbana del cantón, mismos que poseen categorías de cuatro, tres y dos estrellas. Para una mayor fiabilidad de la información se acudió de manera presencial, llevando a cabo la aplicación de fichas técnicas para caracterizar las instalaciones (ver anexo 1) A continuación se detallarán de manera jerárquica los hoteles con sus respectivas características:

Tabla 8 Caracterización del Hotel Ceibo Real

Nombre del establecimiento	Ceibo Real
Nombre del propietario/encargado	Vera Vera Ausberto Oliver

Tipología	Hotel
Categoría	Cuatro Estrellas
Dirección	AV. Manabí y Juan Pío Montufar
Teléfono	052630544
E-mail	gerencia@hotelceiboreal.com.ec
Redes sociales donde cuentan con presencia	Facebook – Instagram – tik tok
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón
Número de pisos	3 pisos altos y planta baja
Número de habitaciones	43 habitaciones
Años de funcionamiento	16 años
Número de empleados	14 empleados
Certificaciones o distinciones otorgados	Calidad Ecuador Quality

Fuente. Elaborado por los autores del proyecto

El hotel Ceibo Real cuenta con 43 habitaciones, las cuales están divididas en, 15 habitaciones simples, 10 habitaciones triples/familiares, 10 habitaciones dobles, 5 habitaciones para personas con capacidades especiales, 3 suites presidenciales, un restaurante dentro del hotel. También cuenta con; habitaciones insonorizadas, generador de emergencias, parqueadero, ascensor para uso de los clientes, áreas exclusivas para uso del personal, una entrada principal del huésped al área de recepción, internet en todo el establecimiento (Habitaciones, áreas de uso común), habitaciones con aire acondicionado, caja de seguridad, agua caliente, baño privado, tv por cable, frigo bar y un abastecimiento de amenities de uso personal y limpieza, por último, el hotel cuenta con otros servicios que se acoplan a los requerimientos de los clientes.

Tabla 9 Caracterización del Hotel Gran Senador

Nombre del establecimiento	Gran Senador
Nombre del propietario/encargado	Murillo Farías María Eugenia
Tipología	Hotel
Categoría	Cuatro estrellas

Dirección	Morales 1001 Pedro Gual y 10 de agosto
Teléfono	0961765008
E-mail	senadorgranhotel@gamil.com
Redes sociales donde cuentan con presencia	Facebook e Instagram
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón
Número de pisos	4 pisos
Número de habitaciones	27 habitaciones
Años de funcionamiento	13 años
Número de empleados	15 empleados
Certificaciones o distinciones otorgados	Certificación del Ministerio de Turismo

Fuente. Elaborado por los autores del proyecto

El hotel Gran Senador ofrece a los huéspedes, 15 habitaciones simples, cinco habitaciones triples/familiares, cinco habitaciones dobles y dos suites, cabe indicar que todas las habitaciones son tipo departamento, además, se cuenta con un bar dentro del establecimiento, asimismo disponiendo con servicios de internet en todas las habitaciones e instalaciones, aire acondicionado, lavandería, área de vestíbulo, áreas exclusivas para el uso del personal. De igual forma las habitaciones cuentan con agua caliente, baño privado, teléfono, tv por cable, amenities de limpieza (uso personal) y frigo bar en cuatro habitaciones. Por último, en las instalaciones del hotel se encuentran visibles las señalizaciones de salidas de emergencia.

Tabla 10 Caracterización del Hotel Ceibo Dorado

Nombre del establecimiento	Ceibo Dorado
Nombre del propietario/encargado	Vera Vera Ausberto Oliver
Tipología	Hotel
Categoría	Tres estrellas
Dirección	Espejo S/N Pedro Gual
Teléfono	052657080
E-mail	gerencia@hotelceibodorado.com.ec
Redes sociales donde cuentan con presencia	Facebook – Instagram
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón

Número de pisos	6 pisos
Número de habitaciones	50 habitaciones
Años de funcionamiento	12 años
Número de empleados	18 empleados
Certificaciones o distinciones otorgados	Calidad Ecuador Quality

Fuente. Elaborado por los autores del proyecto

El hotel Ceibo Dorado, cuenta con 29 habitaciones simples, nueve habitaciones triples/familiares, siete habitaciones matrimoniales, dos suites junior, dos habitaciones para personas con discapacidad y una suite presidencial. Además, cuenta con un bar restaurante dentro del hotel, generador de emergencia, ascensor, acondicionamiento térmico dentro de las instalaciones, lavandería, área de vestíbulos, centro de negocios con servicios de internet, área para el uso del personal, entradas diferenciales para los huéspedes y el personal de servicio, habitaciones con internet, instalaciones insonorizadas, frigo bar, acondicionamiento térmico, teléfono, tv por cable, baño privado y caja de seguridad. A su vez, pone a disposición todos los requerimientos que el cliente necesite excluyendo el transfer in/out y la disponibilidad de sillas de ruedas.

Tabla 11 Caracterización del Hotel Platanal

Nombre del establecimiento	Platanal
Nombre del propietario/encargado	Tamayo Triviño Jorge Kleber
Tipología	Hotel
Categoría	Tres estrellas
Dirección	Libertad S/N entre Chile y Ricaurte
Teléfono	0979775225
E-mail	jktamayo@yahoo.com
Redes sociales donde cuentan con presencia	Facebook e Instagram
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón
Número de pisos	2 pisos
Número de habitaciones	19 habitaciones
Años de funcionamiento	14 años

Número de empleados	4 empleados
Certificaciones o distinciones otorgados	Calidad Ecuador Quality

Fuente. Elaborado por los autores del proyecto

Las instalaciones del hotel Boutique Platanal dispone de ocho habitaciones sencillas, cuatro habitaciones dobles, tres habitaciones triples/familiares, una habitación adaptada para personas con discapacidad y tres habitaciones presidenciales. Todas las habitaciones están insonorizadas y ofrecen servicios de bar, restaurante, centro de negocios con acceso a internet, así como estacionamiento, lavandería, áreas exclusivas para el personal, entrada principal para los clientes, recepción y servicio, teléfono, baño privado, agua caliente, TV por cable, suministro de artículos de limpieza y amenidades personales. También se ofrecen servicios personalizados o contratados según las necesidades individuales de cada cliente.

Tabla 12 Caracterización del Hotel Máximo

Nombre del establecimiento	Máximo
Nombre del propietario/encargado	Hidalgo Castillo José Alejandro
Tipología	Hotel
Categoría	Dos estrellas
Dirección	Avenida América S/N Avenida 5 de junio
Teléfono	0992142700
E-mail	Alejandrohidalgo1963@hotmail.com
Redes sociales donde cuentan con presencia	Facebook e Instagram
Estructura constructiva del alojamiento	Hormigón
Número de pisos	3 pisos
Número de habitaciones	28
Años de funcionamiento	19 años
Número de empleados	4 empleados
Certificaciones o distinciones otorgados	Certificación del Ministerio de Turismo

Fuente. Elaborado por los autores del proyecto

El hotel Máximo cuenta con una estructura física similar a la de departamentos, con cinco habitaciones simples, cinco habitaciones dobles, 17 habitaciones triples/familiares y una suite presidencial. Todas las habitaciones están insonorizadas, y el hotel también ofrece dos salones de eventos, un servicio de bar restaurante y un adecuado manejo del generador de emergencias. Sus servicios incluyen internet en las habitaciones y áreas comunes, aire acondicionado, estacionamiento, alquiler de espacios comerciales, áreas exclusivas para el personal, entrada principal y de servicios, baños privados, agua caliente, TV por cables, amenities, y minibar en ciertas habitaciones.



Figura.2 Georreferenciación de los hoteles de la ciudad de Portoviejo

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo con el catastro turístico, se puede identificar 5 hoteles de estudio que se referencian mediante un mapa de ArcGIS, se puede apreciar que estos tienen una cercanía muy relativa, algo que se puede acotar, es que los hoteles Máximo y

Ceibo Real se encuentran ubicados en la Avenida Manabí y Pio Montufar, un lugar muy estratégico de la zona céntrica de la ciudad de Portoviejo al contrario de los hoteles Ceibo Dorado y Gran Senador que se encuentran ubicados en la avenida Pedro Gual 249, a 0,4 km de la zona céntrica de Portoviejo, por último el hotel Boutique Platanal se encuentra en la zona norte de la ciudad por el por el parque de La Rotonda y cerca de la Universidad Técnica de Manabí. En todos se puede dirigir del terminal terrestre de Portoviejo y se puede llegar de una manera muy rápida sea por transporte de buses urbanos o ya sea por servicios de taxi, estas zonas son muy transitables y muy seguras.

