



Instituto de
Posgrado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO
EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN
DE LOS HOTELES DEL CANTÓN ATACAMES. ECUADOR

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Magíster en
Gestión de Empresas Turísticas**

AUTOR:

Gallardo Bustos Bryan Alexander

TUTOR:

MSc. Mónica Pérez Zulueta

ASESOR:

MSc. Sandra Mercedes Guevara López

IBARRA – ECUADOR

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto de Posgrados de la Universidad Técnica del Norte de la Ciudad de Ibarra, he aceptado participar como Director del Trabajo de investigación con el siguiente tema:

“Programa de capacitación del talento humano en el departamento de recepción de los hoteles del cantón Atacames. Ecuador”

Trabajo realizado por Gallardo Bustos Bryan Alexander, previo a la obtención del título de Magister en Gestión de Empresas Turísticas, doy fe que la investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación ante un jurado examinador.

En la ciudad de Ibarra, a 04 días del mes enero del 2023.

Atentamente,



MSc. Mónica Pérez Zulueta
TUTORA DE TESIS

APROBACIÓN DEL ASESOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto de Posgrados de la Universidad Técnica del Norte de la Ciudad de Ibarra, he aceptado participar como Asesor del Trabajo de investigación con el siguiente tema:

“Programa de capacitación del talento humano en el departamento de recepción de los hoteles del cantón Atacames. Ecuador”

Trabajo realizado por Gallardo Bustos Bryan Alexander, previo a la obtención del título de Magister en Gestión de Empresas Turísticas, doy fe que la investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación ante un jurado examinador.

En la ciudad de Ibarra, a 04 días del mes enero del 2023.

Atentamente,



MSc. Sandra Mercedes Guevara López
ASESORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0803500032
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gallardo Bustos Bryan Alexander
DIRECCIÓN:	Ciudadela Tolita #1
EMAIL:	gallardobryan.bagb@gmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0978700786 / 0991600003 / 0990440236

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DE LOS HOTELES DEL CANTÓN ATACAMES. ECUADOR
AUTOR (ES):	Gallardo Bustos Bryan Alexander
FECHA:	03 de enero de 2023

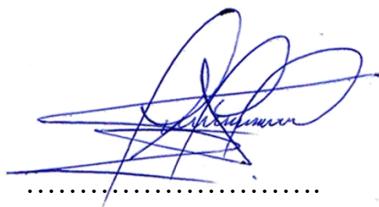
SOLO PARA TRABAJOS DE TITULACIÓN				
PROGRAMA:		PREGRADO	X	POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA	Magíster en Gestión de Empresas Turísticas			
TUTOR:	MSc. Mónica Pérez			

2. Constancias

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 13 días de marzo del 2023

EL AUTOR:



.....

Lcdo. Bryan Alexander Gallardo Bustos

C.C.: 080350003-2

DEDICATORIA

A mi hija Alaia Sophia Gallardo Ponce porque apenas con 2 años sus manitas y su sonrisa me motivaron, me has permitido querida hija seguir soñando aun cuando todo parece ser imposible, gracias por cada abrazo y porque tu llegada me ha permitido ser diferente.

A mi esposa Karen Roxana Ponce Villota, por motivarme desde que empecé mi posgrado con frases tales como: Tú Puedes, siempre has podido y esta no será la excepción, a ti compañera de vida también dedico este título que nos permitirá ser ejemplo para nuestra hija.

A las personas que considero mis madres Brenda Bustos y Haydee Quiñonez- Abuela, cada encuentro que teníamos estaban sus preguntas. ¡Hijo como vas en la Maestría! Hijo el tiempo fue muy corto ya estas cerca de alcanzar la meta, hemos estado orando por ti, por tus sueños por tus planes y este versículo bíblico que me respaldo siempre: Josué 1:9 Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas. Gracias Madres.

A mis hermanos/a Jenniffer, Antonela, Denilson y Juliana porque un día les dije que mi mayor deseo será que se sientan orgullosos de mí y sigo tejiendo aquello, sin duda no me he equivocado, sigo transformándome todos los días porque aprendí a mirar los procesos como un medio para vencer mis batallas y creer que soy capaz de abrazarlos a ustedes con plenitud para ser un solo equipo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por su gracia y su amor.

A mi familia, que el creador me otorgó: Karen, Alaia, Haydee, Brenda, Antonio, Jenniffer, Denilson, Antonela y Juliana, gracias por motivarme en todo momento. A mi hija Alia, por ser mi inspiración en los momentos más complejos de este proceso, a quienes extendieron una oración y confiaron en mí,

Aprendí el principio de honra con el propósito de agradecer a mis padres: Brenda Bustos y Antonio Gallardo, las siguientes palabras me marcaron: *“Honra a tu padre y a tu madre, que es el primer mandamiento con promesa; para que te vaya bien y seas de larga vida sobre la tierra”* (Efesios Capítulo 6, Versículo 2 y 3).

A mis ex docentes de pregrado que fueron un puntal y siempre me decían en clases Brayan debes seguir, a ustedes Mgt. Johana Rodríguez, Mgt. Jessica Márquez, Lcda. Alexandra Márquez y Mgt. Stalin Alvarado, les honro desde lo que aprendí gracias por ser mis mentores,

Queridos docentes de la maestría, debo decirles que me volví a empoderar de la profesión cuando observaba sus masters class y tenían el enfoque integral.

Estimada tutora Mgtr. Mónica Pérez, cuando me enteré que sería mi tutora me sentí privilegiado, desde el inicio supe que estaría en las mejores manos, gracias por inculcarme para hacerlo bien.

A mis compañeros de posgrados Landy, Juan, Naty, Carla, Cinthya, Lesly, Rafael, David, Fausto, Johana, Diana y Diego hicimos un grupo compacto con personalidades distintas, demostrando el compañerismo desde nuestras habilidades.

Finalmente, quiero agradecer a la universidad Técnica del Norte, la cual es un referente de todas las Instituciones de Educación Superior del Norte del País, ser parte de esta alma mater me regocija y me permite crear un perfil competitivo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad.....	iv
INDICE DE CONTENIDO.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICES DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA.....	1
1.1. Problema de investigación.....	1
1.2. Antecedentes.....	4
1.3. Objetivos de la investigación.....	6
1.3.1. Objetivo general.....	6
1.3.2. Objetivos específicos.....	6
1.4. Justificación.....	6
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL.....	9
2.1 Marco teórico.....	9
2.1.1. El talento humano.....	9
2.1.2. Gestión del talento humano.....	10
2.1.3. Gestión del conocimiento.....	11
2.1.3.1. Medición del nivel de conocimiento de los empleados.....	13
2.1.4. Funcionamiento del departamento de recepción.....	16
2.1.4.1. Ubicación y estructura organizativa.....	17
2.1.4.2. Organigrama del departamento de recepción.....	21
2.1.4.3. Funciones del talento humano del departamento de recepción.....	21
2.1.4.3.1. Jefe de recepción.....	21
2.1.4.3.2. Jefe de reservas.....	23
2.1.4.3.3. Auditor.....	23
2.1.4.3.4. Jefe de mostrador.....	24
2.1.4.3.5. Recepcionistas.....	24
2.1.4.3.6. Ayudante de recepción.....	25
2.1.4.3.7. Auxiliares de recepción.....	25
2.1.4.3.8. Ama de Llaves.....	25
2.1.4.3.9. Bell Boy.....	25
2.1.4.4. Perfil del empleado del departamento de recepción.....	26
2.1.4.5. Satisfacción laboral.....	27
2.1.4.5.1. Satisfacción de los empleados.....	28

2.1.4.5.2. Satisfacción del cliente.....	28
2.1.4.5.3. Satisfacción del empleador.....	29
2.1.4.6. Medición de la satisfacción del servicio de recepción.....	29
2.1.4.7. Modelos Conceptuales de Calidad de Servicios.....	31
2.1.5. Sistema de capacitación hotelera.....	33
2.1.5.1 Tipos de capacitación.....	34
2.1.5.2. Objetivos de la capacitación.....	36
2.1.5.3. Acerca de la propuesta de capacitación.....	37
2.1.5.4. Pasos para el desarrollo de una propuesta de capacitación.....	38
2.1.5.5. Modelos de capacitación.....	39
2.2. Marco Legal.....	41
2.2.1. Ley de Turismo de Ecuador.....	41
2.2.2. Ministerio de turismo del Ecuador (MINTUR).....	42
2.2.3. Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional.....	43
2.2.4. Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.....	43
2.2.5. Reglamento General de actividades turísticas.....	43
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	45
3.1. Descripción del área de estudio.....	45
3.1.1. El Cantón Atacames.....	45
3.1.1.1. Un poco de historia.....	45
3.1.1.2. Ubicación geográfica.....	46
3.1.1.3. El turismo en Atacames.....	47
3.2. Enfoque y tipo de investigación.....	49
3.3. Población y muestra.....	50
3.4. Variables de estudio y su operacionalización.....	51
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	53
3.5.1. Validez del instrumento.....	54
3.5.2. Análisis de la información.....	55
3.6. Procedimiento.....	55
3.7. Consideraciones bioéticas.....	56
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	57
4.1. Resultados de la variable talento humano.....	58
4.1.1. Resultados del cuestionario aplicado a los empleados.....	58
4.1.2. Resultados del cuestionario aplicado a los empleadores.....	62
4.2. Resultados variable programa de capacitación para el departamento de recepción.....	66
4.2.1. Satisfacción de los empleados, empleador y turistas.....	66
4.2.2. Resultados del cuestionario aplicado a los turistas.....	72
4.2.3. Resultados de los comentarios de Google.....	77

4.3. Análisis de la Matriz FODA.....	79
CAPÍTULO V. LA PROPUESTA.....	81
5.1. Introducción.....	81
5.2. Necesidades detectadas.....	82
5.3. Descripción de la propuesta.....	82
5.4. Objetivos.....	84
5.4.1. Objetivo general.....	84
5.4.2. Objetivos específicos.....	84
5.5. Ubicación geográfica de la propuesta.....	84
5.6. Aplicación de la propuesta.....	85
5.7. Estructura de la propuesta.....	86
5.8. Cronograma de capacitación.....	86
5.9. Aspectos administrativos.....	91
5.9.1. Recursos para la implementación de la Propuesta.....	91
5.9.1.1. Recursos humanos.....	91
5.9.1.2. Recursos materiales.....	92
5.9.1.3. Recursos Tecnológicos.....	92
5.9.1.4. Recursos financieros.....	93
5.9.2 Presupuesto.....	93
5.10. Evaluación de la propuesta.....	94
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
REFERENCIAS.....	99
ANEXOS.....	108
A. Cuestionario dirigido al personal de recepción.....	108
B. Cuestionario aplicado a los empleadores.....	110
C. Cuestionario aplicado a los turistas.....	112
D. Carta para solicitar la validación.....	114
E. Instrucciones para la validación.....	116
F. Formato para evaluar el instrumento.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas

1. Hoteles de Atacames.....	51
2. Operacionalización de las variables.....	52
3. Nivel de escolaridad de los empleados.....	58
4. Nivel de conocimientos de personal de recepción.....	59
5. Desempeño laboral del empleado.....	60
6. Gestión del talento humano desde la visión del empleado.....	61
7. Nivel de conocimientos de los empleados de recepción según el empleador.....	62
8. Desempeño laboral de los empleados según el empleador.....	63
9. Gestión del talento humano según el empleador.....	65
10. Satisfacción de los empleados.....	66
11. Satisfacción del empleador.....	68
12. Satisfacción del turista desde la percepción del empleado.....	69
13. Satisfacción del turista desde la percepción del empleador.....	70
14. Atención recibida por el personal de recepción.....	72
15. Funcionamiento de la recepción.....	73
16. Servicios que ofrece el hotel.....	74
17. Manejo de la información sobre los servicios.....	75
18. Valoración de opiniones de Google sobre los servicios.....	77
19. Comentarios sobre el servicio publicado en Google.....	78
20. Distribución de contenidos del taller.....	86
21. Descripción del taller 1: Cultura turística.....	87
22. Descripción del taller 2: Departamento de recepción.....	88
23. Descripción del taller 3: Atención al cliente.....	89
24. Descripción del taller 4: Gestión del talento humano.....	90
25. Descripción del taller 5; Gestión del conocimiento.....	91
26. Recursos humanos que forman parte de la capacitación.....	91
27. Recursos materiales para la capacitación.....	92

28. Recursos tecnológicos.....	92
29. Presupuesto.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras

1. Organigrama del departamento de recepción.....	21
2. Nivel de escolaridad de los empleados.....	58
3. Nivel de conocimientos de personal de recepción.....	59
4. Desempeño laboral del empleado.....	60
5. Gestión del talento humano desde la visión del empleado.....	62
6. Nivel de conocimientos de los empleados de recepción según el empleador.....	63
7. Desempeño laboral de los empleados según el empleador.....	64
8. Gestión del talento humano según el empleador.....	65
9. Satisfacción de los empleados.....	66
10. Satisfacción del empleador.....	68
11. Satisfacción del turista desde la percepción del empleado.....	69
12. Satisfacción del turista desde la percepción del empleador.....	70
13. Atención recibida por el personal de recepción.....	72
14. Funcionamiento de la recepción.....	73
15. Servicios que ofrece el hotel.....	74
16. Manejo de la información sobre los servicios.....	76
17. Valoración de opiniones de Google sobre los servicios.....	77
18. Comentarios sobre el servicio publicado en Google.....	78
19. Análisis de la matriz FODA.....	79



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DE LOS HOTELES DEL CANTÓN ATACAMES. ECUADOR

Autor: Bryan Alexander Gallardo Bustos

Tutor: Mgtr. Mónica Pérez Zulueta

Año: 2022

RESUMEN

Por ser el departamento de recepción la imagen del establecimiento hotelero, se hace prioritario la capacitación continua del talento humano para ofrecer una atención efectiva a los clientes. Por ello, se establece como objetivo general: proponer un programa de capacitación para el talento humano del departamento de recepción de los hoteles del Cantón Atacames, Ecuador. En la metodología, se eligió el enfoque cuantitativo, no experimental, a nivel proyectivo, como técnica se usó la encuesta y como instrumento el cuestionario dirigido a los empleados, empleadores y turistas, los cuales son sometidos a la validación de expertos, dichos datos se recoger para ser tabulados, analizados y presentarlos en tablas y gráficos, a través de la estadística descriptiva. Para la muestra, por ser no probabilística intencional, se tomó el 30 % de los hoteles de Atacames, quedando constituida por 19 hoteles cerca del malecón de la playa. Los resultados indicaron un nivel bajo de conocimientos sobre el turismo, las funciones, estructura y organización del departamento de recepción, algunas fallas en el desempeño laboral y sobre la gestión del talento humano por parte de los empleadores, además, de la atención al turista poco satisfactorias. Las conclusiones más relevantes giran en la necesidad de aumentar el nivel de conocimientos sobre las funciones y desempeño del departamento de recepción, así como de la gestión del talento humano y la atención al cliente, en ese sentido, nace el diseño de un programa de capacitación, con la modalidad taller, estructurado en cinco talleres, virtual y presencial, con una duración de 40 horas.

Palabras clave: Capacitación, talento humano, departamento de recepción, hoteles de Atacames

ABSTRACT

Since the reception department is the image of the hotel establishment, continuous training of human talent is a priority in order to provide effective customer service. Therefore, the general objective is: to propose a training program for the human talent of the reception department of the hotels in Atacames Canton, Ecuador. In the methodology, the quantitative approach was chosen, non-experimental, at a projective level, as a technique the survey was used and as an instrument the questionnaire directed to employees, employers and tourists, which are submitted to the validation of experts, such data is collected to be tabulated, analyzed and presented in tables and graphs, through descriptive statistics. For the sample, as it was not intentional probabilistic, 30% of the hotels in Atacames were taken, being constituted by 19 hotels near the boardwalk of the beach. The results indicated a low level of knowledge about tourism, the functions, structure and organization of the reception department, some failures in job performance and human talent management by employers, as well as unsatisfactory tourist service. The most relevant conclusions revolve around the need to increase the level of knowledge about the functions and performance of the reception department, as well as the management of human talent and customer service, in this sense, the design of a training program was born, with the workshop modality, structured in five workshops, virtual and face-to-face, with a duration of 40 hours.

Key words: Training, human talent, reception department, hotels in Atacames.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Problema de investigación

El turismo en Ecuador, constituye una actividad económica de mucha importancia, ya que juega un papel generador de ingresos y ofrece las posibilidades de contribuir al desarrollo socioeconómico del país. En ese sentido, sus atractivos turísticos, sitios naturales, variedad de regiones e infraestructura en progreso, lo convierten en un elemento clave para el mejoramiento de la economía nacional.

La Provincia de Esmeraldas por su ubicación es una ciudad altamente turística con encantadores lugares de playa que ofrecer, un sitio privilegiado por su clima cálido. Entre sus Cantones se encuentra Atacames, uno de los más elegidos por sus hermosas playas y donde se encuentra una variedad de alojamientos de todas las categorías. Es importante mencionar que, en fecha del 10 de octubre del 2021, el Diario La Hora reseñó la opinión del alcalde Freddy Saladarriaga de Cantón Atacames, reportando cifras de un 90 % de la ocupación hotelera en este Cantón, durante el feriado de tres días; dicho alcalde, refirió la importancia de la llegada masivas de turistas para la reactivación del sector turístico. Por ello, la finalidad de brindar un servicio de calidad al cliente, desde la gama de hoteles que posee de distintas categorías en los hoteles del Cantón Atacames; permitiéndole al visitante, verdaderamente espacios para disfrutar de su estadía.

En los últimos años, este Cantón se ha convertido en un lugar privilegiado por sus paisajes y atractivos turísticos que ofrece al usuario nacional e internacional, posee la playa natural más grande del país, se disfruta de un excelente clima, gastronomía atacameña, actividades culturales y recreativas. Por lo tanto, es relevante mencionar que, durante una visita realizada a algunos hoteles de Atacames, se observaron situaciones como: los recepcionistas no son profesionales en turismo, tampoco cuentan con los conocimientos suficientes en temas vinculados al departamento donde se desempeñan, entre ellos se mencionan la comunicación asertiva, hotelería y turismo, atención al cliente, cultura turística, mediación y resolución de conflictos, esta situación llevó a realizar este estudio y proponer un plan de capacitación, considerando todas las categorías existentes en este Cantón.

El programa escogido lleva por nombre: Capacitación del talento humano en el departamento de recepción de los hoteles de Atacames, Ecuador, el cual pretende ofrecer una propuesta de capacitación a ese departamento, acorde con la realidad para que brinde servicios de calidad al cliente. En ese sentido, la capacitación del talento humano constituye una herramienta fundamental en toda organización, por lo que al contar con recurso humano calificado y productivo, además de contribuir con el desarrollo personal y profesional de los individuos, provee grandes beneficios para la empresa.

En cuanto al departamento de recepción, representa el centro de operaciones y trámites administrativos de registro, entrada y salida de clientes. Además, es donde se elabora y emite la información diaria hacia los demás departamentos, articulando el trabajo del sector con los demás departamentos del hotel. Al respecto, Calle et al. (2018) mencionan “es el responsable de brindar información concerniente a actividades hoteleras y extra-hoteleras al huésped y garantizar una completa satisfacción del cliente durante su estadía” (p.138).

El talento humano según Lozano (2007) está enfocado en las habilidades y características innatas de un individuo, así como otras características como sus conocimientos, experiencias de vida, inteligencia, actitud, carácter entre otras competencias que le permiten desarrollarse en diferentes contextos. Por ello, en toda empresa turística, la Gestión del Talento Humano, se establecen como actores prioritarios para el desarrollo de los procesos gerenciales en las empresas. En ese sentido, Rodríguez (2014), como se citó en Calle et al. (2018) principalmente, se encargan de la formación del capital humano y así contar con personal calificado que responda al planeamiento estratégico de la empresa.

Es relevante mencionar lo acotado por Mosquera (2015) durante su investigación observó que las empresas hoteleras no se han preocupado por actualizar los conocimientos al personal, no están formando de manera continua; por lo tanto, surge la necesidad de implementar módulos de capacitación para este fin. Continúa la autora, las capacitaciones son una herramienta fundamental en toda organización para poder contar con un talento humano calificado y productivo.