- **Certificaciones o distinciones otorgadas**

Los hoteles de la ciudad de Portoviejo cuentan con dos tipos de certificaciones que fueron brindadas por el Ministerio de turismo, una de las certificaciones que tienen en común 3 establecimientos hoteleros es el Sello de Calidad turística que lo obtuvieron mediante una participación de medición de la calidad de los servicios donde participaron 250 establecimientos entre ellos servicios de alojamiento y de restauración. Cabe mencionar que estos establecimientos hoteleros de la ciudad de Portoviejo quedaron entre los 12 establecimientos que recibieron esta certificación, por lo tanto, el Hotel Gran Senador y el Hotel Máximo cuentan con una certificación que otorga el Ministerio de Turismo que esta fue obtenida en la emisión de certificado de registro de turismo por re categorización para alojamiento persona natural o jurídica, por cumplir con todos estos requisitos que impone el Ministerio, mediante a eso obtuvieron la certificación que otorga el Ministerio de Turismo.

4.1.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS HOTELES DE PORTOVIEJO

El análisis estratégico de los hoteles de Portoviejo reveló una serie de hallazgos significativos que ofrecen una visión integral de la situación actual y las oportunidades de mejora en el sector turístico de la ciudad. En particular, se examinaron a los actores claves involucrados, incluido el Ministerio de Turismo y el Municipio Cantonal como principales, con el objetivo de identificar su contribución

al desarrollo y fortalecimiento de la calidad de servicios en los establecimientos hoteleros.

En primer lugar, el Ministerio de Turismo desempeña un papel fundamental en la promoción y regulación del turismo en la región, ya que, a través de sus programas y políticas, el Ministerio tiene la capacidad de influir en la calidad de servicios ofrecidos por los hoteles de Portoviejo, estableciendo estándares, brindando capacitación y apoyando iniciativas de mejora continua. Por otro lado, el Municipio Cantonal también tiene competencias importantes en el ámbito del turismo local. Su papel abarca desde la planificación urbana y el desarrollo de infraestructuras turísticas hasta la regulación de actividades comerciales y el mantenimiento de estándares de calidad en el entorno urbano.

En este análisis también se destaca la utilización de una matriz de involucrados, herramienta la cual permitió recopilar información y especificar de forma más detallada los beneficios y las falencias encontradas sobre la calidad de servicios en los hoteles de la ciudad, la cual fue aplicada a los actores claves a través de entrevistas. (Ver anexo 2)

Tabla 13 Matriz de involucrados

Actores	Intereses sobre la temática	Problemas percibidos	Recursos y mandatos	Conflictos potenciales
Ministerio de turismo	Se basa en el control de las certificaciones y de los permisos en el funcionamiento y división turística	Deficiente control y seguimiento a los productos y servicios turísticos	Producción y difusión de los productos y servicios turísticos, gestión y control de la actividad turística	Débil cooperación entre el sector público y privado de organización y dirección a la hora de imponer los reglamentos cada vez más cambiante en el sector turístico
Municipio cantonal	Se establece en función de las políticas públicas, soberanía política y el control de decisiones financieras, que establecen el movimiento y el crecimiento de la ciudad y en colaboración de la ciudadanía	Falta de cooperación y capacitación a los establecimientos hoteleros	Accesibilidad vial y promoción turística	Conflictos de planificación social en el sector público y privado

Ministerio de salud	Se basa en proveer servicios de atención médica al público en general.	Falta de eficiencia en el servicio y atención al cliente	Proveer atención médica a través de centros de salud, hospitales.	Provisión de limitada de atención médica a la población en general por limitaciones en personal y medicamentos
Ministerio de ambiente	Basada en el cuidado y protección del ambiente y áreas protegidas a nivel nacional.	Deficiente planificación ambiental	Protección y cuidado en pro de la sostenibilidad ambiental	Normativas caducas, cruce de competencias con organismos seccionales.

Fuente. Elaborado por los autores

De acuerdo a lo establecido, es posible reconocer los intereses en el trabajo en curso, apoyando las ideas en una descripción por cada actor a la gestión turística de acuerdo con la productividad social y económica de las localidades, así como el proceso de calidad emprendido por los organismos y su papel de promotores en el crecimiento de la capacidad hotelera y activación turística del territorio.

o **Intereses sobre la problemática**

Las organizaciones y los actores turísticos tienen intereses comunes en el desarrollo de las áreas relacionadas con la región central de la provincia de Manabí y en los problemas que surgen en beneficio de la sociedad. Porque se acepta como una forma de desarrollo comunitario. Es decir, es necesario establecer una gestión adecuada para lograr los resultados de manera sostenible.

o **Problemas percibidos**

Según las organizaciones pertinentes, los mayores problemas de las actividades turísticas son la mala planificación turística, las relaciones sociales y la falta de cooperación entre las organizaciones. Un alto grado de precisión indica que se trata de historias claras que se presentan en los negocios y el turismo. Por lo tanto, es importante implementar una gestión y políticas adecuadas para aumentar la satisfacción de todas las partes interesadas.

o **Recursos y mandatos**

Por otra parte, los actores que se mencionaron en la matriz anterior están involucrados en el manejo adecuado de sitios en la ciudad de Portoviejo, también

quieren apoyar el desarrollo de sitios que puedan ser manejados de manera amigable con el medio ambiente. O mejorar la accesibilidad. Aprovechando las oportunidades y los recursos de la región, se convierten en actores clave en este esfuerzo de investigación.

o Conflictos potenciales

La deficiente coordinación de las organizaciones locales en las áreas de destino genera conflictos en cuanto a la participación de los turistas debido a los conflictos potenciales que requieren el desarrollo y mantenimiento de reglas de integración social. Por ello, en el marco del modelo de turismo sostenible, se desarrollan políticas y tareas que unen a los participantes por objetivos comunes y en beneficio de la sociedad en su conjunto.

Para llevar a cabo la matriz FODA, fue necesario condensar la información recopilada de las entrevistas a los actores claves del sector hotelero de la ciudad de Portoviejo, así como de las autoridades del cantón, además de la información que se obtuvo mediante una visita de campo, en la que se utilizó fichas de caracterización permitió evidenciar los puntos más importantes, mismos que se detalla (ver tabla 14)

Tabla 14 Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● Diversificación de servicios con valor agregado y factor diferencial ● Ubicación estratégica cercano a los principales recursos de Portoviejo ● Infraestructura tecnológica moderna en la hotelería de 2 a 3 estrellas ● Poder de negociación con los proveedores para disminuir los costos y mejorar las condiciones del servicio ● Cuentan con certificaciones de calidad de servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ● Nueva segmentación turística extranjera en busca de turismo alternativo ● Asociación y acuerdos multilaterales con las operadoras turísticas en las principales ciudades del país ● Accesibilidad para buscar financiación en instituciones bancarias privadas y públicas
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Personal poco capacitado en los procesos de atención de calidad ● Deficiente aplicación de los procesos de producción ● Deficiente gestión de los recursos internos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ● Déficit en las políticas públicas para el sector hotelero ● Cambios estructurales de la gestión de las políticas públicas para determinar la calidad hotelera ● Fenómenos naturales

- Parqueaderos limitados genera incomodidad
- Inestabilidad económica en el país
- Inexistencia de manuales de procesos

Fuente. Elaborado por los autores del proyecto

- Análisis estratégico

Cómo se logra observar el análisis estratégico se destaca de un estudio a partir de la matriz de involucrados con la finalidad de poder calificar y detectar si las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas tienen relación en sus efectos directa o indirectamente a las empresas hoteleras. En ese sentido, fue necesario analizar los factores internos y externos, con el propósito de identificar las problemáticas y así brindar las soluciones estratégicas (Ver tabla 15).

Tabla 15 Factores principales

Ejes	Factores principales
Fortaleza principal	Cuentan con los requerimientos necesarios para las certificaciones de calidad
Debilidad principal	Personal poco capacitado en los procesos de atención de calidad
Oportunidad principal	Asociaciones y acuerdos multilaterales con las operadoras turísticas de las principales ciudades del país
Amenaza principal	Déficit en las políticas públicas para el sector hotelero

Fuente.: Elaborado por los autores

En lo que respecta el análisis de la matriz DAFO sobre la información de las condiciones de calidad en los hoteles en la ciudad de Portoviejo, se hizo una evaluación con la finalidad de identificar los factores principales del objeto de estudio.

La principal fortaleza de los hoteles objeto de estudio hace referencia a los certificados y sellos de calidad de servicios que poseen, 3 de los 5 hoteles tienen certificación y los otros dos sellos de calidad, lo que permite mejorar la percepción de la demanda, por otro lado la principal debilidad de los hoteles es la poca capacitación en temas relacionados a procesos de calidad de servicio, al no saber cómo se realizan estos procesos no se podrá obtener la satisfacción necesaria que evidencie la calidad de estos alojamientos, la principal oportunidad es que cuentan con los requerimientos necesarios para optar por una certificación por último su

principal debilidad son los déficits de las políticas públicas para el sector hotelero lo que limita las acciones que realizan las administraciones para un bien común.

- Problema estratégico

Si el déficit en las políticas públicas para el sector hotelero sigue creciendo y no se tiene en cuenta que existe personal poco capacitado en los procesos de atención en los servicios al cliente, entonces aún potenciando a tope la infraestructura de servicios, no se podrá aprovechar los recursos del talento humano para asegurar la satisfacción de los clientes.

- Solución estratégica

Si se intuye con agilidad la información de la legislación en el sector hotelero se darían capacitaciones al personal poco experimentado en los procesos de calidad de servicio, y al mismo tiempo se fortalecerán en las certificaciones de calidad, y esto se podría aprovechar para cumplir con los requerimientos necesarios para las otorgaciones de certificaciones en calidad de los servicios y de esta forma se minimizaría el déficit en las políticas públicas para el sector hotelero.

4.2. EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN

En esta actividad se aplicó una encuesta a los clientes de los hoteles objeto de estudio de la ciudad de Portoviejo; se consideró la fórmula de población desconocida, dado que no existen datos sobre la demanda real que poseen dichos establecimientos. Para la realización de esta fase se describió los servicios ofertados por parte de los hoteles y así mismo se determinó la herramienta principal para obtener la información, se aplicó 386 encuestas a los clientes de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Portoviejo, las encuestas fueron aplicadas desde el 5 de julio hasta el 25 de julio del 2023 para evaluar la medición de la calidad en sus servicios.

4.2.1. MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Al desarrollar esta actividad se tomó en consideración la medición de la calidad: evaluar las necesidades de los huéspedes, evaluar el funcionamiento de la gestión de la calidad, evaluar las expectativas y satisfacción de los huéspedes, tomando en

consideración aplicar las encuestas basadas en el método HOTELQUAL (ver anexo 2), el cual ayudó a conocer las expectativas del cliente sobre el nivel de satisfacción con los productos o servicios consumidos en el hotel.

4.2.2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.

Al desarrollar esta actividad se tomó en consideración la medición de la calidad: evaluar las necesidades de los huéspedes, evaluar el funcionamiento de la gestión de la calidad, evaluar las expectativas y satisfacción de los huéspedes, tomando en consideración aplicar las encuestas basadas en el método HOTELQUAL (ver anexo 2), el cual ayudó a conocer las expectativas del cliente sobre el nivel de satisfacción con los productos o servicios consumidos en el hotel.

Se consideraron varios artículos relacionados con la calidad de servicios y su influencia en la satisfacción de los clientes enfocados en el modelo HOTELQUAL para identificar las posibles estrategias de mejora para las deficiencias detectadas en la medición de calidad de servicios en los respectivos hoteles de la ciudad de Portoviejo, para aquello se analizaron dos artículos científicos que se relacionan con la propuesta de las estrategias de valorización para las deficiencias detectadas.

Trindade da Silva et al. (2015), propone en el objetivo personal evaluar el grado de implementación de las estrategias de gestión de personas en la hotelería del Nordeste Brasileño. Se llevó a cabo un estudio descriptivo de abordaje cuantitativo en los hoteles de los principales destinos turísticos de cuatro estados del Nordeste de Brasil, el instrumento de recopilación de datos analiza las deficiencias en la hotelería brasileña, para aquello se tomó como muestra 250 hoteles. Algunos se negaron a participar de la investigación y otros accedieron a responder durante el periodo de recopilación de datos, de ese modo, la muestra resultó no probabilística y por conveniencia. Los datos primarios fueron recolectados a través de un trabajo de campo en el lugar con la aplicación de cuestionarios a los gestores de los medios de hospedaje, midiendo cuatro configuraciones de gestión de personas: Meta Racional, Sistema Abierto, Relaciones Humanas y Proceso Interno. Los datos fueron analizados de forma cuantitativa, detectando las deficiencias en los hoteles.

Cabe indicar que las estrategias que propone el artículo de Trindade da Silva son para mejorar la satisfacción de los clientes en la dimensión del personal y reducir por completo las deficiencias antes mencionadas en el servicio brindado en la atención al cliente y así poder garantizar la satisfacción a través de competencias organizacionales e individuales del personal en los hoteles de la ciudad de Portoviejo.

Melavé y Tipán (2019) propone estrategias de mejora en las deficiencias detectadas en la medición de calidad en las dimensiones de instalación y organización en un esquema más participativo, es decir, la infraestructura interna de los hoteles debe estar proporcionado por características de innovación en el acondicionamiento de facilidades para los huéspedes. En este sentido Melave propone las siguientes estrategias de mejora para las deficiencias detectadas por los clientes en la medición de calidad y servicios:

En la dimensión de instalación se propusieron dos estrategias de mejora, orientadas a mejorar el aspecto físico de las habitaciones y áreas en común y garantizar la seguridad al huésped dentro y en las afueras del hotel, estas estrategias fueron diseñadas para mejorar las deficiencias detectadas en la dimensión de instalación por parte de los clientes.

En la dimensión de organización se propusieron, mejorar el tiempo de respuesta a las solicitudes de los clientes, establecer un procedimiento ágil en la atención al cliente y capacitación continua en técnicas de atención al cliente.

El objetivo de las estrategias es mejorar las deficiencias detectadas en las dimensiones antes mencionadas, para lograr aquello se tomaron los fundamentos metodológicos expuestos por los investigadores Trindade da Silva, et al. (2015), y Melave y Tipan (2019), donde a través del análisis de sus investigaciones se pudieron consolidar las estrategias para mejorar las deficiencias detectadas en cada una de las dimensiones del modelo HOTELQUAL.

En el desarrollo de la actividad se realizó una visita de campo en la cual se aplicó la encuesta a los huéspedes para determinar la calidad de los servicios y grado de satisfacción que tienen de los servicios que brindan los hoteles objeto de estudio

hotel Ceibo Real, Gran Senador, Ceibo Dorado, Boutique Platanal y Máximo de la ciudad de Portoviejo, cabe señalar que el direccionamiento de la investigación dirigida a estos cinco hoteles, es debido a que estos establecimientos se encuentra en el área céntrica de la ciudad de Portoviejo.

Al momento de realizar las encuestas no se presentaron inconvenientes, los huéspedes colaboraron de manera muy comedida y expresaron su punto de vista respecto a la calidad de servicios ofertados por los hoteles respectivos, además se tuvo la colaboración del personal de los hoteles para realizar la actividad dentro de sus instalaciones.

En lo que respecta a los resultados obtenidos, para la evaluación de las dimensiones de personal, instalaciones y organización basadas en la media y mediana, se establecen los siguientes parámetros. En el caso de la media, valores cercanos a 5 indican una alta satisfacción, mientras que valores cercanos a 2 denotan una satisfacción moderada.

Por otro lado, la mediana puede ser utilizada para evaluar la tendencia central de los datos, donde valores iguales o cercanos a 4 sugieren una distribución favorable de respuestas, mientras que valores iguales o cercanos a 2 indican una distribución más dispersa o una neutralidad en las respuestas. Es importante considerar que, en ambos casos, tanto la media como la mediana, valores extremadamente bajos podrían ser indicativos de áreas de mejora significativas.