También en los comentarios de valoración que presenta Google, sobre la calidad de servicio se encontró una escala del (1 al 5) y algunas cifras estaban por debajo de 5 de puntuación, esto llamó la atención en la revisión realizada de algunos hoteles del Malecón de la playa, también se captaron varias quejas vinculadas a la atención del recepcionista en algunos de los hoteles ubicados en el balneario de Atacames. Muestra de ello, se encontraron opiniones de clientes con respecto a la falta de disposición para atender con cortesía, trato poco cordial y respeto, fallas en la limpieza y la seguridad. Según autores como Lovelock (2009) esta información que ofrece Google, es una herramienta poderosa para medir la satisfacción de los servicios, representa una verdadera prueba del compromiso de una empresa hotelera con la satisfacción y la calidad de sus servicios.

Igualmente, se encontraron resultados del análisis de comentarios en redes sociales para mejorar la reputación *online* hotelera, realizada por Moya & Majó (2017), expresaron que durante el período evaluado, se recibieron 70 comentarios sobre el vestíbulo, de los cuales 43 (61 %) fueron positivos, 17 (24 %) fueron neutrales y 10 (14 %) resultaron ser negativos. Dichos comentarios afirmaron con respecto al personal de recepción lo siguiente: recordarle al recepcionista que no debe trabajar de espaldas al huésped, atender al cliente con cordialidad y dar prioridad al huésped, no a las llamadas telefónicas.

Los elementos que se desprenden de lo enunciado anteriormente llevan a plantear las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son las situaciones problemáticas que aquejan al departamento de recepción?
- ¿Este departamento está funcionando a cabalidad?
- ¿Cómo es el sistema de capacitación que utiliza el hotel?
- ¿Cumple con las exigencias en materia de capacitación al talento humano, según el Reglamento hotelero vigente?
¿Es posible llevar a cabo una capacitación para el personal del Departamento de recepción?
- ¿Qué aspectos se deben contemplar en el diseño de la propuesta?

Se revisaron los argumentos sociales, políticos, económicos, legales, técnicos y humanos inmersos en el tema de estudio, los cuales sirvieron para ampliar el conocimiento sobre el turismo, la situación hotelera en la actualidad, la gestión del talento humano, el departamento de recepción sus deberes y obligaciones, los mismos aportaron insumos para elaborar el diseño de la propuesta. De esta manera, se tuvo acceso a fuentes de información vigente y adecuada, a través de bases de datos científicas y bibliográficas especializadas.

La investigación se estructuró en cinco capítulos donde el primer capítulo corresponde al problema, el segundo se refiere al marco teórico, el tercero a la metodología, el cuarto a los resultados y análisis y, por último, el quinto capítulo concerniente a la propuesta con el diseño de su estructura, recursos y metodología, encaminados a plantear la posibilidad de aplicación. Posteriormente presentarlas conclusiones y recomendaciones.

1.2. Antecedentes

Se seleccionaron varios estudios que sirvieron de apoyo en cuanto a la calidad de servicios prestados en los hoteles de Ecuador, la capacitación del personal y donde está involucrado el departamento de recepción. Entre ellos se mencionan al trabajo de Loor et al. (2020) lo centraron en hoteles y hostales de la ciudad de Manta, utilizando el modelo hotelqual como la escala para medir la calidad de servicios que estos establecimientos brindan a sus clientes. Con la finalidad de conocer el aporte de las empresas de alojamiento hacia la calidad de servicio en cuanto a las capacitaciones y la retroalimentación del turista, utilizaron una escala que le permitió conocer lo que piensa o siente el cliente después de haber consumido los servicios o durante el proceso.

Los resultados determinaron que están brindando un buen servicio destinado a la satisfacción del cliente en base a las tres dimensiones evaluadas: instalaciones, personal y organización. Además, detectaron la necesidad de aplicar la escala de medición de la calidad del servicio hotelqual en el resto de las empresas del Cantón con el fin de conocer las debilidades y fortalezas de las empresas, considerarlas como una herramienta de mejora y de crecimiento continuo.

López (2020) determinó la calidad de los servicios turísticos ofertados en el lago de la Hostería “Cuicocha”, donde el alojamiento y alimentación, son servicios regulares, pues hace falta atención y hospitalidad al turista en los productos y servicios.

Así mismo, en el estudio de Maldonado (2018) tuvo como propósito conocer el nivel de formación del personal de servicio y la relación existente entre la capacitación permanente de mejoramiento profesional y la satisfacción a los requerimientos de los clientes. Dentro de sus conclusiones resaltó la falta de preparación académica del personal cuyo efecto tiene baja incidencia en la calidad de atención en los hoteles y hostales.

También destacó, el escaso programa de capacitación descontextualizado y en cuanto la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal, la califica de medianamente aceptable. Para obtener estos resultados elaboró como instrumento la matriz EFI, determinó factores de fuerza tales como: la predisposición para ayudar a los clientes, la limpieza en su presentación personal y la imagen de confianza que reflejan en los lugares de trabajo; como factores de debilidad estratégica detectó: falta de distintivos que diferencien las funciones de los empleados, el desconocimiento real de sus responsabilidades específicas al realizar múltiples labores y el inexistente plan de mejoras.

Y por último Benalcázar (2016) diseñó una propuesta, la cual estructuró en 8 módulos, dirigidos a capacitar al personal de recepción del hotel (Administrador, Recepcionistas, Ama de llaves, Cocinera, Meseros), con una duración total de 108 horas y con los siguientes contenidos temáticos: Módulo 1: La industria hotelera, Módulo 2: La atención al cliente, Módulo 3: La recepción, Módulo 4: La restauración, Módulo 5: Servicio de meseros, Módulo 6: Ama de llaves, Módulo 7: La administración y el Módulo 8: Servicios auxiliares. Dicha propuesta se convirtió en una herramienta para el personal de este hotel, por lo tanto, representa una oportunidad para trabajar juntos brindando conocimientos útiles para mejorar el potencial profesional.

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Proponer un programa de capacitación para el talento humano del departamento de recepción, de los hoteles de Atacames, Ecuador.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar el nivel de conocimientos del talento humano del departamento de recepción de los hoteles de Atacames.
- Determinar la satisfacción de los empleados, del empleador y de los turistas del servicio recibido en el departamento de recepción, de los hoteles de Atacames.
- Diseñar un programa de capacitación para el desarrollo de las habilidades y competencias del personal que presta servicios en el departamento de recepción de los hoteles de Atacames.

1.4. Justificación

Esta investigación se considera importante, por ser el departamento de recepción una de las dependencias más necesarias en cualquier establecimiento hotelero. En ese sentido, ofrece los servicios relacionados con el ingreso y retirada de los clientes; además controla, coordina, gestiona y brinda otras asistencias durante la estadía de los huéspedes dentro de la instalación. Se considera a la recepción como la zona fundamental de una empresa hotelera, se convierte en el *primer* lugar, donde el huésped tiene contacto a su llegada; por lo tanto, representa la imagen del establecimiento.

La palabra recepción proviene del latín “*receptum*”, significa ser accesible. Recibe este nombre, porque es donde se da el recibimiento a los clientes, que tengan reservación o no en nombre de la empresa (Sánchez, 2013). Se destacan, además, varias funciones principales como: supervisar el número de habitaciones disponibles, registrar a los huéspedes, hacer las reservas, registrar las salidas, asignar las habitaciones y entregar las llaves a los clientes.

Al respecto, Ureña (2008) expresa que el departamento de recepción está catalogado como la tarjeta de presentación de los establecimientos hoteleros; dedicados a brindar el servicio de hospedaje, siendo el primer medio de comunicación de contacto con el cliente; bien sea de una forma personal a su llegada o través de los diferentes medios tecnológicos. Por ello, se convierte en el centro de operaciones del hotel, donde se controlan todos los servicios, que el huésped recibe durante su estancia.

En ese sentido, la capacitación del personal del este departamento de recepción, debe ser necesaria y continua; acorde con el cargo que desempeña y las acciones ejecutadas para la atención de los clientes; por lo tanto, su eficiencia va en beneficio del talento humano y de la organización hotelera. Al respecto, Mosquera (2015) expresa que, para las empresas u organizaciones, la capacitación de recursos humanos es de vital importancia, además de contribuir con el desarrollo personal y profesional de los individuos; representa un beneficio para la empresa.

Es necesario resaltar, la existencia de los derechos y obligaciones de los huéspedes y establecimientos de alojamiento turístico, uno de ellos es: “Contar con personal calificado y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente; así como, propiciar la capacitación continua del personal del establecimiento, los mismos que podrán ser realizados mediante cursos en línea” (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016, Art. 6, numeral 1, Sección II, p.5).

Lo mencionado en los párrafos anteriores, dan cuenta de la relevancia para la realización de este estudio; ya que con el mismo no solo beneficiará al personal sino la empresa hotelera en la ejecución de servicios con mejor eficiencia. En ese sentido, se pretende fortalecer el desarrollo profesional del recepcionista dentro de las empresas turísticas. Es de hacer notar que, en Esmeraldas, se encuentra el 80% de la planta hotelera del Ecuador y no existe una organización que se dedique o tengan como función la capacitación directa a los recepcionistas, creemos que estos espacios permitirán la fluidez y el perfeccionamiento de dicho profesional.

Con todo ello, se evidencia la necesidad de un personal plenamente cualificado, por lo que se deben establecer programas de formación continua; siendo necesario destacar también, la mejora del personal en el dominio de varios idiomas. En ese sentido la propuesta que se diseñará, será dirigida a la capacitación del talento humano en varios temas vinculados al desarrollo humano; lo cual permitirán óptimos resultados en el quehacer profesional de la recepción.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco teórico

2.1.1. El talento humano

El talento humano abarca las competencias necesarias de una persona para asumir cualquier cargo en la organización; por lo tanto, debe estar en la disposición de aprender cada día, a fin de mejorar su labor en función de ser productivo para la organización. En ese sentido, las personas poseen varios talentos que al desarrollarlos y mantenerlos se convierten en elementos importantes en su desempeño laboral.

Se presentan algunas definiciones de autores como lo expresado por Gaspar (2021) cuando menciona que el talento humano es un recurso primordial en el desarrollo empresarial, en la actualidad las organizaciones se han dado cuenta de ello, ampliado la capacitación y el desarrollo de las cualidades del personal de acuerdo a sus funciones. Asimismo, el talento humano de acuerdo con Abril (2018) se entiende como la capacidad de la persona para comprender y entender de forma inteligente la manera de resolver problemas en determinada ocupación, poniendo en práctica sus propias aptitudes como: conocimientos, habilidades, destrezas y experiencias. Sin embargo, no se trata solamente del esfuerzo o la actividad humana, sino incorporar otros factores o elementos que movilizan al ser humano, tales como: las competencias, experiencias vividas, la motivación, los intereses, la vocación, las aptitudes, las potencialidades y la salud.

Para Chiavenato (2009) el talento humano no se refiere nada más al esfuerzo o la actividad humana; están inmersos una serie de factores en la persona como son: los conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, constituyéndose en elementos importantes para mejorar su desempeño, tomando en cuenta que ellos representan el pilar de la empresa. Por esta razón, el talento humano se convierte en la clave para el éxito organizacional, sin ello, sería imposible innovar, enfrentar todas esas exigencias presentadas en el entorno y el ambiente global de la organización. En ese sentido, desarrollar este talento es el principal reto que afrontan las empresas en la actualidad, buscan con ello crear la necesidad de incorporar

estrategias con una visión más integradora en los directivos, trabajadores de las diferentes compañías; a fin de implementarse en su totalidad para lograr esa concordancia deseada en el proceso organizacional.

2.1.2. Gestión del talento humano

Son muchas las definiciones sobre la gestión del talento humano, sin embargo, se encuentra la de Hidalgo et al. (2020) quienes sostienen que es la función en conjunto con la colaboración eficaz de las personas tanto empleados, funcionarios como recursos utilizados para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales.

Es decir, la gestión del talento humano se percibe como la posibilidad de la organización para incentivar proactivamente la consolidación de la visión y misión de la empresa. Por ello, es de vital importancia incluir en los planes de capacitación, aspectos que ayuden a fomentar el criterio reflexivo en el talento humano, con el fin de incentivar su accionar cónsonos con las realidades transitada por la empresa, es decir en búsqueda de productividad y calidad en los servicios que ofrece para la satisfacción del cliente.

Otra definición, es concebida por Chiavenato (2009) como “el equipo de personas que se encargan de las actividades operativas para proporcionar asesoría interna en las áreas estratégicas tanto de la organización como de sus miembros” (p. 45). Con esta apreciación, el autor destaca la relevancia del empleado en el desarrollo de la organización para el logro de objetivos y metas empresariales, considerado desde esta visión como factor de impulso para el éxito.

Para Navarro (2009) la gestión del talento en cualquier empresa es prioritario, además se convierte en una función necesaria ante cualquier crisis organizacional bien sea antes, durante o después, resaltando siempre a las personas como el activo más importante a considerar independientemente del ciclo económico. De acuerdo con lo planteado, se debe prestar mayor atención a las personas para lograr de esta forma, una apropiada gestión del talento humano en la organización.

El aporte de Gaspar (2021) se centra en que la gestión de talento humano nace con el criterio de dirigir en forma eficiente los recursos humanos de las organizaciones, por lo tanto, busca conocer cómo influye en el desempeño laboral de los trabajadores en función de alcanzar el éxito en las organizaciones. El autor especifica la finalidad de la gestión de talento humano, pues este se convierte en el elemento funcional de la organización, encargada de administrar eficientemente los recursos humanos y sus capacidades para el desempeño de sus funciones. Al llevar a cabo una gestión de talento humano eficiente y de calidad se garantiza el éxito empresarial, se busca que el personal se sienta comprometido con los objetivos, la misión, la visión, la cultura y las políticas de la empresa, solo así se logra el buen desempeño laboral del personal.

Es aquí, donde la Gerencia de Recursos Humanos juega un papel preponderante según Méndez (2015) se debe “garantizar en el proceso de incorporación del personal, encontrar las personas más idóneas de acuerdo a los requerimientos de la alta gerencia y las necesidades de la organización” (p.5). En este sentido la gestión del talento humano constituye la función más relevante en las organizaciones, de acuerdo con la colaboración eficaz de las personas, se puede alcanzar con éxito los objetivos organizacionales e individuales.

2.1.3. Gestión del conocimiento

En relación con la gestión del conocimiento Klaus & Rivas (2008) la consideran como la creación y búsqueda de conseguir el mayor provecho de la experiencia que posee el personal, además de los propios beneficios encaminados para preservar la organización. Al respecto, Garrido (2006) expresa como parte de esta labor gerencial se tiene la identificación y el análisis del conocimiento, tanto del disponible como del que se requiera y aun no se tenga. En otras palabras, la gestión del conocimiento abarca todo lo relacionado con la planeación y el control de las acciones destinadas a desarrollar activos de conocimientos; con la finalidad de alcanzar los objetivos organizacionales.

Para Bermúdez & Hernández (2019) la gestión del conocimiento se refiere al grupo de actividades puntuales y precisas que siguen un orden, permitiendo la recolección, la estructuración y el compartir conocimientos relacionados con las actividades de la

organización, de esta manera ponerlo a la disposición de los usuarios, a fin de lograr utilizarlo como un referente para la toma de decisiones y alcanzar ventajas competitivas.

También Medina et al. (2018) dice que la gestión del conocimiento, se trata de un proceso que busca promover la generación, la colaboración y la utilización del conocimiento con mayor innovación para el aprendizaje organizacional, además, crea nuevos valores para elevar el nivel de competitividad, de esta manera alcanzar los objetivos con efectividad y eficacia.

Se mencionan algunos estudios como García et al. (2021), sobre la gestión del conocimiento en el sector hotelero, expresan entre sus conclusiones que dicha gestión representa una prioridad en las empresas del sector hotelero, observaron que en la realidad actual las organizaciones requieren de ventajas competitivas sólidas y valor objeto de entrega para los clientes, los cuales cada día se tornan más exigentes y volátiles en cuanto a las necesidades requeridas. Así mismo, se reconoce que en pleno siglo XXI las compañías requieren una posición sólida a corto, mediano y largo plazo e incursionar en la gestión no solo de activos tangibles.

En un estudio de Urdaneta et al. (2019) analizaron el impacto que tiene la gestión del conocimiento en la gerencia del talento humano, en el sector turístico. Para determinar la incidencia de estos factores, estudiaron el nivel de formación en la gestión del conocimiento, los resultados evidencian una alta incidencia en la gerencia del talento humano, así como la variabilidad entre ambas. En cuanto a los indicadores de la dimensión procesos de organización del conocimiento, visualizaron como buenos en cuanto a la identificación y adquisición del conocimiento, aceptables en el desarrollo de dicho conocimiento y excelente en la compartición del mismo. En relación con el uso, la retención y la medición de dicho conocimiento, estos se apreciaron como regulares, por ello, la gerencia debe establecer estrategias para hacer un mejor empleo, conservación y control para ser eficaz en su servicio.

Por su parte, Herrera (2018) presentó un enfoque cuantitativo desarrollando una investigación de aspecto social, con diseño no experimental y transversal para analizar como la gestión del conocimiento impacta sobre el desempeño de los hoteles tres estrellas de Miraflores en Perú. Para medir la variable de gestión del conocimiento, dicho autor aplicó el

cuestionario planteado por Lee & Choi (2003) que busca medir las 3 principales dimensiones de la gestión del conocimiento (creación-transferencia y almacenamiento - aplicación) en un formulario de veintiún preguntas medidas por la escala de Likert de cinco puntos.

2.1.3.1. Medición del nivel de conocimientos de los empleados

La actualización del conocimiento o capacitación es la formación continua que la empresa brinda a sus empleados para mejorar sus habilidades laborales (Herrera et al., 2018). Antes de poner en práctica un plan de capacitación, es menester realizar un diagnóstico de las necesidades de la compañía mediante metodologías como el análisis organizacional, de recursos humanos y el análisis de la capacitación. Por lo general se basa en indicadores a priori o a posteriori que identifiquen para qué capacitar, quién debe ser capacitado y en qué capacitar según lo establece Chiavenato (ob. cit.).

Las mediciones del capital intelectual se originaron en los años 1980 con la creación de algunos modelos que utilizan las organizaciones para medir y gestionar el conocimiento de su personal, con la finalidad de conocer el valor ese capital para aprovechar mejor su desempeño. Por ello, Sottosanto (2020) sugiere a los encargados del personal en las organizaciones hoteleras, hacer énfasis en la formación constante de los empleados y brindarles las herramientas necesarias para potenciar competencias, capacidades y aptitudes.

Existen varios modelos de factores e indicadores para la medición del capital intelectual. Según Funes & Hernández (2001):

los modelos que más se han puesto en práctica hasta la fecha son la Q de Tobin, Sistema Delfín Navegador, Monitor de Activos Intangibles, Modelo Holístico de *Ranbool*, Cuadro de Mando Integral o Marcador Equilibrado, Modelo de Dirección Estratégica por Competencias y *TechnologyBroker*. (p. 48)

A continuación, se detallan cada uno de ellos, destacando las técnicas e instrumentos utilizados:

La Q de Tobin es un indicador básico de beneficios y rentabilidad a largo plazo de un sector. El monitor de activos intangibles es una herramienta cuyo objetivo es guiar a los

directivos de las empresas en la identificación del flujo y renovación de tres activos intangibles (estructura externa, estructura interna y capacidad de las personas), así como evitar su pérdida. En relación con el modelo holístico de *ramboll*, se puede decir que evalúa los aspectos intangibles de la empresa mediante ocho grupos de indicadores; incluyendo variables relacionadas con la satisfacción de los empleados y el ámbito. Asimismo, el modelo de Dirección Estratégica por Competencias (DEC) está conformado por cuatro tipos de capital: humano, organizativo, tecnológico y relacional (Funes & Hernández, 2001).