Tabla 16 Medición de la evaluación de la calidad del servicio

Fuente. Elaborado por los autores

4.2.3. ANÁLISIS DE LAS DEFICIENCIAS DESTACADAS EN LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD

Con la aplicación del instrumento de evaluación de la calidad de servicio en los hoteles de la ciudad de Portoviejo se determinó las deficiencias detectadas en cada dimensión operativa de los mismos, siendo las deficiencias principales en lo que respecta al personal de servicio:

Dimensión	Variable	Media	Mediana
Personal	-El personal está dispuesto a ayudarte las 24 horas	2,30	2,00
	-El personal se preocupa de resolver los problemas del cliente	2,30	2,00
	-El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente	4,02	4,00
	-El personal es competente y profesional	2,26	2,00
	-Siempre hay personal disponible las 24 horas para proporcionar al cliente la información cuando la necesita	2,28	2,00
	-El personal es confiable	4,08	4,00
	-El personal tiene un aspecto limpio y aseado	4,18	4,00
Instalaciones	-Las diferentes dependencias e instalaciones resultan agradables	2,33	2,00
	-Las dependencias y equipamiento del edificio están bien conservados	4,18	4,00
	-Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)	2,23	2,00
	-Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)	4,28	4,00
	-Las instalaciones están limpias	4,15	4,00
Organización	-Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente	2,35	2,00
	-Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente	4,24	5,00
	-Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir	2,32	2,00
	-Los diferentes servicios función con rapidez	2,26	2,00
	-Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos	4,18	4,00
	-Se resuelven de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente	4,17	4,00
	-El cliente es lo más importante (lo más importante son los intereses del cliente)	4,15	4,00
-Se presta el servicio según lo contratado	2,30	2,00	

Cabe indicar que 2 de los hoteles evaluados el hotel Máximo y el hotel Boutique Platanal no cuentan con un personal debidamente capacitado para ofrecer este tipo de servicios además de esto a través del análisis se pudo evidenciar que no cuentan con el personal necesario para estar pendiente a las necesidades que requieren los huéspedes, es bueno resaltar que al momento de resolver dudas o problemas que el cliente tiene también existen muchas falencias, ya que el personal no se preocupa o esmera en resolver las dudas que el cliente tiene al momento de hospedarse. Siguiendo la pregunta de que si existe un personal competente y profesional, en 3 de los 5 hoteles de la investigación (Boutique Platanal, Gran Senador y Máximo) se señala que pocos poseen un título en turismo o hotelería, algo que se ve reflejado en su bajo conocimiento respecto a calidad ofrecida, ya por último en la variable del personal disponible las 24 horas para proponer

información al cliente, en estos mismos hoteles el personal no está disponible las 24 horas, además es necesario recalcar que en los hoteles Ceibo Real y Ceibo Dorado no se evidencia este tipo de falencias, siendo más evidente en los otros 3 hoteles del estudio de caso.

Tabla 17 Resultado de la dimensión del personal

Dimensión	Variable	Media	Mediana
Personal	• El personal está dispuesto a ayudarte las 24 horas.	2,30	2,00
	• El personal se preocupa de resolver los problemas del cliente.	2,30	2,00
	• El personal es competente y profesional.	2,26	2,00
	• Siempre hay personal disponible las 24 horas para proporcionar al cliente la información cuando la necesita.	2,28	2,00

Fuente. Elaborado por los autores del proyecto

Dentro de las deficiencias que se detectaron en la dimensión de instalaciones se evidenció el descontento en lo que concierne a las instalaciones, en los hoteles Boutique Platanal y Máximo, también se exhibe que estos hoteles no cuentan con un equipamiento eficiente para ofrecer un servicio de calidad tales como agua caliente, aire acondicionado, televisión, servicio de internet, además los clientes también mencionaron que se sienten satisfechos con ciertos servicios como atención permanente en el restaurante, piscina e inclusive hasta parqueadero, esto genera un disgusto en los huéspedes y esto se ve reflejado al momento de dar su opinión en esta variable.

Tabla 18 Resultado de la dimensión de instalación

Dimensión	Variable	Media	Mediana
Instalaciones	• Las dependencias y equipamiento del edificio están bien conservados.	2,33	2,00
	• Las instalaciones son comfortable y acogedora (uno se siente a gusto en ellas).	2,23	2,00

Fuente: Elaborado por los autores

Dentro de las deficiencias que se detectaron en la dimensión de organización se evidenció deficiencias en los servicios, donde los gerentes de los hoteles no están capacitados para solucionar esta problemática, esta situación se presenta debido a que son negocios familiares, o no invierten en personas capacitadas para

sobrellevar las actividades del hotel además de que brinden un servicio de calidad a los clientes, dado esta deficiencia se puede observar que el problema radica en la organización de los gerentes en administrar los hoteles.

Tabla 19 Resultado de la dimensión de organización

Dimensión	Variable	Media	Mediana
Organización	<ul style="list-style-type: none"> Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente. 	2,35	2,00
	<ul style="list-style-type: none"> Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir. 	2,32	2,00
	<ul style="list-style-type: none"> Se presta el servicio según lo contratado 	2,30	2,00

Fuente: Elaborado por los autores

Dado los resultados de las deficiencias y analizadas por dimensión, se puede reflejar los problemas que tienen los hoteles a la hora de brindar sus servicios, siendo las dimensiones de personal y de organización, donde sus variables reflejan en qué área los hoteles tiene mayor problema. Por ende, se pudo determinar que la inexistencia de una cultura organizacional, afecta en la funcionalidad de las actividades del personal, desconociendo la importancia de crear acciones o estrategias que les permita brindar una mejor atención a los huéspedes.

Para concluir con el último paso del modelo HOTELQUAL se debe actuar en caso de que los resultados sean negativos, es decir si no se cumplen con los objetivos detallados se debe reestructurar la planificación que sean alcanzables de acuerdo a las posibilidades y recursos con los que cuentan los hoteles.

4.3. DISEÑO DE ESTRATEGIAS EN RELACIÓN AL NIVEL DE SATISFACCIÓN

Para el diseño de las estrategias se llevó a cabo un proceso exhaustivo de recopilación de opiniones y conocimientos de expertos en el campo, con el objetivo de identificar las mejores estrategias de mejora para abordar los desafíos específicos relacionados con la satisfacción del cliente en los hoteles de Portoviejo, además, se realizaron análisis detallados, para determinar las estrategias más efectivas de mejora de la calidad del servicio para los hoteles de Portoviejo.

Esto implicó un estudio profundo de las necesidades y expectativas de los clientes, así como un examen minucioso de las prácticas actuales y las áreas de oportunidad para la optimización. A través de este proceso, se identificaron acciones específicas y recomendaciones prácticas destinadas a elevar la calidad del servicio ofrecido por los hoteles.

4.3.1. RECOPIRAR EL CRITERIO DE EXPERTOS PARA SELECCIONAR LAS ESTRATEGIAS DE MEJORA

Para la selección del panel de experto se tuvo en consideración que, dicha agrupación sean especialistas de la temática de estudio y además de que sepan la realidad y cercanía del territorio y así poder establecer las mejores selección y criterio para la debida validez y confiabilidad que cada participante asignó mediante una multivotación. Dichos especialistas que formaron parte de la lista de los expertos a validar los indicadores propuesto e investigado debieron de cumplir los siguientes criterios:

- Tener estudios superiores en los campos relacionados con la calidad de servicio / satisfacción del cliente en hostelería o en ámbitos afines.
- Tener experiencia en la temática que se aborda.
- Conocer y generar análisis críticos sobre un sistema de indicadores que sirvan como dimensiones enfocadas a la gestión de calidad, principalmente los estigmatizantes por el MINTUR.

Una vez elaborada la matriz de deficiencias propuestas para la evaluación de la calidad de servicios sobre los hoteles de la ciudad de Portoviejo, se procedió a la selección de profesores universitarios del territorio de la ESPAM MFL y profesionales que forman parte de los diferentes departamentos de turismo de Manabí, con el debido propósito de equilibrar los conocimientos de la realidad de la calidad de servicios de los hoteles (ver tabla 20).

Tabla 20 Descripción de expertos en la calidad de los servicios

N° de expertos	Nombre y apellido	Cargo	Años de experiencia
E1	Dr. Gilberto Blanco	Coordinador de la unidad de docencia de investigación y vinculación del hotel Higuierón	11 años

10	PhD Evis Diéguez	X	1
11	Mg Iván Zambrano	X	1

Fuente: Elaborado por los autores, a partir del conocimiento de expertos

Por consiguiente, para describir el coeficiente de argumentación (Ka), se aplicó un cuestionario dirigido a los expertos considerados con la finalidad de determinar su nivel de argumentación entorno sus conocimientos sobre calidad de servicios en hoteles y lo que influye en la satisfacción de los clientes, obteniendo los siguientes resultados (ver tabla 22).