Cabe acotar, que algunos de los modelos mencionados, han surgido a partir de los modelos conceptuales de *Tjänsteforbundet*, balance invisible, matriz de recursos y mediciones globales. Sin embargo, se tiene en cuenta que existen otros modelos considerados prototipos para la medición del capital intelectual debido a los resultados obtenidos en su implementación. Tal es el caso del navegador de *Skandia*, el *TechnologyBrokery* el cuadro de mando integral (Nevado & López, 2000).

El Sistema Delfín Navegador, mejor conocido como navegador de *Skandia*, lleva este nombre por la empresa desarrolladora del modelo. Este sistema propone elegir indicadores representativos de los siguientes cinco factores: humano, financiero, de proceso, de clientes y de desarrollo e innovación. Al igual que en el modelo de *Skandia*, el *Technology Broker* permite estimar el valor de mercado de una empresa a partir de la suma de activos tangibles. Este modelo de medición de activos intangibles, a diferencia de los anteriores, revisa una lista de cuestiones cualitativas sin llegar a la definición de indicadores cuantitativos (Nevado & López, ob. cit.).

Kaplan & Norton son los creadores de Cuadro de Mando Integral o Marcador Equilibrado, el cual, se utiliza como herramienta de medición y gestión en importantes empresas como American Express, AT&T y Taco Bell. La premisa sobre la cual construyeron el modelo y tener una organización con éxito, se deben satisfacer los requisitos solicitados por tres grupos de individuos: los inversionistas, los clientes y los empleados. Con este modelo se miden la productividad, la innovación y la eficiencia de los procesos (Funes & Hernández, ob. cit.).

Rodríguez (2019) encontró que la gestión del conocimiento tiene una relación muy significativa con el desempeño de los hoteles 3 estrellas de Miraflores, Perú. Además, al analizar los resultados de las encuestas aplicadas, determinó que las dimensiones medidas tienen un alto impacto en el desempeño hotelero. Gracias a la medición realizada, el empleador constató que al crear un conocimiento acorde con los objetivos de la empresa se puede tener un impacto positivo dentro de la misma. Así como también, pudo confirmar que mediante un aprendizaje compartido se logra una transferencia y almacenamiento de conocimiento asertivo hacia todos los colaboradores.

A su vez, Nevado & López (ob. cit.) proponen un modelo estándar para la medición del capital intelectual, compuesto por un capital humano, estructural y un capital no explicitado. El cálculo de estos capitales se basa en una serie de indicadores que permiten realizar un análisis descriptivo o evolutivo de la empresa o del sector. Su diseño permite estimar la estructura del capital intelectual de una compañía y determinar la importancia de los factores no controlables, posibilitando el establecimiento políticas de mejora en el capital intelectual, para conseguir un mayor valor de mercado entre otras actuaciones.

Con el objetivo de realizar investigaciones de algunos factores del capital humano, más el desempeño económico y el competitivo de las empresas del sector hotelero del Sur de Tamaulipas, México, Herrera et al. (2018) realizaron un cuestionario de 84 preguntas sometido a una investigación de campo piloto con 30 sujetos de estudio. Después de ser validado el cuestionario con el alfa de Cronbach; propusieron un instrumento de investigación confiable para estudiar algunos factores del capital humano como la actualización del conocimiento, la formación académica, la experiencia, las competencias de los empleados, la motivación profesional y el desarrollo organizacional.

Luego de haber investigado sobre la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizacional en los diferentes hoteles de la Ciudad de La Plata, Argentina, Sottosanto (2020) pudo observar los beneficios que tiene la transmisión de conocimientos en esos establecimientos, no solo por el desarrollo individual que obtienen los empleados, sino también por la competitividad generada a la empresa. A partir de su implementación se logran resultados concretos para el éxito de las organizaciones y de su competitividad.

Es importante tener en cuenta que no existe un modelo único de capital intelectual, como lo mencionan Nevado & López (ob. cit.) ya que, estos están asociados por lo general a la estrategia corporativa de la organización o negocio, por lo cual cada institución determina los indicadores más convenientes para evaluar sus capitales.

2.1.4. Funcionamiento del departamento de recepción

La palabra recepción proviene del latín “*receptio*”, significa acción y efecto de recibir (Real Academia Española [RAE], 2022, párr. 1). En hotelería, se denomina recepción al “espacio situado a la entrada de un establecimiento alojativo donde se gestionan las entradas y salidas de los clientes y se atienden sus necesidades y demandas durante su estancia” (Marrero, 2016, p. 118). Se considera el alma del hotel, ya que es el epicentro de la interacción con el usuario y su principal fuente de información para actividades y recursos internos o externos, como lo son direcciones, entretenimiento, recomendaciones, reclamos o sugerencias.

Para Calle et al. (2018) “el departamento de recepción es uno de los departamentos más importantes de un establecimiento hotelero, porque es el primer contacto que tiene el cliente con el hotel” (p. 136). En esta instancia, los visitantes son atendidos a su llegada y son despedidos a su salida, así como también, se gestiona, coordina y ofrecen diversos servicios para garantizar que la estadía de los huéspedes sea completamente satisfactoria. De igual forma, se espera de cada uno de los empleados del departamento de recepción brinden una atención eficaz, amable y rápida al cliente.

Por su parte Navarro (2010) destaca que el departamento de recepción es la carta de presentación de la empresa hotelera ante sus clientes. Es el primer y último contacto del huésped con el establecimiento, donde se forman las primeras impresiones del visitante sobre la cultura organizacional de la compañía. Al mismo tiempo, su misión es de gran relevancia dentro de los centros de alojamiento, ya que, de la atención brindada por el personal de este departamento depende el regreso del cliente. En ese mismo orden de ideas, Pílares (2012) agrega “la primera impresión que recibe el cliente es de suma importancia para el resto de la estancia y hace que el cliente se predisponga a favor o en contra del resto de departamentos” (p. 3).

Sobre las funciones del departamento de recepción, Calle et al. (2018) detalla que “es el centro de operaciones y trámites administrativos de registro, entrada y salida de clientes” (p. 137). Además, se encarga de las previsiones de ocupación, supervisa el número de plazas disponibles, procesa las reservas, asigna las habitaciones y entrega las llaves a los usuarios. Por otro lado, comparte la información diaria con el resto de las divisiones, engranando el trabajo con los otros departamentos del hotel, priorizando los requerimientos de atención continua al huésped.

Para servir al cliente en todo momento, por lo general, la recepción ofrece atención las 24 horas del día. Normalmente, la faena laboral se distribuye en tres turnos: mañana, tarde y noche. La cantidad de empleados asignados a cada jornada dependerá del tamaño y las necesidades del hospedaje. Las horas en las que se presenta la mayor cantidad de entradas y salidas de nuevos clientes son las comprendidas entre las 06h00 y 18h00 horas (Calle et al., 2018).

2.1.4.1. Ubicación y estructura organizativa

Es necesario que, desde la ubicación de la recepción se tenga una buena visualización de la entrada principal del hotel y de las áreas de acceso al interior de este; por eso, en la mayoría de los locales de hospedaje la recepción está ubicada en el *lobby* del hotel, que es el lugar por donde generalmente entra el cliente. De igual forma, esta ubicación, puede tener un adecuado control de las personas que entran o salen del lugar; garantizando mayor seguridad a los huéspedes. Sin embargo, varía según el hotel, si es pequeño o grande, dependiendo del número de habitaciones, grado de ocupación, volumen de trabajo y estancia media (Dorado, 2017).

Existen una serie de factores que influyen en la cantidad de elementos que debe tener este departamento, debido a las diferencias en las categorías y ubicación de cada hotel. Por su parte, Canle (2021) clasifica la tipología de los hoteles de la siguiente manera:

- Según la ubicación: no será igual un hotel de playa que uno rústico o de montaña, o uno ubicado en el centro de una gran ciudad.
- La categoría: mide la calidad de las habitaciones y de los servicios que ofrece el hotel, se mide de 1 a 5 estrellas doradas.

- Número de habitaciones: es decir, el tamaño del hotel. En un hotel grande se necesitará repartir más las responsabilidades de recepción que en uno de menor tamaño.
- La tipología del establecimiento: puede ser un hotel puro o, por ejemplo, un apartahotel o estar especializado en convenciones y eventos.
- El tipo de cliente: relacionado con lo anterior, se refiere a si la mayor parte de los clientes son familias, personas de negocios, turistas, deportistas, etc.
- La variedad de productos ofrecidos: los hoteles más grandes pueden albergar espectáculos y shows, gimnasio, sala de juegos, casino entre otros (párr. 7).

En este mismo orden de ideas, es clave para la organización del departamento de recepción si el hotel pertenece a una cadena hotelera, porque en ese tipo de negocios de grandes cadenas, se preestablecen las estructuras organizativas y se incluye una jerarquización de los puestos laborales que corresponde con los planes de la corporación. Cuanto mayor sea el tamaño del hotel, se incrementa la necesidad de asignar las responsabilidades dentro de la propia recepción para distribuir con eficacia las labores y no recargar de trabajo a ningún empleado, con el objetivo de mantener una óptima calidad del servicio.

Con respecto a la ubicación de los elementos del departamento de recepción de un hotel, se encuentran los *front office* y los *back office*, es decir, lo que ven los clientes y lo no visible del funcionamiento, la oficina. Navarro (2010) señala primeramente el conocido mostrador o *counter*, es la parte visible de la recepción, donde acontece el contacto directo con los visitantes. Está integrado por el jefe o director de la división, una persona encargada de la recepción y un ayudante. En hospedajes de alta categoría, se incluye a una persona encargada de conserjería.

En cuanto al *back office*, es el área no visible de la recepción explica Larrea (2021) “donde se realizan las tareas administrativas, como reservas, confirmaciones de llegada, listado de clientes. También efectúa negociaciones con agencias de viajes y mayoristas de turismo” (p.34). Está conformada por el personal administrativo, operativo y la jefatura de reservas. En muchos casos, se cuenta con personal para manejar la página *web* y redes sociales.

Con relación a la distribución de los elementos mencionados anteriormente, Dorado (2017) considera el estándar de tres subdepartamentos, comúnmente utilizado en establecimientos medianos; cuya ubicación es la siguiente:

- Mostrador de *hall o lobby*: en el lugar de recibimiento, también se brinda información, se atiende a las personas durante la estadía, se realiza la facturación y despedida de los huéspedes.

- Reservas: está situada cualquier espacio del hotel, puesto que no tiene contacto directo con los clientes.

- Créditos: como no precisa permanecer físicamente ante los clientes su ubicación es similar al de reservas.

En lo referente a hoteles de cinco estrellas, con un número de habitaciones superior a mil, en su mayoría tienen recepciones más modernas con más subdepartamentos como facturación y caja, que se encuentran ubicados cerca del mostrador. Igualmente cuentan con sala de espera o *lobby*, consiste en una zona de descanso donde el huésped pueda permanecer mientras es atendido; máquina programadora de llaves, generalmente acoplada al sistema informático; terminales para ordenador y sistemas informáticos para el registro de entradas y salidas a la habitación. Por otra parte, en los hoteles pequeños con pocas habitaciones la recepción también se divide entre el *front office* y el *back office*; con la diferencia que casi siempre ambos están ubicados en el *lobby* del establecimiento e incluso las funciones las realiza una sola persona.

La recepción de un hotel puede contar con una estructura organizativa propia y como se ha mencionado anteriormente, ésta varía dependiendo de varios factores, como ubicación, categoría, número y tipo de habitaciones, servicios que oferta y el perfil del cliente que se aloja (Navarro, 2010). Al mismo tiempo, Pilares (2012) especifica los 4 factores a tener en cuenta al momento de asignar el capital humano del departamento de recepción. El primero es el tipo de establecimiento, el cual, dependiendo de su temática o especialidad; pueden ser hoteles rurales, spa, boutique, gastronómicos, de playa, urbanos (Bauer, 2021).

El segundo factor es la categoría, característica que interviene directamente en la formación del personal, pues a medida que se sube de categoría o estrellas, se amerita mayor especialización del equipo laboral de este departamento, con dominio de funciones específicas, mejor capacitados y con mucha experiencia en áreas de interés puntuales. Por el contrario, a medida que disminuye la categoría, se exige menos grado de especialización del personal, pudiendo desempeñar una misma persona varias funciones al mismo tiempo.

En tercer lugar, está la ubicación y tipo de clientela, estos dos factores casi siempre van juntos. Cabe destacar, no es lo mismo organizar la recepción en un hotel de ciudad, con perfil ejecutivo a uno de playa o vacacional. Aunque en ambos se realizan prácticamente las mismas funciones como reservas, control de disponibilidad, recepción y despedida de clientes, información, facturación de servicios. La atención en la ciudad exige mayor rapidez y experiencia que en un hotel vacacional e incluso si se tiene el factor pernoctación, siendo en los hoteles de ciudad las estancias más cortas que en los vacacionales.

Por último, el autor se refiere al grado de automatización. Mientras más elementos tecnológicos tenga el hospedaje, probablemente sea mayor de categoría, haciendo las funciones con más rapidez, pero con una mano de obra muchísimo más especializada. Por el contrario, a menor categoría de hotel encontraremos un grado de automatización más bajo recayendo la mayor parte de las funciones bajo una misma persona (Pilares, 2012).

2.1.4.2. Organigrama del departamento de recepción.

Para llevar a cabo sus operaciones diarias cada establecimiento hotelero, ya sea pequeño, mediano o grande, necesita una estructura organizativa. En el caso específico de la recepción el organigrama, como se visualiza en la Figura 1, se utiliza para delegar la autoridad y especificar las tareas dentro del departamento. Es útil para la interrelación de los empleados de la organización, pero también para nuevos trabajadores, colaboradores, proveedores e inversores.

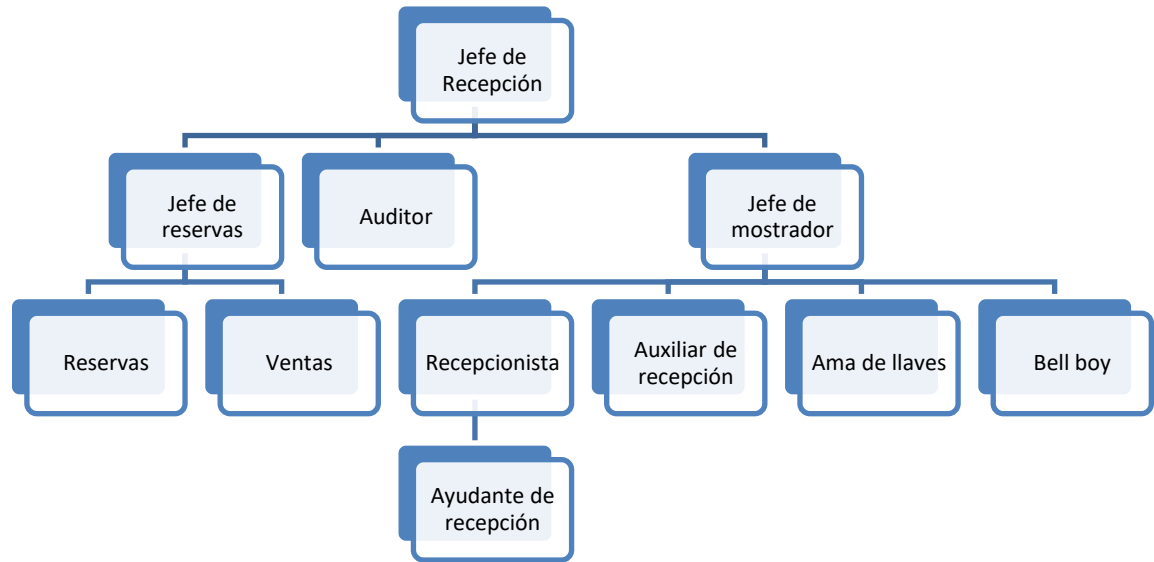


Figura 1. Organigrama del departamento de recepción.

Fuente: Palma & Rumipamba, 2022. Adaptado por Gallardo (2022).

2.1.4.3. Funciones del talento humano del departamento de recepción

A continuación, se detallan las funciones del personal que labora en el departamento de recepción.

2.1.4.3.1. Jefe de recepción

Según Calle et al. (2018) el jefe de recepción le reporta directamente al gerente del hotel y sus funciones principales son las siguientes:

- Planificación, organización, coordinación, dirección y control.
- Distribuir y asignar funciones al personal de recepción teniendo en cuenta los pronósticos de ocupación y movimientos de huéspedes individuales y grupales.
- Permitir que los empleados participen en la planeación.
- Articular el trabajo del sector con los demás departamentos del hotel considerando los requerimientos de atención continua al huésped.
- Plantear programas de trabajo flexibles.

- Buen aprovechamiento de los recursos.
- Considerar las cualidades del personal cuando se asignen tareas y responsabilidades.
- Entrenar y capacitar al personal a su cargo en procesos operativos del área de recepción, atención al cliente y normas de seguridad, según procedimientos del establecimiento, para asegurar su desempeño de una manera eficiente y eficaz.
- Insistir y hacer entender al personal cómo el trabajo en el área afecta el desempeño en otros departamentos y a la imagen del hotel.
- Supervisar el desempeño del personal a su cargo, según procedimientos del establecimiento.
- Asistir al departamento de recursos humanos y a la gerencia del hotel en la organización, toma de personal y reasignación de funciones relativas al área de recepción.
- Supervisar las acciones del personal de recepción en lo concerniente a la atención del cliente, considerando el cumplimiento de los procedimientos establecidos por el establecimiento.
- Autorizar bloqueos, prolongación de estadías, salidas tardías y cortesías a los huéspedes considerando los procedimientos del hotel.
- Controlar que se efectúen los créditos y débitos en las cuentas de los huéspedes, basándose en lo dispuesto por la administración y gerencia.
- Realizar horarios de trabajo de acuerdo con las necesidades del departamento u ocupabilidad, con correspondencia con el departamento de talento humano (p.143).

Muchas son las funciones del jefe de recepción, además de asistir, supervisar y motivar al personal a su cargo, le corresponde capacitarlo para su exitoso desempeño.

2.1.4.3.2. Jefe de reservas

El responsable de las reservas tiene entre sus encargos captar y manejar las solicitudes de reservas. Lo que significa que confirma, cancela, modifica, pospone o deniega solicitudes hechas, de acuerdo con la disponibilidad de la instalación (Castro, 2022). Así mismo, supervisa y dirige el buen desempeño de los asistentes de reservaciones y ventas, los cuales se encargan de atender las reservas que lleguen través de los distintos canales: correo electrónico, teléfono, fax, agencias de internet, las reservas de grupo o tour operadoras. Otra de sus funciones es el control de los depósitos, que consiste en manejar el dinero proveniente de los pagos correspondientes a las reservas y enviarlos al jefe demostrador (Hinojosa et al., 2013).

Por su parte, Palma & Rumipamba (2022) consideran como parte de las labores de reservas el mantener informados a los otros departamentos del hotel sobre la disponibilidad, solicitudes de ocupación, clientes VIPS y con atenciones especiales, grupos y regímenes. Así mismo, facilitan la documentación de los futuros clientes a mostrador con anticipación; procesan toda la documentación de la reserva al momento del registro y después de la salida del cliente. Confeccionan todos los impresos, tales como, libro y hojas de reservas, *plannings* y lista de llegadas.

A cargo del jefe de reserva están los empleados de ventas, quienes diseñan las estrategias de negocios, contacta con empresas, agencias y grupos para la venta de las habitaciones, verifican todos los procesos y presupuestos de ventas. Es importante señalar que el éxito del trabajo de la recepción depende en gran medida del desempeño realizado en la oficina de reservas, pues es esta quien conoce con anticipación todo lo relacionado con la posible estancia del cliente en el hotel (Castro, 2022).

2.1.4.3.3. Auditor

Dentro de sus competencias está verificar todos los ingresos que se realicen en el área de recepción para ejecutar el cierre final del día, en otras palabras, se encarga de los consumos de los clientes, así como también de control y cierre de facturas, supervisa el saldo y las deducciones. Confirma que los cortes de caja se hayan realizado correctamente. También, separa, supervisa y cuadra los cheques de consumo, verificando las formas de pago (efectivo,

tarjetas, responsabilidades, planes, *hall* inclusive y cargo habitación. Facilita a los demás departamentos toda la documentación relacionada con las liquidaciones de los departamentos de servicios y realiza el cierre diario.