Tabla 22 Patrón de referencia para la determinación de argumentación de cada experto

Fuente de argumentación	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos especializados propios	0,4	0,3	0,2
Experiencia obtenida en relación a la temática de estudio	0,5	0,5	0,3
Trabajo de autores nacionales reconocidos	0,5	0,5	0,5
Trabajos de autores internacionales reconocidos	0,5	0,5	0,5
Conocimiento del estado actual de la problemática existente	0,5	0,5	0,5
Por intuición	0,5	0,5	0,5

Fuente: Elaborado por los autores, a partir del grado de conocimiento de expertos

Una vez que se realizó la autoevaluación al participante con las diferentes fuentes de argumentación que fueron evaluadas, se procedió a la sumatoria de los valores marcados en las casillas correspondientes, en las cuales se pudo identificar una incidencia alta en el grado de conocimiento de cada profesional (ver tabla 23).

Tabla 23 Resultados del coeficiente de argumentación Ka de cada participante

N° de expertos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Kaj	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaborado por los autores, mediante el cálculo de Ka

Por último, se efectuó el cálculo para medir el Coeficiente de Competencia (K), realizado en base a los valores del Coeficiente de Conocimiento más el Coeficiente de Argumentación, lo que dio como resultados que los participantes poseen un nivel de conocimiento alto y medio (ver tabla 24).

Tabla 24 Resultados del coeficiente de competencia K.

N° de expertos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ka	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaborado por los autores, mediante el cálculo de K.

Una vez obtenidos los resultados de los valores anteriores, se procedió a la selección de expertos tomando en cuenta todos los valores referenciados mediante la ejecución de los cálculos correspondientes a cada necesidad y así poder ejecutar de manera óptima la validación de estrategias de calidad y servicios y su influencia en la satisfacción del cliente (ver tabla 25).

Tabla 25 Nivel de conocimiento de cada participante

N°	Experto	Coeficiente de conocimiento (kc)	Coeficiente de argumentación de (kaj)	Coeficiente de competencia (K)	Nivel de conocimiento
1	Dr. Gilberto Blanco	1	1	1	Alto
2	Mg. Juverd Saltos	1	1	1	Alto
3	Ing. Diana Sánchez	1	1	1	Alto
4	Mg. Marques Ortiz	1	1	1	Alto
5	Ing. Indira Puertas	1	1	1	Alto
6	Ing. Jimmy Giler	1	1	1	Alto
7	Ing. Gema Mendoza	1	1	1	Alto
8	PhD. Nelson García Reinoso	1	1	1	Alto
9	PhD Cecilia Parra	1	1	1	Alto
10	PhD Evis Diéguez	1	1	1	Alto
11	Mg Iván Zambrano	1	1	1	Alto

Fuente: Elaborado por los autores

En ese contexto, la evaluación del conocimiento de los expertos permite que se sintetice un análisis puntual del grado de conocimiento que posee cada persona seleccionada en el tema de calidad de servicios y su influencia en la satisfacción de los clientes.

4.3.2. VALIDACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS HOTELES DE PORTOVIEJO.

Se obtuvieron resultados significativos los cuales ofrecieron una visión integral de la situación actual y las posibles áreas de desarrollo, en primer instancia, el análisis realizado a través de la herramienta HOTELQUAL reveló aspectos cruciales sobre la percepción de calidad por parte de los clientes, identificando tanto fortalezas como áreas de oportunidad, cabe señalar que esto permitió orientar las estrategias hacia la optimización de los servicios clave, priorizando aquellos aspectos que más impactan en la experiencia del huésped.

El proceso de validación del instrumento estuvo a cargo de 11 especialistas vinculados a la carrera de turismo y al servicio de calidad quienes después de verificar las deficiencias que fueron levantadas a través del modelo HOTELQUAL dieron constancia de la validez de las estrategias.

Asimismo, el análisis estratégico proporcionó una perspectiva contextualizada de los factores internos y externos que influyen en la calidad del servicio hotelero en Portoviejo, este enfoque permitió identificar oportunidades de mejora alineadas con las fortalezas internas y mitigar riesgos asociados a debilidades identificadas; (ver tabla 26).

Tabla 26 Validación de estrategias

Deficiencia identificada	Estrategia propuesta
El personal no está capacitado para ayudar a los clientes las 24 horas	Desarrollar competencias organizacionales e individuales
El personal no está preparado para resolver los problemas del cliente	Implementar el uso de diferentes canales de comunicación con los clientes, para ofrecer un servicio ágil y personalizado
El personal no está capacitado y carece de profesionalismo	Reconocer y recompensar al talento humano del establecimiento
No se dispone de personal disponible las 24 horas para proporcionar al cliente la información cuando la necesita	Establecer turnos rotativos para atención al cliente y capacitar al personal en el portafolio de servicios que posee el establecimiento
Las dependencias y equipamiento del edificio tiene deficiencias y limitaciones	Mejorar el aspecto físico de las habitaciones y áreas en común

No todas las instalaciones son confortables y acogedora	Realizar adecuaciones y remodelaciones en la infraestructura y habitaciones del hotel
No está disponible fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente	Capacitar al personal para ofrecer el portafolio de servicio y actualizar los canales de comunicación para ampliar la difusión de los servicios que brinda el hotel
No está disponible habitualmente una persona de la dirección para atender al cliente ante cualquier problema que pueda surgir	Establecer un procedimiento ágil en la atención al cliente y prepararlo en este sentido
No siempre se presta el servicio según lo contratado	Evaluación, mejora y diversificación de los servicios que presta el hotel

Fuente: Elaborado por los autores

Las estrategias se analizan en función de las deficiencias para mejorar la calidad de servicios de los hoteles objeto de estudio. Es congruente que se desglosen los respectivos análisis de las estrategias validadas por los expertos, bajo la conceptualización y caracterización que emergen de las deficiencias con la finalidad de mejorar sus servicios para lograr satisfacer al cliente. Por lo tanto, el análisis de las estrategias son las siguientes:

- 1. Desarrollar competencias organizacionales e individuales:** Una competencia organizacional es aquella que deben tener o desarrollar todos los trabajadores y aspirantes de los hoteles para contribuir efectivamente a los objetivos planteados. Cabe mencionar que las competencias organizacionales ayudan a desarrollar compromiso, constancia, adaptabilidad y misión en las empresas hoteleras para conocer el impacto de las dimensiones de la cultura sobre la satisfacción laboral de los empleados y la intención de permanecer con la organización individual causando un efecto importante. Una competencia organizacional ayuda que los hoteles tengan un servicio mejorado y se podría aplicar una relación entre la cultura organizacional y la innovación, al fungir el rol humano un papel indispensable en el proceso de la innovación para mejorar la calidad de servicio hotelero.
- 2. Implementar el uso de diferentes canales de comunicación con los clientes, para ofrecer un servicio ágil y personalizado:** El uso de los diferentes canales de comunicación con los clientes es muy importante y se refiere al intercambio de información entre el hotel y sus huéspedes, y los canales comunicación se aplica, ya sea en persona, por teléfono o a través de canales digitales, como por

ejemplo SMS, correo electrónico, chat en vivo, WhatsApp o Messenger y el uso de estos canales de comunicación ayuda a tener una mayor visibilidad en la toma de decisiones del viajero y con esto se espera tener una mayor demanda en reservas y aumentos de ingresos en los hoteles y a la vez influye que los clientes tengan una mejor elección del destino y a su vez ayuda consigo a tener nuevos clientes potenciales. Un claro ejemplo que utilizan las grandes cadenas hoteleras es la herramienta TRIPADVISOR, donde el cliente busca la mejor opción de acuerdo a su presupuesto y cabe mencionar que esta herramienta también sirve para calificar el servicio brindado por parte del talento humano.

3. Reconocer y recompensar al talento humano del establecimiento:

Reconocer el trabajo y esfuerzo del talento humano es vital para mantener su motivación y compromiso con la empresa hotelera en lo alto y esto a su vez ayuda con un buen ambiente laboral entre el cliente y el hotel. La comunicación entre líderes y trabajadores es relevante en estos escenarios, y lo más recomendable sería entablar conversaciones para la definición de recompensas que permitan mejorar y hacer continuo el desempeño laboral de los equipos, manteniendo así una alineación constante para una evolución en su crecimiento profesional. Un ejemplo claro que se refleja en los hoteles de primera categoría, que se le da un bono del 10% de las ventas a los trabajadores en su sueldo mensual, también se reconoce al empleado que tiene más reconocimiento en la herramienta TRIPADVISOR por parte de los huéspedes que dejan su punto de vista a la hora de salir de los hoteles.

4. Establecer turnos rotativos para atención al cliente y capacitar al personal en el portafolio de servicios que posee el establecimiento:

Una gestión eficiente de turnos en hoteles asegura eficiencia operativa y excelente servicio al cliente. La planificación horaria es un desafío complejo debido a cambios constante en la demanda, regulaciones laborales y necesidades del personal y su vez esto ayuda a una gestión eficiente de los turnos de trabajo en el sector hotelero esto por su parte es esencial para garantizar la satisfacción de los clientes y el bienestar de los empleados a la hora de capacitar el personal encargado de brindar los diferentes servicios que posee el establecimiento. Un ejemplo muy peculiar que utilizan los hoteles de alta gama es rotar al personal

en dos jornadas, uno en la mañana y otro en la noche para que se pueda garantizar la satisfacción del huésped mientras esté haciendo uso de las instalaciones hoteleras.

- 5. Mejorar el aspecto físico de las habitaciones y áreas en común:** Las habitaciones del hotel son la principal seña de identidad, mucho más que el lobby o cualquier otro espacio que también sea popular dentro del establecimiento, ya que el cliente al llegar a un hotel, obviamente necesita o desea un servicio, pero sobre todo busca seguridad, confort de habitaciones y en todas las áreas en común que brinda un servicio. Mejorar el aspecto físico de todas las áreas del hotel fundamenta la importancia de la calidad de las habitaciones, para lograr un servicio de excelencia, con esto contribuye para fidelizar la clientela y lograr clientes satisfechos de verdad. Otro de los puntos importantes es entrar en el baño de un hotel y encontrarse champú, gel y una pastilla de jabón es un acontecimiento de lo más habitual cuando se alojan en un establecimiento hotelero. Sin embargo, los hoteles han ido añadiendo otros productos menos frecuentes en sus lotes de bienvenida para que el cliente se encuentre como en casa, por esta razón agasajarlos con cepillos de dientes, zapatillas o gorros de baño comienza a no ser tan extraño para los clientes de los hoteles.
- 6. Realizar adecuaciones y remodelaciones en la infraestructura y habitaciones del hotel:** Entendiendo que las adecuaciones de la hotelería es un ejercicio de flujo de caja con un inevitable componente inmobiliario, donde los costos y la tarifa lo define la inversión, pensando en las circulaciones, espacialidad, acabados, tecnología (accesibilidad) y equipamiento de los espacios del hotel, esto ayuda también reforzando la eficiencia y versatilidad de cada espacio de las áreas comunes. Para ello hay que reforzar las facilidades de la infraestructura para prestar los servicios solicitados por el cliente. En el hotel Oro verde de la ciudad de Manta a principios del 2023 hicieron remodelaciones en la parte de los Bungalows, equipando nuevos servicios y mejorando su infraestructura y las habitaciones de los hoteles.
- 7. Capacitar al personal para ofrecer el portafolio de servicio y actualizar los canales de comunicación para ampliar la difusión de los servicios que**

brinda el hotel: La calidad del servicio en un hotel se puede medir en varias dimensiones: el servicio que brinda el personal, la calidad de las instalaciones, la organización de los procesos y operaciones hoteleras, para capacitar el personal se requiere de comunicación entre el talento humano y los gerentes de los hoteles con esto se busca la percepción del cliente e inteligencia competitiva, cada hotel tiene sus características particulares, pero eso no quiere decir que la calidad sea diferente, las capacitaciones van de acuerdo a la cantidad de estrellas que porte el hotel. En los hoteles de la ciudad de Portoviejo las capacitaciones deben ir de acuerdo al grado de servicio que brinda a los huéspedes y esto ayudará a estar en constante actualización de los canales de comunicación con el cliente, esto va de la mano con los servicios que brinda cada hotel. Y cabe mencionar que el talento humano de los hoteles deben capacitarse para que todo el personal tenga conocimiento previo a todos los servicios que brinda el hotel, ya sean costos adicionales de otros servicios como por ejemplo al spa y los horarios de atención y que dispone dentro del servicio hotelero.

- 8. Establecer un procedimiento ágil en la atención al cliente y prepararlo en este sentido:** Para establecer un procedimiento ágil en la atención al cliente los hoteles de la ciudad de Portoviejo deben optar por las buenas prácticas que ayudan a formar parte de las herramientas que se van desarrollando día a día con el huésped dentro de los hoteles, esto ayuda a facilitar los servicios que se relacionan con las áreas en común que brinda dichos establecimientos. Hoy en día el personal debe conocer las ofertas de su hotel, tanto como el punto de vista cuantitativo como cualitativo, sean estos el número de habitaciones, tipología de la misma, instalaciones, servicios y sus respectivos horarios, el preparar al talento humano en todos los sentidos aclara las dudas del cliente de las actividades de su área de actuación y verifica la comprensión de las mismas, cuando no se puede responder a la duda de un cliente se darán indicaciones precisas sobre el lugar y se prepara al empleado para que se pueda solventar. Los hoteles necesitan sistematización por medio de una base de datos, para lograr un mejor funcionamiento y optimizar sus servicios, se espera que esta

sistematización tenga una buena acogida y uso por parte de los usuarios finales y que preste grandes beneficios para el cuidado del patrimonio de los hoteles.

9. Evaluación, mejora y diversificación de los servicios que presta el hotel:

Con una evaluación de los servicios que presta el hotel se puede evidenciar que los establecimientos hoteleros están presentando fallas en la gestión de sus recursos tangibles e intangibles que se le brinda al turista en sus expectativas que tienen de los hoteles, esto ayuda que la satisfacción de dichos usuarios o turistas cobre vital importancia para los gerentes encargados que deberán ser capaces de cumplir con las expectativas de sus huéspedes teniendo en claro que la satisfacción e intención de recompra de los mismos dependerá de una serie de atributos que componen la vivencia del huésped. Para mejorar los servicios se debe tomar en cuenta una encuesta de satisfacción del cliente a través de tablets fija en cada habitación, que permita agilizar el servicio y evaluar cada servicio proporcionado, esto a su vez ayuda desde el punto de vista de la percepción de la infraestructura al momento de su llegada hasta el trato que recibe del personal durante su estadía hasta su partida.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La caracterización permitió determinar que el cantón Portoviejo es sustentado por el sector primario y terciario, este último ha contribuido en la evolución y desarrollo del territorio, siendo el turismo un subsector que ha influenciado en la economía local. Por su parte la actividad hotelera ha evidenciado una gran importancia en el territorio, ya que la misma aportan un amplio dinamismo económico en la ciudad, viéndose esto reflejado en un 33,4% que representa en la práctica económica de los servicios personales y sociales. En el cantón se pudieron identificar 5 establecimientos hoteleros en la zona urbana, los cuales poseen una categorización de cuatro, tres y dos estrellas. Mediante el análisis de la matriz FODA se pudo denotar también las fortalezas y debilidades de estos establecimientos, constatando que existen falencias en los mismos, ya que se representa una limitada preparación y profesionalismo al momento de brindar sus servicios, además, se pudo evidenciar las limitaciones en accesibilidad e infraestructura, lo que influye directamente en que exista un déficit en la calidad de los hoteles.
- La evaluación del nivel de satisfacción de los 384 huéspedes encuestados, permitió conocer la calidad de los servicios de los hoteles estudiados; la encuesta constó de tres dimensiones (personal, instalaciones y organización) en la que se logró comprobar que la dimensión con mayor aceptación fue la correspondientes a la organización, por otro lado, la dimensión con menor aceptación fue la del personal. Mediante los resultados obtenidos a partir de las opiniones de los clientes, se pudo evidenciar la media de las variables propuestas, en donde 10 de 20 variables tienen una media menor a 2,35 puntos lo que refleja que existen grandes problemáticas en estos hoteles que dificultan lograr satisfacer a los clientes de manera óptima.
- Se diseñaron 9 estrategias en base a las deficiencias encontradas en el área de estudio, las cuales permitirán promover la valorización de la calidad en los servicios hoteleros, asimismo posibilitando una mejor influencia en la satisfacción de los clientes. Cabe resaltar que estas estrategias fueron

aprobadas por 11 expertos vinculados a la carrera de turismo y al servicio de calidad, además, estos planteamientos fueron plasmados a partir de tres dimensiones del modelo HOTELQUAL; dimensión del personal, instalaciones y organizacional, asimismo, de los análisis previos de las otras dos fases. A raíz de las evaluaciones se pudo determinar las deficiencias más relevantes en la medición de la calidad de los servicios dirigidas a los clientes de estos hoteles, cabe mencionar que para poder diseñar las estrategias se consideraron dos artículos científicos de la calidad de servicios (Trindade da Silva y Melave).