2.1.4.3.4. Jefe de mostrador

Sus funciones se relacionan con todas aquellas necesidades del cliente con el establecimiento a lo largo de su estancia, especialmente, desde el punto de vista administrativo. Es el encargado de supervisar las reservas y demás documentación al momento de la llegada del huésped. Se ocupa también de recibir la información sobre la venta de habitaciones y verifica la disponibilidad de estas, informando a los involucrados cuales están ocupadas, libres o bloqueadas. Ejerce la vigilancia del establecimiento y mantiene el control del traslado de los equipajes del cliente, así como el acompañamiento de los huéspedes a sus habitaciones.

Además, se encarga de la jefatura de los botones, porteros y mozos de equipajes. Vela por el cumplimiento de los posibles encargos de los visitantes, recoge su correspondencia y se asegura de comunicarle los avisos. El Manejo de quejas está entre sus funciones, así como también la formulación de estadísticas de ocupación según los periodos temporadas y los reportes e informes de su área (Palma & Rumipamba, 2022).

2.1.4.3.5. Recepcionistas

Son los encargados de recibir a los huéspedes, dar información general y del hotel de manera clara y con amabilidad; hacer el registro de entrada del huésped (*check in*) y de salida (*checkout*); llevar el control de la entrada y salida de los huéspedes, así como también, asignar, vender y controlar el acceso a las habitaciones y el control de las llaves. Dentro de sus funciones está el cobro de facturas en efectivo o a crédito. Además, reportan al ama de llaves sobre las habitaciones desocupadas, para fines de limpieza y chequea el reporte de suministrado por esta. Coordina el trabajo con el equipo humano de recepción y actúa como nexo entre los huéspedes y los otros departamentos del establecimiento. Por último, el recepcionista debe asegurarse de mantener al huésped satisfecho durante su estancia en el hotel (Calle et al., 2018).

2.1.4.3.6. Ayudante de Recepción

Dorado (2017) manifiesta entre las responsabilidades del ayudante de recepción se encuentran: ayudar con las labores de la división, participar de forma proactiva en las tareas propias que se desarrollan en el departamento de recepción. También, apoyar en la coordinación, organización y dirección al jefe de recepción y al resto del equipo de trabajo; además, ejecutar labores sencillas de recepción y atender al público en las tareas complementarias de recepción.

2.1.4.3.7. Auxiliares de Recepción

Es frecuente encontrar en algunos establecimientos hoteleros a los auxiliares de recepción asumiendo varias funciones, es decir, un mismo empleado encargado de las responsabilidades de un portero, maletero, ascensorista, conserjes, telefonistas entre otros. Esto depende del tamaño del hotel y de la cantidad de habitaciones. En hoteles donde no existe el departamento de conserjería, estos auxiliares de la recepción le reportan directamente al jefe de mostrador, pero cuando este existe, se subordinan al responsable de la conserjería (Navarro, 2010).

2.1.4.3.8. Ama de llaves

Un ama de llaves de un hotel es la persona designada del aseo y la higiene de las habitaciones y de las distintas áreas del establecimiento de hospedaje. También, se responsabiliza por preservar la estética y el orden de los lugares comunes que conforman la edificación hotelera. Entre sus funciones se encuentra mantener la limpieza general de las habitaciones, lo que incluye cambiar y ordenar las sábanas, sacar la basura, desempolvar mesas, escritorios y demás elementos de la habitación; limpiar los pisos, baños, paredes, ventanas y demás áreas. Además, desinfectar con regularidad los espacios públicos del establecimiento e informara recepción o al departamento pertinente sobre el estado de los cuartos y otras áreas de la instalación hotelera (Chávez, 2022).

2.1.4.3.9. Bell Boy

El *Bell boy*, también conocido como botones o maletero, es una figura que pertenece al departamento de recepción y su responsabilidad principal es la atención al cliente desde la

entrada hasta la salida, ayudándole con el transporte de los equipajes y otros servicios personalizados, como por ejemplo la solicitud de taxis. Se encuentra ubicado en el mismo mostrador de recepción, pero no por esto deja de tener su organización y funciones propias, coordinadas por el jefe de departamento de recepción. Acompaña al cliente hasta su habitación y le explica cómo funcionan luces, la llave y otros servicios como control de tv, aire acondicionado o cocina. Atiende al cliente en los servicios propios de conserjería y colabora en el mantenimiento del orden y la limpieza de las zonas de recepción y portería.

2.1.4.4. Perfil del empleado del departamento de recepción

Las personas encargadas de la recepción son la primera cara que ven los huéspedes al llegar, por lo tanto, estos profesionales representan la imagen de la marca y de su trabajo depende que los clientes se lleven una buena o mala primera impresión del hotel (Calle, et al., 2018; Marrero, 2016; Pilares, 2012). Por ello, es necesario que el personal de recepción sea una persona con vocación de servicio, buenos modales, con habilidades para la comunicación, dominio de las reglas de protocolo y una excelente capacidad de gestión del tiempo de trabajo.

Debe ser un buen comunicador, ya que amerita mantener un diálogo personal, por teléfono e incluso a través de email con los clientes; siendo de mucha utilidad manejar diferentes idiomas y herramientas tecnológicas que le permitan mantener una comunicación fluida en todo momento con los clientes y con los demás departamentos (Calle, et al., 2018). Sin embargo, comunicarse no implica solo hablar, un buen recepcionista también debe ser capaz de escuchar a sus huéspedes para darles el mejor servicio posible.

La resolución de los problemas de los clientes es otra de las funciones del profesional de recepción. Hay clientes quienes tienen una experiencia satisfactoria, otros se quejan, incluso huéspedes muy exigentes o de distinta procedencia, con diferentes gustos y costumbres, que le solicitarán sus servicios de diversas maneras (Castro, 2022). Por ello, como profesional, está obligado a analizar las situaciones que se puedan presentar en su día a día y usar su sentido común, así como la diplomacia para tomar decisiones alineadas con la empresa en la cual trabaja.

El trabajo en la recepción es también un trabajo administrativo, por lo que el recepcionista debe tener conocimientos básicos sobre la gestión de una oficina, incluyendo planificar, organizar, dirigir y controlar herramientas tecnológicas y manejo de los programas específicos usados por el hotel (Dorado, 2017). Además, debe ser ordenado y perceptivo, capaz de mantener debidamente actualizados los registros y archivos.

Este perfil profesional tiene bastante libertad a la hora de gestionar su tiempo de trabajo, por eso es importante ser disciplinado, capaz de organizar las diferentes tareas que le corresponde atender. También se exige a este profesional, sea multitarea y proactivo, preparado para resolver cualquier tipo de situaciones. Se trata en definitiva, de un puesto de trabajo ideal para personas a las que les guste estar de cara al público, propiciando siempre el logro del trabajo en equipo; conscientes de la gran confianza depositada en ellos, deben ser honestos y leales a su empresa; dispuestos a elegir siempre el camino correcto y así se les abrirán las puertas del progreso personal y profesional.

2.1.4.5. Satisfacción laboral

La satisfacción, es la valoración de un servicio o producto basado en la atención de las necesidades y expectativas del cliente. En ese sentido, Mora & Mariscal (2019) consideran la satisfacción laboral como la relación entre las necesidades de los empleados y la valoración que la organización les demuestre, en otras palabras, realmente el trabajador percibe los aportes o consideraciones que tiene la organización hacia él y si es capaz de verlo como importante. Cada trabajador tiene preconcebidas sus expectativas y percepciones sobre el comportamiento de la organización para con él, incidiendo directamente en su satisfacción laboral y por consiguiente en su motivación. Todo lo antes mencionado, afecta el clima profesional y el desempeño satisfactorio tanto individual como de la empresa.

Numerosos autores reflejan la importancia de la satisfacción laboral como parte de la gestión de calidad total en establecimientos de hospedaje; entre ellos Hikymura (2005) como se citó en González et al. (2011) observó que la orientación a los clientes por parte de los empleados ejerce una influencia positiva sobre la satisfacción laboral y el compromiso de estos con la organización.

2.1.4.5.1. Satisfacción de los empleados

En ese mismo orden de ideas, Cahuaya & Ñahuincopa (2016) creen que la satisfacción de los empleados es generada por la calidad interna del servicio. Esto implica, la existencia de una buena relación entre cada persona que integra la empresa, un ambiente laboral agradable, en el cual los empleados se sientan motivados por su trabajo, se reconozca el desempeño que realizan y los resultados logrados. Si el empleado se siente satisfecho con su trabajo, mejora su calidad de vida laboral, impulsándolo a comprometerse con la empresa.

En definitiva, la satisfacción de los empleados representa un pilar esencial en el camino al éxito de las compañías hoteleras. Por lo tanto, está en manos de los directivos de los hoteles desarrollar las capacitaciones necesarias para generar motivación, seguridad y habilidades en sus empleados, que contribuyan a la satisfacción del usuario y al cumplimiento de los objetivos de la organización. En palabras de González et al. (2011) los trabajadores ya no son el activo más importante de la organización, sino que son la organización misma

2.1.4.5.2. Satisfacción del cliente

Para Gosso (2010) la satisfacción del cliente puede definirse como un resumen de la relación afectiva y cognitiva en un intercambio de servicios o ante un incidente presentado al momento de prestar la atención. Por su parte, Ramírez et al. (2020) describe la satisfacción como los sentimientos de felicidad del cliente cuando el prestador del servicio cumple con sus expectativas. Internacionalmente, se ha tomado a la satisfacción del cliente como un componente muy valioso para que una organización sea considerada competitiva (Flores et al., 2016) por otro lado, la lealtad de por vida del cliente con el servicio ofrecido depende en gran medida de su satisfacción (Kotler et al., 2011). Asimismo, la calidad del servicio se ha identificado como estrategia clave para un mayor nivel de satisfacción del cliente. Por su parte, Gosso (ob. cit) menciona que tanto la satisfacción del cliente como la percepción de la calidad del servicio tienen un impacto positivo en la intención de recompra del cliente.

Los clientes no compran servicios ni productos, más bien compran resultados que les produzcan valor. En otras palabras, el beneficio percibido por el cliente resulta de la relación entre los resultados obtenidos, como estos se presentaron y el costo de alcanzar el servicio.

A medida que esta relación sea más positiva, mayor será la satisfacción del cliente (Cahuaya & Ñahuincopa, ob. cit.).

2.1.4.5.3. Satisfacción del empleador

Muchos gerentes manifiestan lo difícil que es encontrar empleados calificados y motivados capaces de satisfacer a los clientes, según ellos, se han vuelto exageradamente demandantes (Lovelock, 2009). Afortunadamente, existen empresas de servicios que saben satisfacer a sus clientes mientras realizan una operación productiva, con empleados competentes y confiables. También, el autor asegura que para lograrlo se necesita estar comprometido en la administración efectiva de los recursos humanos, incluyendo la selección, el reclutamiento, motivación y capacitación de los empleados.

Aunado a esto, si las personas se sienten motivadas y satisfechas, se consideran importantes dentro de la organización, significa que el empleador habrá impactado sobre la vida de sus empleados. Esto se logra cuando el propio desempeño del trabajador tiene una fuente de retroalimentación directa y clara con respecto a lo bien o mal que se ha hecho.

Una vez que los empleados comprendan y respalden las metas de una empresa, el empleador debe guiarlos e inspirarlos hacia los valores que fortalezcan la compañía, esto estimulará su pasión por dar un mejor servicio y les brindará una vida laboral satisfactoria. Es por ello, la alta gerencia y la gerencia media, incluyendo a los supervisores, necesitan reforzar continuamente una cultura firme que destaque la productividad y la excelencia en el servicio (Lovelock, 2009).

2.1.4.6. Medición de la satisfacción del servicio de recepción

La verdadera prueba del compromiso de una empresa hotelera con la satisfacción y la calidad de su servicio está en la capacidad de respuesta ofrecida a las quejas de sus clientes. Aunque estas manifestaciones de inconformidad generalmente tienen efectos negativos en el compromiso del personal, en especial en los trabajadores de recepción, los empleados con una actitud positiva hacia las cosas que son poco satisfactorias para los clientes y hacia su propio trabajo tienen mayores posibilidades de mejorar para ayudar a sus clientes, traducido en una mejora en la calidad del servicio. Esto lleva a estar de acuerdo con Lovelock (ob. cit.)

cuando afirma que “el éxito en esta área incluye la capacitación y motivación de los empleados” (p. 395).

Con la premisa del autor antes mencionado, se percibe la necesidad de realizar mediciones periódicas de la calidad de los servicios; pues lo medido se puede analizar y controlar. Para realizar dichas mediciones se deben usar instrumentos que permitan identificar y medir correctamente las dimensiones claves, así como evaluar su impacto sobre la satisfacción del huésped, facilitando a los gerentes la toma de decisiones relacionadas con las mejoras requeridas en la organización.

Entre estos instrumentos se encuentran: las encuestas transaccionales y las tarjetas de retroalimentación según lo acotado por Lovelock (ob. cit.) las encuestas representan uno de los tipos de retroalimentación usada para indicar a la empresa las razones por las cuales los clientes están contentos o no con el proceso. Estas son las más procesables, porque permiten hacer preguntas sobre la estancia a profundidad y por lo general brindan información específica sobre formas de mejorar la satisfacción de los clientes. Se realizan después de que los visitantes han completado su estadía.

En cuanto a las tarjetas de retroalimentación del servicio, estas son herramientas poco costosas para medir la satisfacción de la atención. Al concluir su visita el cliente recibe una invitación de retroalimentación para expresar sus opiniones por escrito y devolverla al recepcionista. Menciona Lovelock (ob. cit.) estas tarjetas aun cuando pueden ser un buen indicador de la calidad del proceso, ofreciendo retroalimentación sobre lo bueno o lo malo del servicio, dichos participantes no son representativos por la existencia de sesgos hacia los clientes muy satisfechos o insatisfechos.

Se mencionan algunos estudios como el de López y Serrano (2001), logran determinar las dimensiones más importantes en la medición de la calidad del servicio hotelero, para ello optaron por usar el modelo *servqual* diseñado por Parasuraman, Berry & Zethaml. Dicha escala consta de dos secciones de 22 ítems cada una, que evalúan expectativas y percepciones. Las investigadoras concluyeron que las dimensiones más importantes fueron la fiabilidad, las características del personal, los elementos tangibles y la oferta complementaria. Sin embargo, para los clientes encuestados, los aspectos relacionados con

la forma de prestar el servicio son más importante que otros meramente tangibles. Cabe destacar, las dimensiones que mide el modelo servqual son: empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y elementos tangibles

Por su parte, Barros & Alves (2004) como se citó en Daza (2013) analizaron los niveles de productividad de una cadena de hoteles portuguesa usando la metodología del análisis envolvente de datos (DEA). La metodología DEA, es una técnica no paramétrica que utiliza programación matemática lineal para estimaciones de los niveles de eficiencia en la toma de decisiones (Rey, 2020); y sirve de referente para el desarrollo de estrategias de mejora en la calidad del servicio.

Sánchez et al. (2011) concluyen en su investigación con respecto al nivel de formación de los empleados, este influye significativa y positivamente en la satisfacción obtenida por el cliente, corroborando la relación entre capacitación y calidad relacional del servicio percibido por los huéspedes. Es imperativo acotar, los autores llegaron a esta conclusión después de evaluar la variable formación de los empleados desde la perspectiva del personal que está en contacto directo con los clientes, pues forma parte de su trabajo y comparte la misma visión de la empresa referente a la calidad de servicio. Los investigadores obtuvieron sus datos mediante un cuestionario de investigación para empleados y otro para clientes aplicado en hoteles ubicados en el estado de Veracruz, México.

Males (2018) en su estudio, descubrió con respecto a la percepción de satisfacción de los turistas sobre la atención del personal en los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Tulcán, son medianamente aceptables. Entre los factores positivos detectados menciona: la predisposición para ayudar a los clientes, la limpieza en su presentación personal y la imagen de confianza que reflejan en los lugares de trabajo. Entre los aspectos negativos pueden notarse: falta de distintivos que diferencien las funciones de los empleados, el desconocimiento real de sus responsabilidades específicas al realizar múltiples labores y el inexistente plan de mejoras y sugerencias.

2.1.4.7. Modelos conceptuales de calidad de servicio

Dos de los modelos conceptuales de calidad de servicio más conocidos en el marketing de servicios, son el modelo nórdico y el americano según (Benalcázar, 2016) los

cuales buscan proyectar como los clientes valoran la calidad de servicio ofrecida por las empresas. El modelo nórdico creado por Grönroos plantea “la calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad total en tres tipos de dimensiones: la técnica (qué se da), la funcional (cómo se da) e imagen corporativa” (Colmenares & Saavedra, 2007, p. 40). Este modelo evalúa la calidad de servicio deseado y el experimentado al concluir la estancia del turista.

En lo relativo al modelo americano conocido como *servqual*, Benalcázar (ob. cit.) acota que se fundamenta en la estructura de la desigualdad, aquí los clientes comparan sus esperanzas con sus impresiones para cada uno de los criterios tomados como base de la excelencia en el servicio, es decir, equiparan lo que ellos quieren o esperan obtener, en relación con la percepción de los componentes tangibles del servicio realmente obtenido. A pesar de la amplia difusión y gran popularidad de dicho modelo, este ha sido objeto de críticas por múltiples autores al cuestionar su validez y plantear problemas durante su aplicación (Markovic & Raspor, 2010).

Ante las críticas mencionadas anteriormente, Cronin & Taylor (1992, citado por Duque & Parra (2015) proponen una medida basada únicamente de las percepciones, creando un nuevo modelo de medición denominado la escala *servperf*. Este modelo es una modificación del modelo *servqual*, más corto y presenta menos problemas de validez. El seguimiento realizado por Duque y Parra, indica que el modelo *servqual* sigue siendo el más reconocido y utilizado en la industria de hospitalidad a pesar de los problemas de confiabilidad y en segundo lugar se encuentra el modelo *servperf*.

El estudio realizado por Duque & Parra (2015) ha permitido tener una visión más real de los modelos de medición de calidad de servicio. Estableciendo con el pasar del tiempo, como estas escuelas nórdica y norteamericana han tenido influencia en el desarrollo de otras escalas aplicables especialmente en la industria hotelera. Por ejemplo, la escala *lodgserv*, la *logqual* y la *hotelqual*, creadas para ser aplicadas exclusivamente en hoteles y enfocadas únicamente en la percepción del cliente, deja sin medición las apreciaciones de los clientes hacia las expectativas, ya que no siempre son reales o fáciles de alcanzar para un establecimiento de servicio.

2.1.5. Sistema de capacitación hotelera

La capacitación del personal en los hoteles es cada vez más común, pues estas buscan dotar de habilidades a sus empleados en temas u ocupaciones específicas y reforzar así su conocimiento. De esta manera, el trabajador se instruye con nuevos aprendizajes e incrementa sus posibilidades de ascender de cargo. Por su parte, la empresa les proporciona motivación a sus trabajadores y los estimula a consolidar sus conocimientos. Esto definitivamente representa un beneficio para el negocio (Pérez, 2022).

La capacitación representa las acciones didácticas destinadas a ampliar las aptitudes del personal que labora en un hotel, con el fin de lograr un mejor desempeño en su cargo. Al respecto. Torres et al. (2021), define la capacitación como:

un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual los colaboradores adquieren o desarrollan conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo y modifica sus actitudes frente a sus deberes en la organización, el puesto o el ambiente laboral. (p. 21)

Para Pérez (ob. cit.) el proceso de adiestramiento se basa en las técnicas utilizadas para capacitar a los trabajadores de la empresa, comenzando con cursos de terminología hasta adiestramientos más complejos y extensos sobre manejos de tecnologías o de cualquier otro tema relacionado con las funciones desempeñadas en el área laboral. Dentro de este proceso existen tres sistemas eficaces para llevar a cabo con éxito la capacitación para el trabajo, las cuales son la fase de entrada, programa de capacitación y, por último, la evaluación.

En primer lugar, siguiendo la explicación del autor antes mencionado, está la fase de entrada, este es el momento donde se analizan las fortalezas y debilidades del hotel, los objetivos, las metas a corto, mediano y largo plazo. Al mismo tiempo, se realiza un análisis situacional para determinar la existencia de conflictos dentro de los departamentos, se revisan las políticas laborales y se evalúa al personal. Una vez ubicados los problemas y establecidas las posibles soluciones, se puede disponer a la preparación de los trabajadores usando los elementos informativos adecuados para tomar decisiones concretas y garantizar el éxito de la capacitación.

Una vez concluida la primera fase, se avanza al programa de capacitación, el cual consiste en “un documento cuyo contenido se integra por un conjunto de programas determinados, ordenados por las distintas áreas laborales, niveles de ocupación y producción, cuidando los detalles de las actividades implicadas” (Pérez, 2022, párr. 22). En otras palabras, es un plan o programa que incluye una serie de acciones de formación y adiestramiento de personas, donde los aprendizajes se imparten mediante actividades teóricas o prácticas.

Es importante destacar, un buen plan programa de capacitación amerita la formulación apropiada de consideraciones, recursos y necesidades para transmitir los conocimientos o habilidades deseadas, así como también, el tiempo que llevará su implementación. De la misma manera, le permitirá a cada empleado se organice de acuerdo con una planificación apropiada, adaptada a su horario laboral para que pueda cumplir con las actividades formativas.

En la tercera fase se miden los resultados del aprendizaje de cada empleado después de realizado el curso. También se comprueba la efectividad, coordinación y calidad de los contenidos impartidos en los eventos realizados en la capacitación. La evaluación se utiliza para determinar si los programas de capacitación desarrollados cumplen sus objetivos y metas. Además, una vez concluido el curso se debe analizar el alcance de la capacitación en las áreas ocupacionales, a fin de para mejorar o sustituir los programas de capacitación.

2.1.5.1 Tipos de capacitación

En la actualidad, todos los programas de capacitación utilizan técnicas interactivas para acrecentar en sus empleados la motivación y el crecimiento personal, logran de esta forma que el personal se identifique con el hotel y se sienta comprometido con su visión, misión y objetivos. Para ello, antes de iniciar el programa de capacitación, se realiza un análisis de las necesidades dentro de la empresa.

En este orden de ideas, la capacitación está dirigida a aquel trabajador que va a desempeñar una nueva función dentro del establecimiento, ya sea porque es un empleado nuevo en la empresa, por una reubicación o porque va a un puesto de mayor jerarquía. Por tal motivo, el adiestramiento recibido puede desglosarse en tres grandes grupos: la capacitación de preingreso, la de inducción y la promocional.

La capacitación de preingreso la define Pérez (2022) como la que se efectúa para la selección de empleados y pretende ofrecer al nuevo personal los conocimientos o destrezas necesarias para el buen desempeño de su cargo. En lo que respecta a la capacitación de inducción, consiste en enseñar una serie de funciones para propiciar la integración del nuevo trabajador a su puesto, a su equipo, a su superior y a la compañía.

Para finalizar esta la formación otorgada al empleado, se busca la posibilidad de ascender a un cargo de jerarquía superior a la que desempeña, denominada como capacitación promocional, la cual comprende el grupo de adiestramientos orientados al cumplimiento de actividades que impulsen el mejoramiento de las actitudes de los empleados. Un hotel que mantiene capacitaciones continuas para sus trabajadores siempre contará con un recurso humano actualizado, impactando de manera positiva en la productividad de la organización.

En ese sentido, la capacitación continua puede ser vista como un proceso de educación permanente a lo largo de la vida, que implica a la persona de forma integral y la relaciona con cualquier tipo de quehacer productivo en el ser humano. Por lo tanto, se considera un elemento esencial en el desarrollo de la civilización (Vargas, 2004). En otras palabras, es un proceso de formación en diversas competencias de la actividad laboral con una visión creativa e innovadora que motive al empleado a continuar formándose. Surge a raíz de los requerimientos de actualización de conocimientos y capacidades en el tiempo, presentadas por el sector productivo y materializadas por medio de diferentes dinámicas de capacitación, presenciales o virtuales, que abren una gama de oportunidades para todos (Nava et al., 2009).

El proceso de capacitación como parte de la educación continua dentro de las organizaciones hoteleras sirve para mejorar las capacidades del personal en el desempeño de sus tareas cotidianas, así como para la resolución de conflictos y la toma de decisiones. Además, prepara a la persona para afrontar los cambios tecnológicos y las constantes transformaciones de las estructuras productivas, refuerza los procesos de actualización institucional para el logro de metas, mantiene a los trabajadores preparados para cumplir con la demanda de servicios que exige el sector (Nava et al., 2009).

En este mismo orden de ideas, el fundamento aportado por Aguirre (2022) sobre la educación continua abre las fronteras para la capacitación profesional, ya que ofrece la posibilidad al mayor número de personas posible de dar respuesta a la demanda de educación para toda la vida. Esta modalidad, es considerada como una nueva frontera de la educación por los rasgos que la definen como la educación del próximo siglo. Es una nueva forma, de dar respuestas a las demandas de adaptación progresiva del constante cambio visto en la sociedad.

Es importante, presentar el estudio de Enríquez (2019) en su investigación cualitativa, realizada para analizar el nivel de competencias laborales del talento humano en hoteles de la ciudad de Tulcán, México, identificó el deseo de capacitación continua de los empleados entrevistados, así como, su compromiso con el nivel de competencias laborales, anhelo de superación, motivación por ser cada día más competitivos y estar actualizados para el cumplimiento de sus funciones. Concluyendo que, a pesar del buen desempeño de la mayoría del personal de los hoteles incluidos en el estudio, las necesidades de una formación continua son evidentes tanto en las competencias generales, como específicas.

2.1.5.2. Objetivos de la capacitación

Todo adiestramiento es útil y necesario, pues genera beneficios personales a cada persona que lo realiza. Como se ha afirmado antes, la capacitación implementa oportunidades para el continuo desarrollo personal y de destrezas o habilidades directamente relacionadas con el desempeño del cargo actual. Además, dentro de sus objetivos está organizar al talento humano para la ejecución de varias responsabilidades asignadas dentro del establecimiento hotelero. Así mismo, incrementa las aptitudes del individuo mediante el entrenamiento.

Otro de los objetivos de la capacitación es desarrollar nociones específicas para profundizar en la conceptualización de ideas y mejorar la aplicación de conocimientos en la práctica administrativa o para elevar el nivel de generalización, desarrollando en el personal competencias que le permitan pensar en términos generales y amplios. También se plantea aumentar el desempeño profesional, alcanzar objetivos estratégicos y lograr un ambiente laboral eficaz y eficiente.

2.1.5.3. Acerca de la propuesta de capacitación

Un plan de formación como lo expresa Males (2018) es un escrito que especifica las diversas acciones formativas, programadas de manera secuencial sobre la formación de los recursos humanos en un período determinado, de acuerdo a las estrategias de formación profesional, de recursos humanos o/y la estrategia de la empresa. Dicho plan debe ser dinámico y flexible, con acciones formativas precisas para cada momento, además realista y ajustadas a las exigencias y necesidades grupales e individuales.

Para Benalcázar (2016) un programa de capacitación se torna conveniente para el personal de un hotel, se trata de un método de poca inversión para la empresa, donde se brindan nuevos conocimientos y se actualiza la instrucción recibida en capacitaciones anteriores, ya sea por experiencia adquirida a lo largo del desempeño en el trabajo.

Se mencionan algunas investigaciones donde se propone un plan de capacitación, entre ellos se encuentra el de Alfonso & Zambrano (2021) los cuales presentan una propuesta de acciones de mejora para los establecimientos de hospedaje de Manta, Ecuador. Se trata del diseño de un programa de capacitación integral para el talento humano en el sector de hotelería, cuyo objetivo fue mejorar los conocimientos del talento humano, para ello plantearon ejecutar seis módulos, entre los que se encuentran: la atención al cliente, la calidad en los servicios, la planificación y organización del personal, comunicación y liderazgo, seguridad e higiene ocupacional y por último idiomas internacionales, considerando que estos módulos pueden variar según la necesidad de aprendizaje y la modalidad que se desee realizar.

El trabajo realizado por Males (2018) sobre la formación técnica del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de Tulcán, Ecuador, presentó como resultado que los establecimientos de alojamiento poseen por cuenta propia un programa de capacitación. Percibió que el plan de mejoramiento profesional y laboral es común en los hoteles de 4 estrellas, casi nulo en los de 2 estrellas e inexistentes en los hoteles de 1 estrella. También, reportó: casi la mitad de los empleados de los establecimientos hoteleros en la ciudad de Tulcán jamás han recibido capacitación en el área de turismo o afines, esto demostró el bajo nivel de calidad ofrecido a los clientes que se alojan y se alimentan en sus

instalaciones. Más de la cuarta parte de ellos la recibieron hace dos años y apenas un 20% lo ha hecho en el último año. Entre sus conclusiones menciona que, la capacitación es irregular, escasa y es descontextualizada, detectó la necesidad en los empleados de requerir con frecuencia de la capacitación y en temas de evaluación del desempeño y seguridad en el área hotelera.

Benalcázar (ob. cit.) diseña un programa de capacitación para mejorar la calidad en el servicio ofertado del hotel “San Francisco”, Provincia de Guayas, Guayaquil. Dicha propuesta se centró en instruir al personal (Administradores, Recepcionistas, Ama de llaves, Cocinera y Mesero) aportándoles conocimientos que le ayuden al desarrollo de sus habilidades y motiven el desarrollo profesional. La capacitación lo enmarcó en 8 módulos en la modalidad curso-taller, con un contenido temático sobre la industria hotelera, la atención al cliente, la recepción, la restauración, servicio de meseros, ama de llaves, la administración y servicios auxiliares. Esta propuesta buscó convertirse en una herramienta para el personal de este hotel, pues, representa una oportunidad para trabajar juntos brindando conocimientos útiles para mejorar el potencial profesional.

2.1.5.4. Pasos para el desarrollo de una propuesta de capacitación

Todo proceso de capacitación, según Sánchez (2022) debe contener seis pasos los cuales se mencionan a continuación:

- *Detección de necesidades*: se refiere a encontrar las diferencias entre lo que se está haciendo en el cargo y lo que debería hacerse. Además, detectar las causas de esas diferencias y lo que le impide desempeñarse adecuadamente en sus funciones.
- *Clasificar y jerarquizar las necesidades de capacitación*: ordenar las necesidades para tomar decisiones sobre las más urgentes, o más importantes, para saber cuándo y cómo actuar sobre aquellas que ameriten mayor atención y programar a corto, mediano o largo plazo.
- *Definición de objetivos*: se establecen los objetivos que se pretenden lograr, de la manera más clara, específica, medible y ejecutable. Estos pueden ser de:

productividad, desempeño, habilidades o destrezas, conocimientos y dominio afectivo.

- *Elaboración del programa:* Que responda a las preguntas: ¿qué? (contenido), ¿cómo? (técnicas y estrategias), ¿cuándo? (fechas y horarios), ¿quién? (facilitador), ¿a quién? (destinatarios), ¿cuánto? (presupuesto).
- *Ejecución:* llevarlo a la práctica, significa organizar los contenidos, las sesiones, los materiales, las estrategias, motivar a los participantes, establecer una efectiva comunicación, dominio del grupo, vigilar el desarrollo del programa.
- *Evaluación de los resultados:* antes, durante y después de la ejecución del programa. La evaluación se centrará en cuatro aspectos básicos: reacción del grupo, el conocimiento adquirido, la conducta y los resultados específicos posteriores al curso.

Cada uno de estos pasos son necesarios para diseñar un programa de capacitación, de igual manera deben seguirse en forma secuencial; ya que permitirá ir organizando en cada paso, actividades para lograr un desarrollo efectivo; desde la elaboración del diagnóstico, establecer los objetivos, ejecutarlo y evaluarlo.

2.1.5.5. Modelos de capacitación

Es importante resaltar algunos modelos de gestión del conocimiento, los cuales deben ser revisados y tomados en cuenta a la hora de diseñar un plan de capacitación, entre ellos se encuentran los siguientes:

Barboza & Ochoa (2016) presentan los dos modelos de gestión del conocimiento (GC) más utilizados en las organizaciones actuales, entre estos se encuentra el modelo Choo (1998) y el de Nonaka & Takeuchi (1995). Estos modelos utilizados en las organizaciones buscan potenciar el capital humano para que sea más eficiente en las organizaciones.

El modelo Choo (1998) se orienta hacia la selección e incorporación de la información útil proveniente del ambiente para direccionar las acciones de la organización, por ello, destaca tres elementos importantes como son: el sentido común, la creación del conocimiento y la toma de decisiones. De la misma manera, se centra en resaltar las habilidades

relacionadas con la observación e interpretación colectiva para ser utilizadas en la mejora continua de la organización, permitiéndole cambios y evolución en el tiempo.

El modelo de Nonaka & Takeuchi (1995) destaca dentro de los diversos niveles de creación individual, grupal, organizacional e intraorganizacional, el conocimiento tácito y el explícito, de allí desarrolla un modelo cíclico con cuatro etapas: socialización, externalización, combinación y la interiorización, con las cuales logra la aplicabilidad del conocimiento incorporando el hacer cotidiano en el aprendizaje.

Ambos modelos, son de fácil comprensión, son flexibles, logran el empoderamiento personal, se incentiva la productividad, se promociona el trabajo en equipo, usa la retroalimentación permanente en las dimensiones individual y organizacional, todo ello buscando que el conocimiento esté en concordancia con los cambios y adaptados a proporcionar soluciones a las problemáticas sociales y organizacionales.

Otros autores como Amaya, Iriarte & Perozo (2006) presentan el modelo KPMG Consulting propuesto por Tejedor & Aguirre (1998) y el modelo KMAT desarrollado por Andersen (1999). Se detallan cada uno de estos modelos, destacando su finalidad, usos y aplicabilidad. El modelo de gestión del conocimiento KPMG, tiene como finalidad exponer de forma clara y práctica los factores que determinan la capacidad de aprendizaje en una organización, se presenta como un sistema complejo donde existe la interacción de todos sus integrantes; por lo tanto, al estar afectado uno de sus elementos, influye en todos los miembros. En tal sentido, la estructura organizativa, la cultura, el liderazgo, trabajo en equipo, las actitudes de las personas, se mantienen en una interrelación constante.

Finalmente, está el modelo KMAT, es una herramienta de asesoría, utilizado para el diagnóstico y evaluación, favorece el proceso de administrar el conocimiento organizacional a través de la aplicabilidad de cuatro elementos: liderazgo, cultura, tecnología y medición. Con ello, se logra una manera efectiva de administración del conocimiento que favorezca el potencial para reforzar sus competencias críticas, comportamiento abierto al cambio, activar la comunicación entre sus miembros; además el uso de la medición del capital intelectual y la distribución correcta de los recursos, para el logro de la mejor manera de la transferencia de los conocimientos en la organización.

2.2. Marco Legal

Es importante hacer mención de la Ley de Turismo Ecuador (2014), el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2019, 2022) el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, Reglamento General de Actividades turísticas y la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, donde se especifican aspectos concernientes al estudio, los cuales se mencionan a continuación:

2.2.1. Ley de Turismo de Ecuador

Dentro de los aspectos importantes a tomar en cuenta en esta investigación, fue lo referente al compromiso para la capacitación para todas aquellas personas inmersas en la actividad turística, en este caso al personal de recepción de los hoteles, se encontró en los objetivos de dicha Ley, cuando menciona “promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística” (Ley de turismo de Ecuador, 2014, Cap. I, Art. 4, letra e, p. 2).

De la misma manera, en la Ley fue necesario buscar información sobre quienes ejercen las actividades turísticas en el Ecuador, aspecto relevante para conocer su legalidad en materia turística, al respecto establece “las actividades turísticas son las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más actividades, entre ellas el alojamiento” (Ley de turismo de Ecuador, 2014, Cap. II, Art. 5, p. 2).

Otro aspecto importante abordado en este estudio fueron los artículos pertinentes a las atribuciones de la actividad turística, aquí se resalta la ejecución de proyectos y programas, contemplados en (Ley de turismo de Ecuador, 2014, Cap. IV, Art. 15) donde se visualiza las atribuciones de la actividad turística que se regirán en el territorio nacional, entre estas se encuentran: elaboración de políticas, planificación, promoción y fomento de todo tipo de turismo; así como la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios con organizaciones, entidades e instituciones públicas o privadas.

Asimismo, es relevante señalar en el mismo capítulo las Categorías, las cuales son establecidas exclusivamente de manera oficial para cada actividad vinculada al turismo, donde deben adaptarse a las normas de uso internacional (Ley de Turismo, 2014, Capítulo V, Art. 19). En este sentido expedirán las normas técnicas y de calidad general para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría. Esta información sirvió al estudio para seleccionar los hoteles de acuerdo a su categoría.

2.2.2. Ministerio de turismo del Ecuador (MINTUR)

Es importante destacar que el Ministerio de turismo del Ecuador presentó el Plan de promoción como meta para el 2025 (MINTUR, boletín núm. 19 del 09 de febrero 2022) en su disertación el ministro de Turismo, Niels Olsen, mencionó como antecedente el crecimiento del turismo obtenido en Ecuador durante el año 2021, reporta cifras de un 25,8%, frente al promedio de 4% a escala mundial y al 17% del continente americano. Estos aportes de MINDUR, servirán para la proyección del programa de capacitación, el cual pretende contribuir con el aumento del turismo en los próximos años.

De la misma manera, explicó que el trabajo planificado para los siguientes años tomará en cuenta no solamente las nuevas tendencias del turismo internacional, sino además la búsqueda de espacios abiertos y de naturaleza, de manera que la baja densidad del turismo en el país y la oferta de experiencias impacten en la vida de los viajeros positivamente. En ese sentido, se debe enfocar las estrategias hacia la atracción de un turismo con un retorno alto tanto ambiental como económico y social, dirigido hacia la naturaleza, la gastronomía y la cultura, sin descuidar las actividades producto de reuniones, eventos y convenciones.

Finalmente, dio a conocer los pasos que dará el Ministerio entre los que se encuentra la entrega de la nueva Ley Orgánica de Turismo para su análisis y aprobación en el Legislativo. Olsen enfatizó, de acuerdo con las proyecciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) la recuperación de la industria turística se podría alcanzar a partir del 2024 en adelante; debido a que la estrategia de inversión en promoción es progresiva y técnica, de acuerdo a los indicadores internacionales (MINTUR, boletín núm. 19 del 09 de febrero 2022).

2.2.3. Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

El aporte de la Ley de Cámaras Provinciales y Turismo, sirvió para afianzar la capacitación en el sector turístico, la cual contempla como objetivo primordial que le corresponde a la Cámara “desarrollar programas de capacitación y perfeccionamiento profesional del personal que labora en el sector turístico” (Ley de Cámaras Provinciales de Turismo, Cap. Art. 2. p. 1). Significa que es prioritario la capacitación en este sector para el lograr efectivamente el desarrollo en materia turística.

2.2.4. Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo

En cuanto a este reglamento se seleccionó el artículo que sirve de apoyo al estudio correspondiente a las personas que son protegidas por el mismo, el cual contempla “las personas naturales y las personas jurídicas, a nombre de éstas sus funcionarios y empleados, socios, accionistas y partícipes, que ejerzan actividades turísticas en los términos establecidos en la Ley de Turismo y este reglamento general de aplicación” (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2021, Art. 2, p. 2).

2.2.5. Reglamento General de actividades turísticas

También fue necesario revisar este reglamento relacionado a los alojamientos; ya que se quería ubicar la muestra de acuerdo a un determinado alojamiento, en este caso los hoteles, además, según las categorías. De acuerdo con (Reglamento General de actividades turísticas, 2011, Cap. 1, Art. 1, p. 5) “los alojamientos son establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios”.