RECOMENDACIONES

- Al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo, establecer acciones que favorezcan al sector hotelero, las cuales sean direccionadas a la instrucción y fortalecimiento en temas de atención al cliente, lo cual permite tener un mejor encaminamiento a los hoteles y generar bienestar y satisfacción en sus ofertas y servicios.
- A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, que impulse propuestas las cuales sean direccionadas en realizar talleres formativos hacia el sector del alojamiento, estableciéndose un trabajo coordinado con la academia en pos de desarrollar una atención que genere una satisfacción holística en los establecimientos hoteleros.
- A los gerentes de los hoteles, que apliquen las estrategias propuestas orientadas a la mejora de parámetros de atención al cliente, los cuales deben ser debidamente impartidos por todo el personal para su desarrollo, esto con la finalidad de fortalecer la empatía de los mismos, de esta forma potenciarán el aumento de la fiabilidad y preferencia en los clientes que utilizan sus servicios.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, M. Barcos, L. y Martin, J. (2006). Gestión de la calidad de los procesos turísticos. *Editorial Síntesis*. (p 20).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=267519>
- Alvarado. (06 de octubre de 2020). 52 hoteles han cerrado sus puertas o suspendido actividades en Ecuador por la pandemia. El Comercio.
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cierres-suspension-hoteles-ecuador-pandemia.html>
- Aristizábal, A. y Quiroz, A. (2015). Caracterización de la calidad del servicio en hoteles urbanos y rurales en Santa Rosa de Cabal. [Tesis de grado, Universidad católica de Pereira], Repositorio Digital
<https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/3471/1/DDMAE20.pdf>
- Ayón, G., Álvarez, A., Zambrano, S., y Vélez, J. (2021). La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la zona urbana del cantón Portoviejo. *Reciamuc*, 5(2), 366–381.
<https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/675>
- Benítez, C. y Barrio, M. (2021). La medición de las estrategias de marketing experiencial para la generación millennial en el sector hotelero Leisure español. *Vivat Academia. Revista de comunicación*, 154, 343-360.
<https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1355>
- Blanco, G. y Font, M. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *Revista ECA Sinergia*, 9(2)
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ecasinergia/article/view/1125>
- Blanco, G. y Font, M. (2021). Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(97), 212-228.
https://www.researchgate.net/publication/358049555_Concepto_de_servicio_de_calidad_en_la_gestion_hotelera
- Calderón, A., Dini, M. y Stumpo, G. (2016). Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social. CEPAL.

https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/40863/S1601309_es.pdf

Camino, S., Cuenca, G., Cunalata C. y Orellana Z. (2021). Efectos del COVID-19 en el sector turismo. Superintendencia de compañías, valores y seguros. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/22171>.

Cedeño, J. (2018). *Modelo de gestión hotelera para la mejora del servicio de alojamiento en la ciudad Manta* [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”], Repositorio Digital.

<http://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/734/TT83.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cherres, R., López, C. y Proaño, G. (2021). El Sistema de Gestión de Calidad Turística y su aporte al Crecimiento Económico. *Revista científica*, 6(5). <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/499/875>

Cobos, J. [TVC]. (2020, 20 de agosto). *10 hoteles de Quito cierran sus puertas por la pandemia* [archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kk1hCYoANyg>

Corzo, D. y Guatibonza, C. (2021). Marketing de destinos turísticos: un análisis de las tendencias mundiales post-COVID-19 en el departamento de Santander, Colombia. *Kalpana Revista De Investigación*, (20), 72–95. <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/kalpana/article/view/24>

El Comercio. (15 de septiembre de 2020). La pandemia cuesta USD 460000 millones al turismo mundial en el primer semestre del 2020. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/tendencias/turismo/pandemia-costoturismo-mundial-covid19.html>

García, J. (2019). Evaluación del servicio de alojamiento turístico para mejorar la calidad de la gestión hotelera de la ciudad de Manta [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí] Repositorio

Digital.

<http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1024/1/TTT11.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo. (2018). Actualización del plan de ordenamiento territorial del cantón Portoviejo. Gad de Portoviejo. <https://www.portoviejo.gob.ec/md-transparencia/2017/julio-2017/Plan%20de%20Ordenamiento.pdf>

González, H. (2019). Satisfacción Del Cliente Según ISO 9001:2015. Calidad y Gestión. <https://calidadgestion.wordpress.com/2019/07/20/satisfaccion-del-cliente-segun-iso-9001-2015/>

Intriago, K. Andrade, J. y López, C. (2021). Percepción de calidad del servicio: factor de competitividad de las PYMES de alojamiento de Portoviejo – Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 19 (4), 64-78. <https://www.eumed.net/uploads/articulos/1df0495b3f56fdceb5b7141e7e43b9f4.pdf>

Izquierdo A., Viteri, D., Baque L., y Zambrano S. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de productos biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 399-406. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400399

Jurado, D., Luzuriaga, A., y López, S. (2018). Métodos para medir la calidad del servicio turístico en empresas de alojamiento. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 18(19), 165–180. <https://doi.org/10.47189/rcct.v18i19.186>

Lenderman, M. y Sánchez, R. (2008). Marketing Experiencial. La revolución de las marcas. ESIC Editorial. <http://www.venderomir.com/Contenidos/Archivos/Marketing%20Experiencial%20LENDERMAN%202008.pdf>

Loor, A. Zambrano, A. Peña, I. y Ponce, J. (2020). Medición de la calidad de servicios hoteleros de Manta, Ecuador a través del modelo HOTELQUAL.

Revista ECA Sinergia, 11(2).
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1755/2648>

Loor, V. (2022). Evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos para la satisfacción del cliente: caso Chone. [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí] Repositorio Digital ESPAM.

<https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1805/1/TTT46D.pdf>

Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto.

Revista Perspectivas, 34, 181–209.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&nrm=iso&tlng=e

Menéndez, A. (2021). *Plan para mejorar la calidad de los servicios en establecimientos hoteleros del cantón Portoviejo*. [Tesis de Grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador]. Repositorio Digital UNESUM.

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3646/1/01%20PROYECTO%20DE%20TITULACION%20ANGIE%20MENENDEZ.pdf>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). Indicador de situación financiera.

<https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/11/ISF.pdf>

Ministerio de turismo. (2018). Rendición de Cuentas 2018. Ministerio de turismo.

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/Informe-Rendicion-de-Cuentas-2018-MINTUR.pdf>

Ministerio de turismo. (2023). Catastro de establecimientos turísticos. Ministerio de turismo. <https://servicios.turismo.gob.ec/consolidado-nacional-2023-publico-9-web/>

- Mora, L., y Durán, M. (2017). Elementos básicos sobre la gestión de calidad en turismo. *Dominio de Las Ciencias*, 3(1), 163–176. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/viewFile/381/441>
- Morales, L., y Casas, E. (2015). Aplicación del modelo SERVPERF en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. Scielo. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422015000100010#:~:text=El%20modelo%20Servperf%20utiliza%20exclusivamente,40).
- Moreno, M., Góngora, Y. y Romero, L. (2019). Evaluación y mejora de la satisfacción del cliente aplicación en la DTHO en el servicio Nauta Hogar. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7754388>
- Moreno, M., Rodríguez, P., y Cruz, D. (2021): Procedimiento para mejorar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en hoteles. *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO*. 23, 26-37. <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/23-septiembre-2021/alimentos-bebidas-hoteles>
- Morillo, M., y Morillo, M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de ciencias sociales*, 22(2), 111-131. <https://www.redalyc.org/journal/280/28049145009/>
- Narváez, M. y Villalobos, K. (2000). Perfil social business para el marketing de empresas turísticas de Paraguaná, Venezuela. *Revista de ciencia sociales*, 26(1), 287-299. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/31325/32375>
- Párraga, Y. (2021). La reactivación del sector turístico en Manabí después de la COVID-19. *Revista de Manabí*.

<https://revistademanabi.com/2021/10/27/la-reactivacion-del-sector-turistico-en-manabi-despues-de-la-covid-19/>

- Prefectura de Manabí. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Manabí 2015-2024. <https://www.manabi.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/1.-PDyOT-Manabi.pdf>
- Quishpe, M. y Ayaviri, V. (2016). Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo. *Revista Empresarial*, 10(37), 27-35. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>
- Ramírez, E., Maguiña, E., y M. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *Retos, Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), pp. 329-343. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L. y Cherre, I. (2020). El modelo SERVPERF como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. Scielo. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200417
- Román, C. (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz. [Tesis de Grado, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. Repositorio Uladech. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/5424/GESTION_DE_CALIDAD_HOTELQUAL_ROMAN_ALEJOS_CELENY_MARISOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Santos, A., Mondo, T. y Pereira, J. (2011). Calidad percibida por los huéspedes después de una falla en el servicio. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(1), 110–126. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717677007>

- Serrano, S., y Poveda, E. (2020). Modelo de gestión hotelera de la ciudad de Portoviejo. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 4(6), 11-30.
<https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/28/79>
- Solada, J. (2023). Estrategias de satisfacción al cliente en hoteles. Internet. Questionpro. <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-de-satisfaccion-al-cliente-para-la-industria-del-alojamiento/>
- Sotelo, J. (2018). La planeación de la auditoría en un sistema de gestión de calidad tomando como base la norma ISO 19011:2011. *Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 8(16), 1-33. <https://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v8n16/2007-7467-ride-8-16-00097.pdf>
- Tóala, L., y Hinojosa, M. (2021). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil – Ecuador. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 7(3), 145-162.
<https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1986>
- Torres, W. (10 de noviembre del 2020). Ingreso de personas a Ecuador cayó un 77% por la pandemia. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ingreso-personas-ecuador-cayo-pandemia/>
- Vélez, J. (2020). La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la zona urbana del cantón Portoviejo. [Tesis de Grado, Universidad Estatal Del Sur De Manabí “UNESUM”]. Repositorio UNESUM.
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2353/1/JOSSENKA%20VELEZ%20VELEZ%20%20PROYECTO%20DE%20TITULACI%c3%93N.pdf>

Veloz, C., y Vasco, J. (2016). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría. *Revista Ciencia Unemi*, 9(18), 19–25. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol9iss18.2016pp19-25p>

Whelan. y Gastón. (2020). Estrategias para un reposicionamiento exitoso de un hotel en Carlos Paz. [Tesis de Grado, Universidad Empresarial Siglo 21]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/22171>.

ANEXOS

Anexo 1**Ficha técnica****ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL
FÉLIX LÓPEZ**

La presente ficha técnica tiene como finalidad recopilar información sobre los hoteles para su caracterización contribuyendo así a la realización de la investigación titulada “**CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO,**”. La información recolectada será confidencial y de uso exclusivamente académico.

Nombre del establecimiento

Nombre del propietario/encargado

Tipología

Categoría

Dirección

Teléfono

E-mail

Redes sociales donde cuentan con presencia

Estructura constructiva del alojamiento

Número de pisos

Número de habitaciones

Años de funcionamiento

Número de empleados

Certificaciones o distinciones otorgados

Anexo 2

Entrevista a los actores claves



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

La presente entrevista se realiza como parte del proceso de recopilación de información para la tesis **CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA CALIDAD DE PORTOVIEJO**. Por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

¿Cuáles son los intereses que tiene su organismo sobre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Portoviejo?

¿Qué problemáticas ha identificado su organismo que inciden en la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Portoviejo?

¿Con qué recursos cuenta su organismo para garantizar la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Portoviejo?

¿Cuáles serían los conflictos potenciales que inciden en la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Portoviejo?

Anexo 3

Encuesta de satisfacción al cliente



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

La presente encuesta tiene como objetivo el Identificar la percepción y las expectativas de los clientes de los hoteles de la ciudad de Portoviejo y se realiza como parte del proceso de recopilación de información para el trabajo de titulación denominado **CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO**, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

Instrucciones: Basado en su experiencia como cliente de este establecimiento, valore en una escala de 1 a 5. Lea cada afirmación y señale si esta tiene o no la característica indicada encerrando en un círculo la opción que considere apropiada, donde 1 está totalmente en desacuerdo y 5 está totalmente de acuerdo.

DIMENSIÓN	VARIABLE	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo
PERSONAL	El personal está dispuesto a ayudarlo las 24 horas	1	2	3	4	5
	El personal se preocupa de resolver los problemas del cliente	1	2	3	4	5
	El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente	1	2	3	4	5
	El personal es competente y profesional	1	2	3	4	5
	Siempre hay personal disponible las 24 horas para proporcionar al cliente la información cuando la necesita	1	2	3	4	5
	El personal es confiable	1	2	3	4	5
	El personal tiene un aspecto limpio y aseado	1	2	3	4	5
INSTALACIONES	Las diferentes dependencias e instalaciones resultan agradables	1	2	3	4	5

	Las dependencias y equipamiento del edificio están bien conservados	1	2	3	4	5
	Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)	1	2	3	4	5
	Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)	1	2	3	4	5
	Las instalaciones están limpias	1	2	3	4	5
ORGANIZACIÓN	Se consiguen fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente	1	2	3	4	5
	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.	1	2	3	4	5
	Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.	1	2	3	4	5
	Los diferentes servicios funcionan con rapidez	1	2	3	4	5
	Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos	1	2	3	4	5
	Se resuelven de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	1	2	3	4	5
	EL cliente es lo más importante (lo más importante son los intereses del cliente)	1	2	3	4	5
	Se presta el servicio según lo contratado	1	2	3	4	5

Anexo 5

Ficha de Validación de Expertos



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

Validación de estrategias

La presente encuesta corresponde al desarrollo del trabajo de integración curricular titulado: Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de los hoteles de la ciudad de Portoviejo, para lo cual solicitamos muy comedidamente su colaboración.

Por su experiencia y dominio de los temas relacionados con la calidad de servicio y satisfacción del cliente, usted ha sido seleccionado para evaluar las estrategias seleccionadas para abordar las deficiencias en las dimensiones personal, instalaciones y organización, acorde al modelo HOTELQUAL, identificadas mediante encuestas en los hoteles de la ciudad de Portoviejo.

Se le solicita a Ud., valorar si las estrategias seleccionadas son adecuadas para su implementación en los hoteles seleccionados.

DEFICIENCIA IDENTIFICADA	ESTRATEGIA PROPUESTA	SI	NO	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
El personal no está capacitado para ayudar a los clientes las 24 horas	Desarrollar competencias organizacionales e individuales			
El personal no está preparado para resolver los problemas del cliente	Implementar el uso de diferentes canales de comunicación con los clientes, para ofrecer un servicio ágil y personalizado			
El personal no está capacitado y carece de profesionalismo	Reconocer y recompensar al talento humano del establecimiento			

No se dispone de personal disponible las 24 horas para proporcionar al cliente la información cuando la necesita	Establecer turnos rotativos para atención al cliente y capacitar al personal en el portafolio de servicios que posee el establecimiento			
Las dependencias y equipamiento del edificio tienen deficiencias y limitaciones	Mejorar el aspecto físico de las habitaciones y áreas en común			
No todas las instalaciones son confortables y acogedoras	Realizar adecuaciones y remodelaciones en la infraestructura y habitaciones del hotel			
No está disponible fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.	Capacitar al personal para ofrecer el portafolio de servicio y actualizar los canales de comunicación para ampliar la difusión de los servicios que brinda el hotel			
No está disponible habitualmente una persona de la dirección para atender al cliente ante cualquier problema que pueda surgir	Establecer un procedimiento ágil en la atención al cliente y prepararlo en este sentido			
No siempre se presta el servicio según lo contratado.	Evaluación, mejora y diversificación de los servicios que presta el hotel.			