Igualmente, en lo concerniente a las categorías, estas fueron importante incorporar en el estudio para la ubicación de los hoteles, estas son fijadas por el Ministerio de Turismo por medio de la distinción de la estrella, clasificadas en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2011, Cap. 1, Art. 2). Para tal efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten, En cuanto a la clasificación de las categorías contempladas en el

(Reglamento General de Actividades Turísticas, 2011, Art. 3, p. 3) “los alojamientos se clasifican de cinco a una estrella en los siguientes grupos: Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros. Subgrupo 1.1. Hoteles. 1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas)”.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Descripción del área de estudio

El área de estudio corresponde a la capacitación del talento humano, perteneciente al departamento de recepción de los hoteles de Atacames, este cuenta con un número significativo de trabajadores en el área antes mencionada y constituye la presentación humana de los hoteles. Es importante resaltar que el talento humano, representa las capacidades y competencias que poseen las personas para el mejor desenvolvimiento de su cargo, por lo tanto, es el alma de las empresas. Su éxito está garantizado en la medida que se haga uso de este recurso para el beneficio de toda la organización.

En cuanto al departamento de recepción, se convierte en el primer contacto con el usuario, este simboliza la imagen de la empresa, hace la estadía de los huéspedes placentera o no, dependiendo de la atención que ofrezca y la manera como la ofrezca. Por ello, la importancia de su buen funcionamiento depende del sistema de capacitación que tengan para mantener entrenados en sus diversas funciones a todos los empleados que se dedican a esta ardua labor en la organización.

Los hoteles de Atacames, pertenecen al grupo de establecimientos ubicados en el Cantón Atacames Provincia de Esmeraldas, al noroeste del Ecuador, clasificados en la categoría, 4, 3 y 2 estrellas, los cuales se encuentran prestando sus servicios 64 hoteles, registrados en el Ministerio de Turismo y tienen la obligatoriedad de ofrecer servicios de calidad.

3.1.1. El Cantón Atacames

3.1.1.1. Un poco de historia

En el año 1543 fue fundado el poblado de Atacames por el capitán Juan de Olmos vecino de Portoviejo, con una expedición de 100 soldados. Para el año 1577 los curas Miguel Cabello y Juan de Cáceres construyeron allí la primera capilla y cabañas. En 1589 Atacames fue la capital de Esmeraldas. Luego en 1832 ya en la República, se crea como parroquia con el nombre de "Santa Rosa de Atacames". En 1940, en vista que su economía se basaba solo

en la agricultura y la pesca la región presentó un panorama de aislamiento, luego en 1960 con la migración se inició la diversificación de la producción agropecuaria, agregando a la economía otros rubros como café, cacao, coco, banano, entre otros. En 1978 se construyó la carretera Esmeraldas, Atacames, Tonchigüe, Bunche, produciéndose un acelerado desarrollo de la actividad turística, habitacional y comercial, generado específicamente de turistas que venían de la sierra ecuatoriana (Alcaldía de Atacames, 2010).

Después de 159 años esta población, fue elevada a la categoría de cantón el 21 de noviembre de 1991. Este Cantón tiene pueblos repletos de historia, fue capital de la Provincia y representa el origen de la cultura indígena de los Atacames. Su principal actividad agropecuaria es el camarón, además un 2,76% de la superficie es considerada de protección o producción, en el que se encuentran plantaciones de caña guadua o bambú, balsa, teca y eucalipto.

Para el año 1990, un grupo de ciudadanos atacameños entre ellos: Dovie Aparicio, Gerardo Pérez, Hugo Galarza, Richard Sánchez, Modesto Estupiñán, entre otros, preocupados por el futuro de las parroquias, olvidada en ese tiempo por las administraciones municipales de Esmeraldas, con la propósito de atender las múltiples necesidades de la ciudadanía y conociendo el potencial agrícola, ganadero, pesquero y en especial el turístico, tuvieron la iniciativa de formar el Comité Pro-Cantonización de Atacames. Dentro de sus aportes, elaboraron un proyecto conjuntamente con los diputados, representantes de la Provincia de Esmeraldas y lograron que el 6 de noviembre de 1991 se aprobara el Decreto de Cantonización (Alcaldía de Atacames, ob. cit.).

3.1.1.2. Ubicación geográfica

El cantón Atacames tiene una extensión aproximadamente de 509 Km², está ubicado en la provincia de Esmeraldas, al noroeste del Ecuador, tiene como límite: al Norte se encuentra el Océano Pacífico, al Sur tiene los cantones de Esmeraldas y Muisne, al Este se conecta con las parroquias Vuelta Larga y Tabiazo del cantón Esmeraldas y al Oeste se vincula con las Parroquias San Francisco y Galera del Cantón Muisne. Son cinco las parroquias que posee: Atacames (Cabecera Cantonal), la Unión, Súa, Tonchigüe y Tonsupa.

Es uno de los destinos más populares y concurridos a nivel nacional, posee la playa natural más grande del país, del mismo nombre, además posee otros atractivos turísticos, los cuales se pueden visitar durante todo el año. Tiene un clima agradable, su gastronomía atacameña es exquisita y se practican actividades recreacionales, entre ellas se encuentran: el *surf*, *parasailing*, banana, entre otras.

Se encuentra a una altura entre 0 a los 1000 msnm, un 70 % de su territorio posee zonas planas costeras y montañas de hasta 400 msnm, predominando las colinas altas y medianas. El otro 30% restante existe la presencia de suelos profundos de textura variable. Tiene una temperatura promedio que varía entre 24 y 26° C, por lo general su clima es cálido con una humedad relativa del 82.85 % aproximadamente (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Atacames, 2018).

3.1.1.3. El turismo en Atacames

El turismo representa la tercera actividad más relevante en Ecuador, llegan turistas provenientes principalmente de Estados Unidos, Colombia, Perú, Argentina, Chile y Europa, quienes se quedan impactados por su belleza natural, sus playas y los destinos turísticos ecuatorianos. Por sus características paisajistas y geográficas, los tipos de turismo según el Plan de desarrollo turístico Cantón Atacames (2018) son:

Agroturismo: implica el tipo de actividad donde el turista este en contacto con la vida rural para lo cual se cuenta con cultivos sanos y ganado en buen estado donde prima el valor cultural o tecnológico. Este tipo de turismo se realiza en la finca agrícola San José, el sendero de Taseche, entre otros.

Ecoturismo: permite disfrutar de las bellezas naturales y el contacto con la naturaleza, sin alterar el equilibrio del medio ambiente. Entre los sitios para hacer ecoturismo se mencionan: la cascada Cascajal, la represa Unión, Guachal, las Luchas Calderón, la finca agrícola San José y el sendero de Taseche entre otros.

Sol y Playa: es la más grande oferta turística de este Cantón, este turismo se ofrece en la zona de las playas, se tiene gran cantidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre. Las playas más emblemáticas son las de Tonsupa, Castelnuovo, Atacames, Súa, Same y Tonchigüe, donde se encuentran servicios complementarios de alimentación, hospedaje, amenidades y transporte.

Turismo científico: es específico para el turista que elige la investigación para ampliar y complementar sus conocimientos. Se cuenta con el arrecife marino que se encuentra en Súa, donde se puede observar y estudiar especies endémicas. Además, para el estudio de los crustáceos existe un centro de interpretación marina.

Turismo de Aventura: para los amantes de la adrenalina, cada vez existe más demanda por los turistas, se encuentra el turismo de aventura, el cual permite al usuario desafiar sus capacidades físicas en entornos naturales (tierra, agua, aire). Se ofrecen deportes acuáticos extremos como el *parasailing* de agua y de aire, la banana, la bestia.

Turismo gastronómico: cuyo objetivo es experimentar la cultura gastronómica del lugar, la aventura es culinaria, se visitan restaurantes, mercados, además se participa en fiestas locales. Para deleitar el paladar y enamoren por su exquisitez y originalidad, en el cantón existen una gran variedad de establecimientos y chozones típicos donde se expenden comidas a base de mariscos, coco, crustáceos.

Turismo Comunitario: se refiere al turismo de agua dulce, se ofrecen diversas actividades con las hermosas represas como: una amplia gastronomía típica, paseos en caballos, pistas de baile libre, en la represa de la parroquia La Unión de Atacames (8 km), la represa del recinto San Miguel de las Luchas (12 km), el recinto Tazone (14 km). El turismo ecológico y de montaña se disfruta con la visita a la cueva del duende, las extensas montañas de la reserva Mache Chindul, cerca del recinto el Playón Tronquero. También en la parroquia Súa (6 km) se encuentra la represa del recinto Guachal, en Tonchigüe (4 km) vía a Muisne, existe la represa del recinto Abdón Calderón.

El turismo en Atacames se ha visto afectado por la pandemia, muestra de ello, el reporte del Diario La Hora del 29 de diciembre del (2021) menciona que solo el 50% de la capacidad hotelera estuvo disponible en Atacames durante el mes de diciembre. El sector turístico de Atacames tiene pocas expectativas de mejorar sus ingresos durante el feriado de fin de año. Hasta la fecha, las reservas hoteleras no superan el 50%, aunque abrigan las esperanzas de que los turistas empiecen a llegar los últimos días del año.

Según el presidente de la Cámara de Turismo de Atacames, Daniel Arguello, diciembre era el mes más concurrido del año, pero ahora los casos de ómicron sumado a la crisis económica, serían las causas para la baja de turistas. Sin embargo, los propietarios de

negocios, acatando las disposiciones del Comité de Operaciones de Emergencia (COE, 2021) cantonal y cumpliendo las normas de bioseguridad puedan organizar actividades en sus establecimientos. Actualmente, de acuerdo con la Resolución de COE del 7 de julio 2022, en vista del aumento de la tasa de positividad con el covid-19, se continúa con el uso de mascarilla, el distanciamiento físico en espacios cerrados y laborales, además de continuar con el proceso de vacunación.

3.2. Enfoque y tipo de investigación

Se utilizó el enfoque cuantitativo, según Hernández et al. (2014) refieren “se prueban teorías e hipótesis usando la medición numérica y el análisis estadístico con la finalidad de establecer pautas de comportamiento” (p.4). De acuerdo con este enfoque, se pretende medir el nivel de conocimientos que tienen los empleados sobre el departamento de recepción y la satisfacción del cliente.

En cuanto al tipo de investigación de acuerdo a la clasificación de Palella & Martins (2012) se trata de un diseño no experimental (el que se realiza sin manipular ninguna variable), de campo (se recogen los datos directamente de la realidad), en el nivel proyectivo (se intenta proponer soluciones a una determinada situación, para ello, se explora, describe, explica y propone alternativas de cambio) y se encuentra dentro de la modalidad proyecto factible, con la finalidad de elaborar una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio. Al respecto, FEDUPEL (2003) Manual de tesis de grado, especialización, maestrías y tesis doctorales, de la Universidad Experimental Libertador la define como “el estudio donde se investiga, elabora y desarrolla una propuesta operativa dirigida a la solución de problemas o necesidades en las organizaciones o grupos sociales” (p.16).

Con lo mencionado anteriormente, se construyó el marco metodológico, el cual permitió detallar el cómo de la investigación, implicando para ello el método deductivo, el mismo que parte de generalizaciones ya establecidas, tendientes a resolver problemas particulares según Palella & Martins (ob. cit.). Se exploraron los hoteles de Atacames, para analizar el nivel de conocimientos que posee el personal de recepción, determinar el nivel de

satisfacción de los empleados, empleadores y turistas y luego diseñar un plan de capacitación, a fin de mejorar la atención al turista en dicho departamento.

3.3. Población y muestra

El conjunto de elementos finitos o infinitos con características comunes constituye la población y la muestra el subconjunto representativo que se extrae de la población (Arias, 2006). La población está constituida por los 109 establecimientos hoteleros registrados en MINTUR (2019) en el Cantón Atacames. Para la selección de la muestra se eligió una porción representativa de la población a la cual se tiene acceso (Arias, ob. cit.). Para tal efecto, se seleccionaron los 64 establecimientos que posee la clasificación de hoteles según el Consolidado Nacional de Ecuador (2022) perteneciente a la Parroquia de Atacames, Ecuador. Se optó por el muestreo no probabilístico intencional según Hernández et al. (2014) es no probabilística porque “depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación” (p. 176).

Al ser el muestreo no probabilístico, intencional, se estableció el criterio de la cercanía de los hoteles y de mayor accesibilidad para el investigador, por lo que se seleccionaron los hoteles en el Malecón de la Playa. La ventaja de ser no probabilística de acuerdo con Hernández et al. (2014) establece desde la visión cuantitativa, su utilidad es importante para ciertos diseños, la cual requiere no tanto su representatividad, de una esmerada y controlada elección de características propias abordadas en el planteamiento del problema.

Atendiendo a los criterios establecidos y por las características de la muestra se decidió elegir un 30 % de la población de los hoteles de Atacames, quedando constituida por 19 hoteles: 1 de 4 estrellas, 3 de 3 estrellas y 15 de 2 estrellas. De allí se seleccionaron: 01 empleador, 01 empleado (repcionista) y 03 turistas por cada hotel, dando un total de 19 empleados, 19 empleadores y 57 turistas, para recoger los datos de acuerdo a lo planteado en los objetivos de la investigación, los cuales quisieron aportar información para el desarrollo de este estudio.

A continuación, se presenta en la Tabla 1 los hoteles seleccionados con su respectiva clasificación, categoría y ubicación.

Tabla 1
Hoteles de Atacames

N°	Establecimiento	Clasificación	Categoría	Ubicación	Dirección
1	Hotel el Marques	Hotel	4 estrellas	Atacames	Calle 21 de noviembre
2	Carluz	Hotel	3 estrellas	Atacames	Calle 21 de noviembre
3	Juan Sebastián	Hotel	3 estrellas	Atacames	Malecón playa. Principal
4	Milamar Hotel	Hotel	3 estrellas	Atacames	Malecón de la playa
5	Le Castell	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de la playa
6	Arco Iris	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de la playa.
7	Vadal	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de la playa
8	Hotel Salduba	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de la playa
9	Hotel Cielo Azul	Hotel	2 estrellas	Atacames	Av. 21 de noviembre 128
10	Playa Hermosa 2	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de Atacames
11	Hotel Intersanz	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón Playa. Coqueiros
12	Coco's Hotel	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón s/n Camarones
13	MaleconInn	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de la playa
14	Hotel Orus	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón playa. los cedros
15	Hotel Vadal	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de Atacames s/n
16	Hotel Cabañas Tahiti	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de Atacames s/n
17	Atacames Sol y Mar	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de la playa
18	D´ Fabula Hotel	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de Atacames
19	Arco Iris	Hotel	2 estrellas	Atacames	Malecón de la playa

Fuente: Consolidado Nacional (2022).

3.4. Variables de estudio y su operacionalización

Las variables poseen ciertos atributos que varían en la investigación, las cuales según Arias (ob. cit.) “son característica o cualidades que, al ser sometidas al análisis, manipulación o control en una investigación, puede sufrir algún cambio” (p. 57). Para Hernández et al. (2014) “poseen características con ciertas variaciones, por lo que es susceptible en su observación y medición” (p. 105). En cuanto a la operacionalización “es el procedimiento que permite encontrar las dimensiones adecuadas para determinar los indicadores que caracterizan o normalizan a las variables de una investigación, con cierta facilidad y precisión, con el propósito de hacerlas observables y medibles” (Palella & Martins, ob. cit. p. 73). Como variables de investigación de este estudio se establecieron las siguientes variables: el talento humano como variable dependiente y el programa de capacitación como variable independiente.

A continuación, se especifican en la Tabla 2 los objetivos, las variables, las dimensiones, los indicadores y los instrumentos utilizados para recabar la información (Cuestionario A, B y C, los comentarios Google).

Tabla 2
Operacionalización de las variables

Objetivos específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Analizar el nivel de conocimiento del talento humano del departamento de recepción de los hoteles de Atacames.	El talento humano	Nivel de conocimientos	Nivel de instrucción Conocimientos sobre el turismo. Información sobre las funciones del talento humano	Cuestionario A
		Desempeño laboral	Capacidades y competencias. Características del talento humano	Cuestionario B
		Gestión del talento humano	Entrenamiento Asesoría interna	
Determinar la satisfacción del empleador, empleador y de los turistas del servicio recibido en el departamento de recepción, de los hoteles de Atacames	Programa de capacitación	Satisfacción del empleador	Dirección del recurso humano. Funciones del cargo. Sistema de reconocimiento e incentivos Ambiente laboral	Cuestionario A y B
		Satisfacción del empleado	Desempeño laboral Retroalimentación Competencias laborales Compromiso con la empresa	Cuestionario A y B Cuestionario C
		Satisfacción del turista	Calidad de los servicios que recibe	Comentarios Google
Diseñar un programa de capacitación para el desarrollo de las habilidades y competencias del personal que presta servicios en el departamento de recepción de los hoteles de Atacames.		Sistema de capacitación	Técnicas de capacitación Fases: entrada, programa y evaluación Estrategias innovadoras	Matriz FODA
		Tipos de capacitación	Capacitación continua	
		Funciones del área laboral	Gestión, coordinación y ofrecimiento de los diversos servicios. Estructura y organización del departamento de recepción	

Nota. Sistema para clasificar y organizar las variables.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para recoger información en el departamento de recepción de los hoteles de Atacames, Provincia de Esmeraldas, se utilizó la técnica de la encuesta según lo menciona Brace (2008, citado por Hernández et al., 2010) “consiste en un conjunto de preguntas las cuales son congruentes con el planteamiento del problema o hipótesis, respecto a una o más variables a medir” (p. 217). Por ello, se escogió como instrumento el cuestionario el cual según Arias (ob. cit.) es una modalidad de encuesta realizado en forma escrita que contiene una serie de preguntas, respondidas por el encuestado sin la intervención del encuestador.

Para la recolección de los datos, se elaboraron tres cuestionarios con preguntas de tipo cerrada que permitieron recoger la información y obtener mayor rapidez en el proceso de análisis de los datos, los cuales estuvieron dirigidos a: los empleados del hotel, con el propósito de adquirir los conocimientos que poseen sobre el funcionamiento y estructura del departamento de recepción, su productividad, satisfacción y desempeño; a los empleadores con el fin de lograr la información sobre el desempeño de sus trabajadores, las limitaciones de la gestión del talento humano y las necesidades de capacitación; por último el de los turistas con el objetivo de medir la calidad del servicio y la satisfacción que ellos perciben en su estadía.

En la construcción de los cuestionarios para el empleador y empleados del departamento de recepción, tuvo como objetivo además de detectar el nivel de conocimientos y de satisfacción, se sondeó sobre el desempeño laboral y la gestión del talento humano. Para ello se elaboraron 20 preguntas cerradas de tipo elección politómicas (con varias alternativas) según lo presenta Bisquerra (2004) dentro de las opciones elegidas se encuentran (excelente, efectivo, aceptado o deficiente). En ambos instrumentos se elige una de las alternativas presentadas, marcando con una (X), la que más refleje el servicio de la empresa y se adapta a su actuación. Se analizaron los datos organizándolos de acuerdo a las dimensiones e indicadores planteadas en este estudio.

Para medir la satisfacción de los turistas, se redactaron 15 preguntas utilizando una escala de valoración (siempre, algunas veces o nunca), según Palella & Martins (ob. cit.) son “aquellas que presentan grados de intensidad para jerarquizar las características señaladas,

dándole un valor al hacer y no al opinar” (p. 127). Para su análisis se ordenaron en cuatro rubros referentes a: la atención recibida por el personal de recepción, funcionamiento de la recepción, manejo de la información sobre los servicios y los servicios que ofrece.

También, se recogieron informaciones de los comentarios más recientes de los turistas y las reseñas de Google con respecto al servicio prestado en los hoteles seleccionados, a través de la página *web* de cada hotel. En el análisis de las reseñas de Google, se ordenaron de acuerdo a la valoración asignada (1 al 5), donde se ubica la atención que recibe el cliente. Los comentarios publicados por Google se organizaron para su análisis en los servicios recibidos en cuanto a: atención, limpieza y seguridad.

3.5.1. Validez del instrumento

La validez se define como la relación entre lo que se mide y aquello que realmente se quiere medir (Palella & Martins, ob. cit.). Por ello, todo instrumento de medición pretende estar representado con la mayoría de los componentes del dominio de contenido, de las variables a medir. La validez de contenido fue la elegida según lo acotado por Hernández et al. (2014) se trata de medir el grado de dominio en un contenido para asegurarse de que el mismo mida lo que intenta medir de manera específica. Para ello, sugiere el autor la revisión de diferentes estudios, literaturas, aportes de autores, los cuales permitieron dimensionar la variable para luego establecer los indicadores precisos para construir el cuestionario.

Como parte de la validez de contenido, concebida como un tipo de evidencia adicional presentada por algunos autores como lo menciona Hernández et al. (2014) se encuentra la validez de expertos, esta se refiere al grado que un instrumento mide la variable por otras voces experimentadas, es evaluada por personas calificadas en metodología y contenido sobre al tema.

En ese sentido se eligieron tres expertos con experiencias en investigación y turismo: Dr. Rolando Lomas, docente de la Universidad Técnica del Norte (UTN), Ibarra, Ecuador, es profesional en turismo y tiene un PHD en investigación; MSc. Dennis Ortiz Cumbal, Prof. de la Cátedra Gestión de Proyectos Turísticos en la Maestrías (UTN) y MSc. Johana Rodríguez, profesional del turismo y con maestría en Gestión Ambiental, Prof. en la Escuela de Turismo de la Universidad Luis Vargas Torres, Esmeraldas, Ecuador. La validación del

instrumento la realizaron a través de un formato de evaluación (Anexo F) donde cada experto dio sus apreciaciones en cuanto a pertinencia, redacción y adecuación y expresaron sus observaciones, las cuales sirvieron para mejorar la redacción de algunos ítems, además de ajustar la estructura del mismo.

3.5.2. Análisis de la información

Este se refiere a analizar los datos estadísticamente, el cual permite realizar suposiciones e interpretaciones sobre la naturaleza y significación de la información recogida, para ello, se utilizó la estadística descriptiva. De acuerdo con Salazar & Del Castillo (2018) la definen como la parte de la estadística que permite analizar todo un conjunto de datos, provenientes de la recolección y representación de la información obtenida; los cuales se extraen conclusiones valederas, únicamente para ese conjunto. De esta manera, se procesa la información tabulando los datos, utilizando para ello tablas y figuras, representadas en barra, que permitieron con mayor facilidad llegar al análisis y discusión, para reflejar a través de porcentajes la realidad que permitió diseñar el plan de capacitación, encaminado a mejorar el desenvolvimiento del personal de recepción.

3.6. Procedimiento

Todo procedimiento requiere de una serie de pasos, los cuales deben desarrollarse de manera secuencial para garantizar su efectividad, por lo tanto para diseñar un plan de capacitación, es necesario seguir los siguientes pasos como lo propone Palella & Martins (ob. cit.) cuando afirman: lo primero, es hacer el diagnóstico, este se obtuvo del resultado de la aplicación de los instrumentos a los empleados, empleadores y turistas de los hoteles de Atacames, donde se reflejó la necesidad de capacitar al personal; como segundo paso mencionan plantear y fundamentar dicha propuesta, esta se consiguió con la revisión teórica sobre los aportes de autores del conocimiento del departamento de recepción, la satisfacción de los clientes y el sistema de capacitación; luego establecer los medios metodológicos: las actividades y recursos necesarios para su ejecución y como último paso verificar la factibilidad, con ello, diseñar la propuesta, aplicarla y evaluarla.

Para efecto de este estudio se utilizaron los cuatro primeros pasos referentes al: diagnóstico, fundamentación, factibilidad y los medios metodológicos para diseñar la propuesta.

3.7. Consideraciones bioéticas

Los principios bioéticos que orientan cualquier investigación son necesarios e importantes en todo estudio donde tenga presencia el ser humano, de acuerdo con González (2012) estos son tres: respeto (referida a la autonomía del sujeto quien debe decidir libremente su participación), beneficencia (obligación ética de maximizar los beneficios y disminuir la probabilidad de daño) y justicia (se toma en cuenta tanto la distribución objetiva de los peligros como de la utilidad del estudio entre todos los participantes). Estos tres principios se tomaron en cuenta en la recolección de los datos de los empleados, empleadores y turistas, todos estuvieron de acuerdo en participar y brindar el apoyo necesario, además se les explicaron los objetivos, beneficios con la realización del plan de capacitación y se les hizo saber la confidencialidad de la información.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presentan los resultados, producto de las informaciones obtenidas de los cuestionarios aplicados a los empleadores, al personal de recepción (repcionista) y los turistas de los hoteles seleccionados, del Cantón Atacames, Ecuador. Dichos resultados se vaciaron en tablas y gráficos, con sus debidos porcentajes de acuerdo a las dimensiones e indicadores establecidos para el logro de los objetivos planteados en la investigación. Así mismo se discuten los resultados, analizándolos a la luz de los algunos autores que aportaron insumos en cuanto a: el departamento de recepción, la gestión del conocimiento, la satisfacción de los clientes y el plan de capacitación.

Primeramente, se detalla la variable del talento humano, plasmando los resultados del cuestionario dirigido a los empleados y empleadores, estos contienen 20 preguntas cerradas con una escala descriptiva (excelente, efectivo, aceptable y deficiente). Para su análisis se organizaron de la siguiente manera: Tabla 3 solo para los empleados (nivel de escolaridad). Para ambos, Tabla 4 y 7 (nivel de conocimientos); la Tabla 5 y 8, especifican el desempeño laboral y las Tabla 6 y 9 la gestión del talento humano. De la misma manera, se representan las figuras del 2 al 8 sobre los mismos aspectos.

La segunda variable, relacionada con el programa de capacitación para el talento humano, se determinó la satisfacción de los empleados, el empleador y los turistas, vaciando la información en las Tablas 10, 11, 12 y 13 y figuras 9, 10, 11 y 12 respectivamente.

Luego se presentan los resultados del cuestionario de la satisfacción de los turistas, distribuidas en 15 preguntas cerradas con una escala descriptiva de (siempre, algunas veces o nunca). Para su análisis se ordenaron en cuatro rubros referentes a: la atención recibida por el personal de recepción (Tabla 14, figura 13), funcionamiento de la recepción (Tabla 15, figura 14), servicios que ofrece (Tabla 16, figura 15) y el manejo de la información sobre los servicios (Tabla 17, figura 16).

También, se recogieron informaciones sobre la satisfacción del cliente a través de la página *web* de los hoteles, presentadas por Google, éstas se especifican en la Tabla 18 (valoración de las opiniones de Google sobre los servicios) y en la Tabla 19 (comentarios

sobre los servicios publicados en Google) ambos con sus respectivos figuras 17 y 18. Al final se desglosa la matriz FODA en la Figura 19, destacando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que sirvieron para diseñar el plan de capacitación.

4.1. Resultados de la variable talento humano

4.1.1. Resultados del cuestionario aplicado a los empleados

Tabla 3
Nivel de escolaridad

Nivel	Porcentaje
Secundaria	53 %
Pregrado	47 %
Postgrado	0 %
Total	100 %

Nota: Personal de recepción (2022).

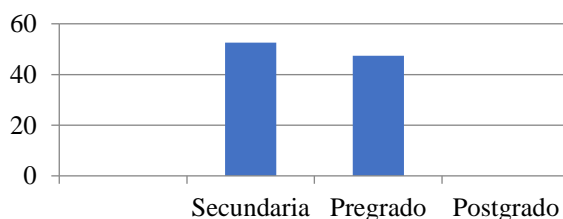


Figura 2: Nivel de escolaridad del personal de recepción

Análisis

En la figura 2, se aprecia el nivel de escolaridad del personal de recepción, donde un 53 % tienen secundaria completa y el resto el 47 % poseen estudios de pregrado. Al respecto, Angulo (2017) expresa que el nivel de escolaridad es un conjunto de competencias de los empleados, los cuales se adquieren por la educación y la experiencia, categorizado como empresarial y relacional.

De acuerdo con Morales (2017) la profesionalización en el sector turismo constituye una parte fundamental para que todos los servicios y productos puedan ser competitivos, se adapten a las necesidades y exigencias de cada cliente. También el autor menciona que cada día los clientes exigen recibir un servicio de calidad, por lo tanto, la industria turística debe

contar con personal capacitado e idóneo que realice sus actividades eficazmente, así como desarrollar planes de acción dirigidos a los empleados para contribuir con el desarrollo económico de la empresa.

Tabla 4
Nivel de conocimientos del personal de recepción

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
1. Conocimientos sobre el turismo	0 %	0 %	95 %	5 %
2. Funciones del departamento de recepción	0 %	0 %	94 %	6 %
3. Estructura organizativa del departamento de recepción	0 %	16 %	63 %	21 %
4. Características del talento humano	0 %	5 %	58 %	37 %

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los empleados de recepción (2022).

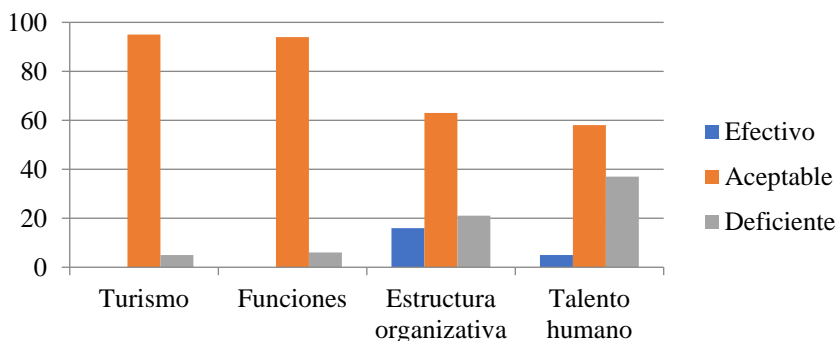


Figura 3. Nivel de conocimientos del personal de recepción (2022).

Análisis

La figura 3, muestra el nivel de conocimientos que tiene el personal de recepción sobre el turismo, se encuentra en aceptable en un 95 % y un 5 % en deficiente. En cuanto a las funciones se percibe un 94 % en aceptable y un 6 % en deficiente, el conocimiento sobre la estructura organizativa, resultó ser 16 % efectivo, 63 % aceptable y 21 % deficiente y sobre las características del talento humano, las cifras se encuentran en un 5 % efectivo, 58 % aceptable y un 37 % deficiente. Estas cifras demuestran, el mayor conocimiento está en aceptable, significa que se da por bueno y se puede mejorar. Es importante resaltar que en la categoría deficiente las cifras alcanzadas se encuentran entre el 5 % al 37 %, estas indican

la necesidad de aumentar sus conocimientos en ciertas áreas importantes en la capacitación del personal de recepción.

En este aspecto, es relevante precisar el conocimiento como lo maneja Goncalves et al. (2014) este aparece como un recurso clave en las decisiones estratégicas de los hoteles, por su dinamismo resulta ser una ventaja competitiva necesario en los momentos actuales. De la misma manera, la gestión del conocimiento permite ayudar a los hoteleros en la recopilación e interpretación de mayor información sobre el mercado, internamente y del medio ambiente en general con la finalidad de aumentar la calidad de servicio prestados en este tipo de organización. Para Medina et al. (2018) al gestionar el conocimiento se busca promover la generación, la colaboración y la utilización del mismo con mayor innovación para el aprendizaje organizacional. También, se establecen nuevos valores para aumentar el nivel de competitividad, así lograr alcanzar los objetivos de la organización con efectividad y eficacia.

Tabla 5
Desempeño laboral del empleado

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
5. Productividad en el trabajo	0 %	74 %	26 %	0 %
6. Posee capacidades cognitivas para el cargo	0 %	5 %	89 %	6 %
7. Considera que ejerce sus funciones de acuerdo al cargo	0 %	21 %	79 %	0 %

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los empleados de recepción (2022).

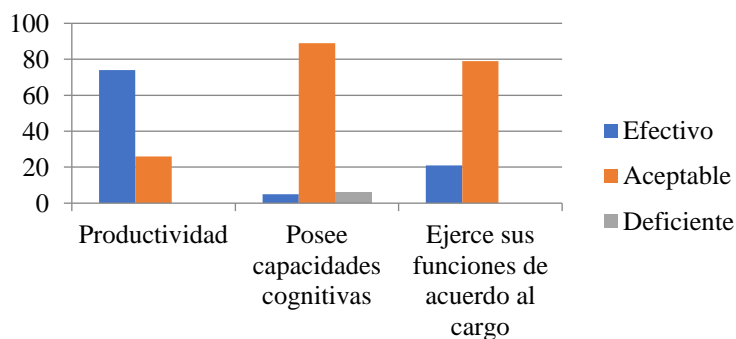


Figura 4. Desempeño laboral del empleado.

Análisis

La figura 4, refleja el desempeño laboral del empleado de la recepción, donde la productividad de su trabajo se perfila en un 74 % efectivo y un 26 % aceptable, además poseen capacidades cognitivas en un 89 % aceptable y solo un 5 % efectivo; también, consideran que ejercen sus funciones de acuerdo al cargo un 79 % aceptable y un 21 % efectivo. Como se puede observar, a pesar de que la productividad del empleado es eficaz, sus capacidades cognitivas y el ejercicio de sus funciones de acuerdo al cargo se encuentran en aceptable, significa que el desempeño laboral no se está implementando a cabalidad.

En este sentido, el aporte de Gaspar (2021) encaja perfectamente en este caso, al centrar la gestión de talento humano hacia la dirección eficiente de los recursos humanos de las organizaciones, esto puede influir significativamente en el desempeño laboral de los trabajadores para lograr el éxito en la empresa. Además, se busca que el personal se sienta comprometido con los objetivos, la misión, la visión, la cultura y las políticas de la empresa, solo así se lograría un buen desempeño laboral del personal.

Tabla 6

Gestión del talento humano desde la visión del empleado

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
8. El entrenamiento sobre el cargo ha sido	0 %	6 %	40 %	54 %
9. La asesoría individual recibida por parte del empleador es	0 %	21 %	42 %	37 %
10. El recurso humano es adiestrado de modo	0 %	15 %	49 %	36 %
11. Recibir retroalimentación por los superiores de manera	0 %	0 %	84 %	16 %

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los empleados de recepción (2022).

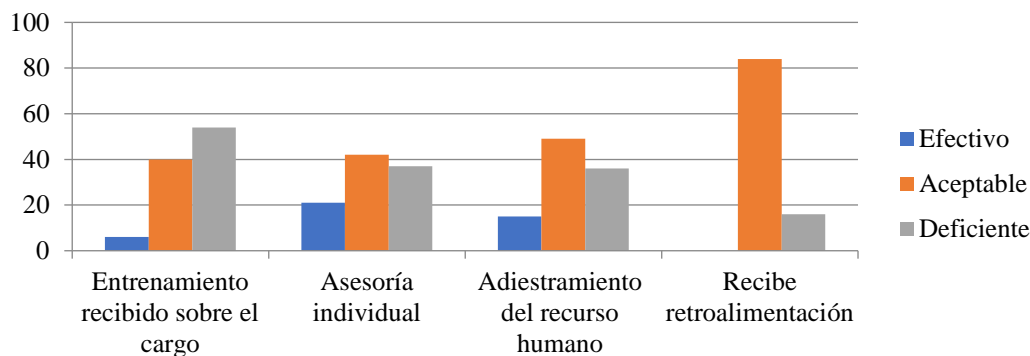


Figura 5. Gestión del talento humano desde la visión del empleado.

Análisis

Se visualiza en la figura 5, la gestión del talento humano, este tiene que ver con el entrenamiento recibido, la asesoría personal, la forma como realizan el adiestramiento y las retroalimentaciones, las mismas reportan cifras por encima del 40 % hasta el 89 % en aceptable y entre 16 al 54 % en deficiente. Estos resultados permiten señalar la deficiencia en el sistema de capacitación y de asesoramiento al personal de recepción, lo cual es importante atender con el fin de aumentar el servicio prestado. Es satisfactorio destacar, el aporte de Chiavenato (2009) en cuanto la gestión del talento humano, concebida como el grupo de personas encargadas de asesorar internamente es las áreas estratégicas tanto de la organización como a sus miembros, con el propósito de contribuir con los objetivos y metas empresariales como factor de impulso al éxito de toda la organización.

4.1.2. Resultados del cuestionario aplicado a los empleadores

Tabla 7

Nivel de conocimientos de los empleados de recepción según el empleador

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
1. Conocimientos sobre el turismo	0 %	10 %	90 %	0 %
2. Funciones del departamento de recepción	0 %	11 %	84 %	5 %
3. Estructura organizativa del departamento de recepción	0 %	5 %	95 %	0 %
4. Poseen sus empleados conocimientos sobre la gestión del talento humano	0 %	15 %	80 %	0 %

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado al empleador (2022).

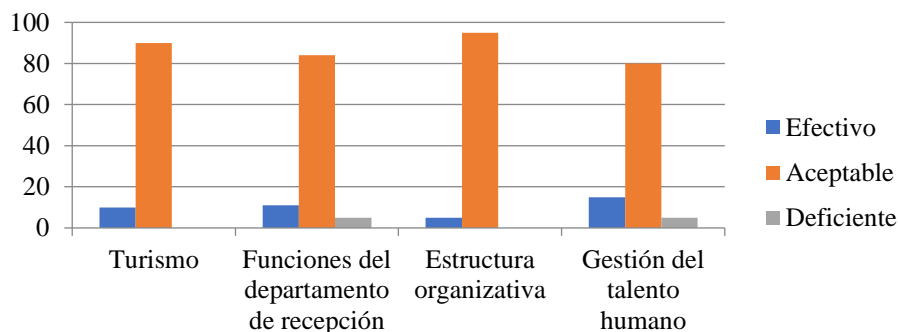


Figura 6. Nivel de conocimientos de los empleados de recepción según el empleador.

Análisis

La figura 6, muestra el nivel de conocimientos desde la opinión de los empleadores, estos consideran que sus empleados están en el nivel de aceptable, pues se encuentran por encima del 80 %, esto quiere decir que se puede mejorar, pues las cifras de la efectividad se encontraron entre 5 % al 15 %. No se percibe ningún rubro como excelente.

Los aportes de Bermúdez & Hernández (2019) precisan que los conocimientos relacionados con las actividades de la organización, se deben poner a la disposición de los usuarios y lograr utilizarlo como un referente para la toma de decisiones y para el logro de las ventajas competitivas de la empresa. Asimismo, la estabilidad de cada empresa depende en el tiempo en gran medida de la capacidad, competencias y conocimientos de sus trabajadores. Por tal motivo, el empleador debe saber si están cumpliendo sus funciones de acuerdo a lo establecido en su cargo, de la misma manera evaluar el desempeño para la eficacia e implementar estrategias.

Tabla 8

Desempeño laboral de los empleados según el empleador

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
5. La productividad de sus empleados	0 %	32 %	68 %	0 %
6. Sus empleados poseen capacidades cognitivas acordes al cargo	0 %	37 %	63 %	0 %
7. Considera que cada trabajador ejerce sus funciones de acuerdo al cargo	0 %	47 %	53 %	0 %

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado al empleador (2022).

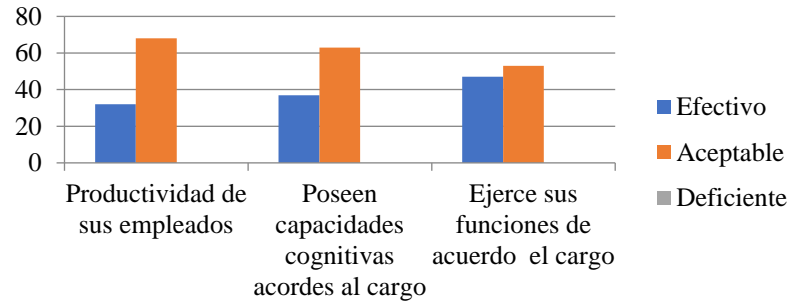


Figura 7. Desempeño laboral de los empleados según el empleador

Análisis

Para el empleador como se muestra en figura 7, el desempeño laboral de sus empleados resultó ser efectivo con porcentajes entre 32% a 42 % y aceptable entre 63 % a 68 %. Aunque el desempeño no logra alcanzar el 50 % en la categoría efectivo, es mejorable porque sus cifras están por encima del 60 % en aceptable.

Por lo tanto, Pedraza, Amaya & Conde (2010) señalan que el desempeño laboral es considerado relevante para el logro de la efectividad y el éxito de las empresas, por ello, los gerentes no solo se interesan en medirlo, sino también en mejorarlo. Bajo esta premisa, Chiavenato (2011) en la actualidad menciona, el desempeño laboral es la eficacia que demuestra el colaborador al realizar su trabajo, resulta necesaria en las empresas y se convierte en una ventaja competitiva.

También, Apaza (2018) menciona que las empresas más exitosas a nivel mundial ponen la gestión del desempeño laboral en primer lugar, estas invierten recursos financieros y mucho tiempo para mantener un buen desempeño laboral donde la productividad y la innovación puedan desarrollarse en cada colaborador a través de una buena gestión.

Tabla 9
Gestión del talento humano según el empleador

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
8. El entrenamiento a los empleados sobre el cargo	0 %	10 %	74 %	16 %
9. Asesoría personal brindada a los empleados	0 %	21 %	74 %	5 %
10. Capacitación del recurso humano	0 %	16 %	52 %	32 %
11. Necesidad de capacitación del recurso humano de forma	90 %	10 %	0 %	0 %

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado al empleador (2022).

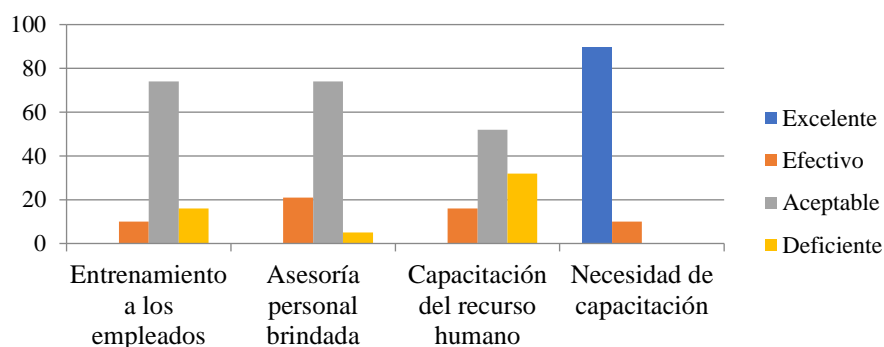


Figura 8. Gestión del talento humano según el empleador.

Análisis

La gestión del talento humano como se presenta en la figura 8, se encuentra en la categoría de aceptable con cifras que van desde el 52 % al 74 %, en el entrenamiento al personal, igualmente en la asesoría personal y capacitación del recurso humano. Las cifras de efectivo oscilan entre 10 % al 21 % y las de deficiente entre 5 % al 32 %. Los empleadores abogan por dar capacitación a sus empleados, ya que sus resultados revelaron una necesidad manifiesta del 90 % en la categoría de manera excelente para capacitar a su personal.

Las apreciaciones de Hidalgo et al. (2020) dan respuestas sobre la gestión del talento humano en las organizaciones, estas deben manejarse con la colaboración eficaz de las personas tanto empleados, funcionarios como los recursos utilizados para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales. Por ello, es de vital importancia incorporar en los planes de capacitación, aspectos que ayuden a fomentar el criterio reflexivo en el talento humano, con el fin de impulsar su accionar acorde a la realidad de la empresa, dirigidos a

fortalecer la productividad del trabajador y mejorar así la calidad de los servicios que se ofrece para satisfacer al cliente.

4.2. Variable programa de capacitación para el departamento de recepción

4.2.1. Satisfacción de los empleados, empleador y turista

Tabla 10

Satisfacción de los empleados

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
12. El empleador está satisfecho con su trabajo de manera	0 %	26 %	58 %	16 %
13. El sistema de reconocimiento e incentivos lo considera	0 %	16 %	52 %	32 %
14. Se siente satisfecho con su puesto y ambiente de trabajo de manera	0 %	84 %	11 %	5 %
15. Su nivel de compromiso con la empresa lo considera	0 %	42 %	58 %	0 %
16. El clima de trabajo es				

Nota: Datos obtenidos del cuestionario de los empleados de recepción (2022).

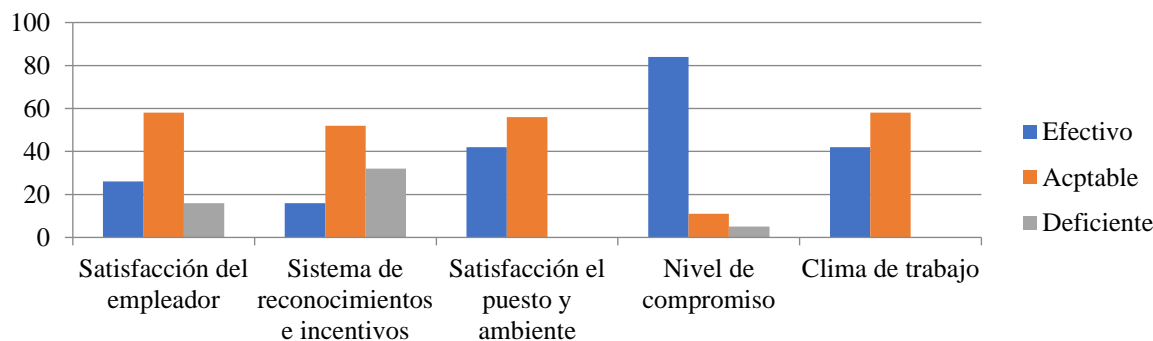


Figura 9. Satisfacción de los empleados.

Análisis

En la figura 9 sobre la satisfacción de los empleados, se percibe porcentajes entre el 16 % al 42 % en la categoría efectivo, aceptable entre 52 % al 58 %, deficiente entre 5 % al 32 % en cuanto la satisfacción que muestra el empleador por su trabajo, el sistema de incentivo y reconocimientos, sentirse agrado con su puesto de trabajo, ambiente y clima

laboral. Se nota que la cifra más alta se encuentra en un 84 % efectivo en el compromiso hacia la empresa, aspecto positivo en beneficio de la organización. Llama la atención la cifra de un 32 % en deficiente en aspectos importantes para lograr la satisfacción del empleado, con el aumento de incentivos a los trabajadores.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se adapta a lo acotado por Nieto (2016) cuando establece que la satisfacción percibida por los empleados en su trabajo, depende mucho de todo lo relacionado tanto de su puesto como de sí mismo, por lo tanto, espera cubrir sus necesidades y deseos. De esta manera, la satisfacción laboral se convierte en un pilar fundamental en la productividad, para ir incrementándola cada día.

Otro autor como Bonillo (2002) expresa a acerca de la satisfacción laboral, deberá observarse y atenderse de forma anticipada y constante, permitiendo a la organización hacer los ajustes necesarios entre los que están el absentismo, la rotación, el compromiso organizativo y el desempeño laboral.

También el autor considera que la satisfacción laboral de los empleados, representa el pilar fundamental en aquellos establecimientos donde se prestan servicios de acuerdo a la gestión orientada al cliente. Por lo tanto, la evaluación que hace un trabajador de su desempeño indica su satisfacción o insatisfacción laboral, por ello los empleados satisfechos prestan un mejor servicio al cliente.

Para García (2020) la satisfacción personal se considera como una actitud hacia el trabajo, su importancia radica en su relación directa con la buena marcha de la empresa, la calidad del trabajo, además de los niveles de rentabilidad y productividad; una fuerza laboral satisfecha contribuye no solamente a la empresa, sino también a la sociedad y al país.

Tabla 11
Satisfacción del empleador

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
12. Está satisfecho del trabajo de sus empleados de manera	0 %	63 %	37 %	0 %
13. El sistema de reconocimiento e incentivo de la empresa lo considera	0 %	15 %	80 %	5 %
14. Se sientes satisfecho con el puesto y ambiente de trabajo	0 %	37 %	58 %	5 %
15. El nivel de compromiso de los empleados con la empresa es	0 %	58 %	42 %	0 %
16. El clima de trabajo es	0 %	53 %	37 %	10 %

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado al empleador (2022).

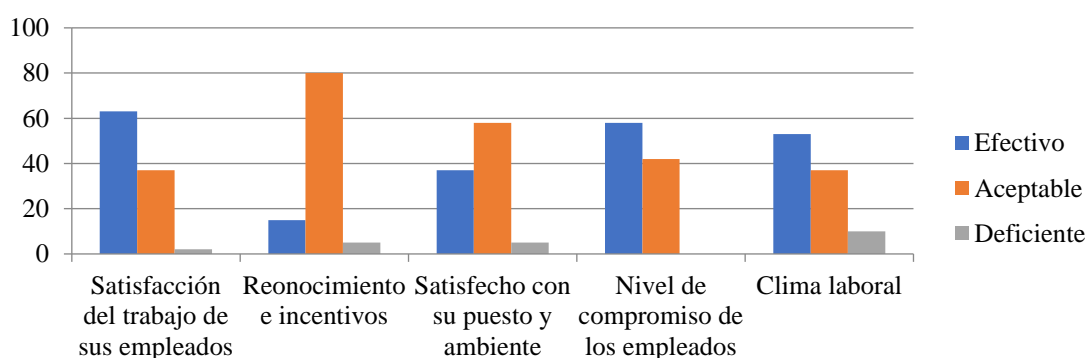


Figura 10. Satisfacción del empleador

Análisis

Se reporta la satisfacción del empleador en la figura 10, este se refleja en efectivo entre un 37 % al 63 % sobre el bienestar que tienen sus empleados en su trabajo, el nivel de compromiso y el ambiente laboral, elementos a considerar en la atención del personal para efectuar al máximo su trabajo. El empleador se siente satisfecho del cargo que desempeña y del clima laboral, sin embargo, el sistema de reconocimiento e incentivos hacia el personal, se encuentra en efectivo en un 15 % y un 80 % aceptable, habría que aumentar su efectividad, para mantener los empleados motivados para su desempeño laboral y por ende se sientan satisfechos en su trabajo.

Los aportes de Açıkgöz & Günsel (2011) citado por Bautista et al. (2020) reportan que, desde una perspectiva innovadora, la alta gerencia al aumentar significativamente la satisfacción laboral en el equipo de trabajo, las relaciones interpersonales se convierten en un pilar fundamental para aumentar la sinergia en el talento humano y su capacidad de creación; mejorando de esta manera la satisfacción y así agregar valor a la organización. Asimismo, el clima laboral es un factor que se destaca en la satisfacción laboral de los integrantes de la institución (Pérez & Rivera, 2015).

Tabla 12
Satisfacción del turista desde la percepción del empleado

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
17.El cliente se siente satisfecho de la atención recibida de manera	0 %	26 %	74 %	0 %
18. Se brinda cordialidad y seguridad al cliente de forma	0 %	20 %	75 %	5 %
19. Los servicios prestados al cliente son	0 %	63 %	32 %	5 %
20. La empresa ofrece todos los servicios a los clientes de manera	5 %	52 %	43 %	0 %

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los empleados de recepción (2022).

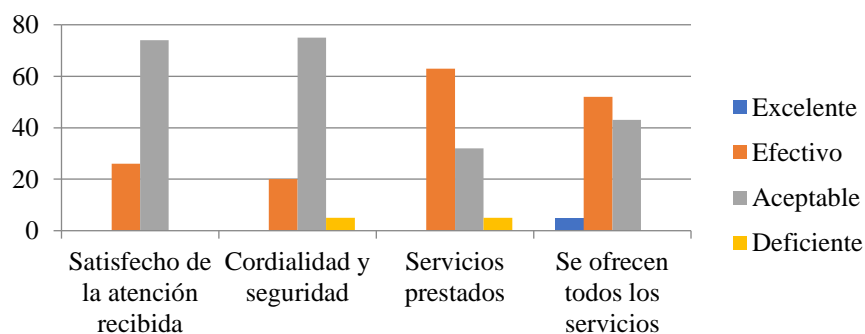


Figura 11. Satisfacción del turista desde la percepción del empleado.

Análisis

La figura 11, con respecto a la satisfacción del turista desde la percepción del empleado, en cuanto a sentirse satisfecho de la atención recibida, además ser tratado con cordialidad y seguridad, se pudo apreciar que se encuentra en la categoría efectivo en un 20 % al 26 % y en la categoría aceptable entre 74% y 75 %. En relación con los servicios prestados por el hotel y si ofrecen todos los servicios se reportan cifras entre 53 % al 63 % efectivo y 32 % al 43 % aceptable. A pesar que el servicio prestado resultó ser más del 60 % en efectivo, hay que aumentar su satisfacción y trato referido a la atención. Significa, que se debe aumentar la efectividad de los servicios ofrecidos al cliente.

En este particular, según Kotler et al. (2017) la satisfacción del cliente es la respuesta a la evaluación de sus expectativas anteriores y el rendimiento real del servicio. Igualmente, la lealtad de por vida del cliente con el servicio ofrecido depende en gran medida de su satisfacción. Por ello, a la satisfacción se le atribuyen los sentimientos de felicidad del cliente cuando el empleado satisface sus expectativas en el servicio ofrecido. En tal sentido, se toma la satisfacción del cliente como un mecanismo valioso para que una organización sea considerada competitiva (Moros & Pimiento, 2014).

Tabla 13

Satisfacción del turista desde la percepción del empleador

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
17.El cliente se siente satisfecho de la atención recibida de manera	0 %	74 %	21 %	5 %
18. Se brinda cordialidad y seguridad al cliente de forma	0 %	5 %	95 %	0 %
19. Los servicios prestados al cliente son	15 %	80 %	5 %	0%
20. La empresa ofrece todos los servicios a los clientes de manera	5 %	84 %	11 %	5 %

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los empleadores (2022).

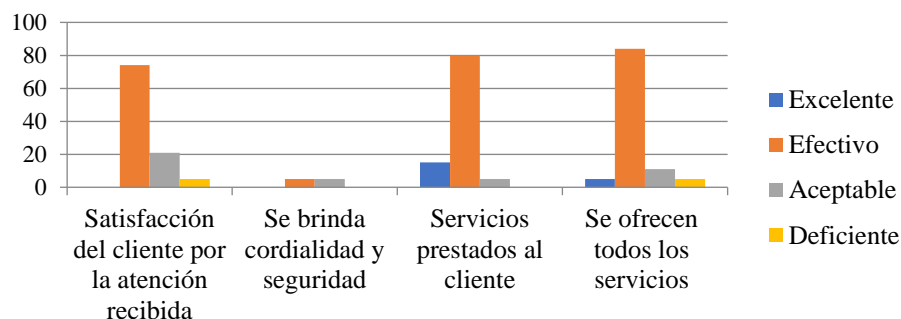


Figura 12. Satisfacción del turista desde la percepción del empleador

Análisis

Se visualiza en la figura 12, los resultados de la satisfacción del turista desde la percepción del empleador, este se reporta en efectivo con cifras que alcanzan más del 74 % en la atención recibida, los servicios prestados al cliente y se ofrecen todos los servicios. Sin embargo, brindar cordialidad y seguridad a los clientes, se encuentra en efectivo un 5 % y aceptable en un 95 %. Para el empleador, significa aspectos importantes a considerar y ahondar en la mejoría en las relaciones interpersonales y comunicación.

Es relevante resaltar, en la industria hotelera la calidad del servicio ofrecido recae de manera casi completa de la impresión que los clientes reciban del personal según lo acota Zeithamal & Bitner (2000) como se citó en García et al. (2021). De la misma manera, las empresas de alojamiento priorizan las necesidades que presentan los huéspedes para cubrir sus expectativas y brindar experiencias memorables. Además, como lo acota Briones-Juárez et al. (2020) representa un reto significativo para los hoteles, al mantener altos estándares de calidad, se pueden crear e instaurar mecanismos a través de un análisis resumido sobre la percepción de los huéspedes de los servicios tanto tangibles e intangibles ofrecidos durante la estadía del cliente.

4.2.2. Resultados del cuestionario aplicado a los turistas

Tabla 14

Atención recibida por el personal de recepción

Preguntas	Siempre	Algunas veces	Nunca
1. Disposición para atender con cortesía	74 %	21 %	5 %
2. Trato cordial y con respeto	42 %	58 %	0 %
4. Se percibe confianza y honestidad	26 %	68 %	6 %
5. El servicio recibido se adapta a sus necesidades	37 %	58 %	5 %

Nota. Datos obtenidos de la satisfacción del turista en cuanto a la atención recibida (2022).

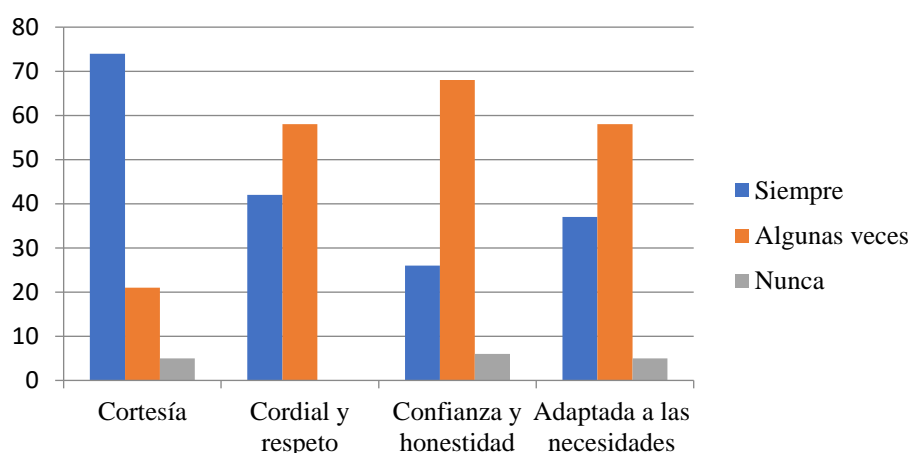


Figura 13. Atención recibida por el personal de recepción (2022).

Análisis

Se visualiza en la figura 13, la atención recibida por parte del personal en el departamento de recepción, el mayor porcentaje se observa en la disposición para atender con cortesía con un 74 % en siempre, luego un 21 % algunas veces y solo un 5 % nunca. El trato cordial y con respeto se encuentra en un 58 % algunas veces, igualmente un 68 % percibe confianza y honestidad. En cuanto a la adaptación del servicio a las necesidades del cliente resultó algunas veces con un 58 %.

Significa que la atención recibida por el personal de recepción se concibe en algunas veces, estos resultados indican que el servicio recibido no es tan satisfactorio. En este sentido

Melquiades & Ocon (2018) mencionan que la calidad de servicios en la industria hotelera no sólo dependerá de los servicios proporcionados por la empresa, sino también del trato cordial que los empleados ofrecen, por lo tanto, enfatiza todo cliente que recibe un servicio con amabilidad tendrá una experiencia gratificante, se sentirá seguro y motivado a regresar en otra ocasión.

Tabla 15
Funcionamiento de la recepción

Preguntas	Siempre	Algunas veces	Nunca
3. El personal está capacitado para desempeñar sus funciones.	21 %	69 %	10 %
7.El personal de recepción atiende a sus requerimientos.	26 %	68 %	6 %
8. La información dada en la recepción es clara y precisa	37 %	58 %	5 %

Nota. Datos obtenidos de la satisfacción del turista en cuanto al funcionamiento de la recepción (2022).

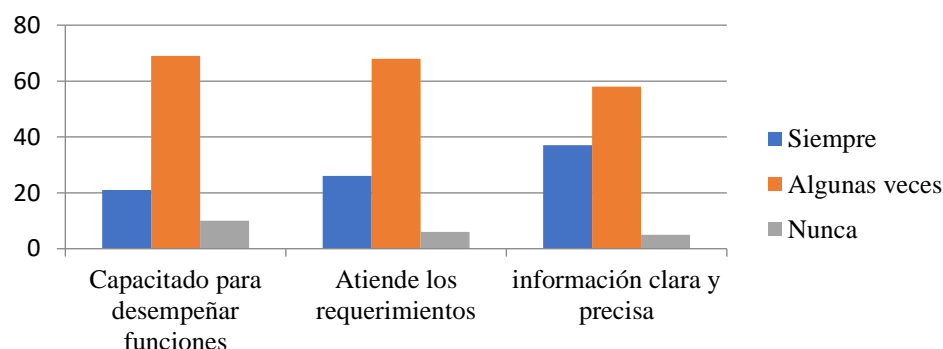


Figura 14. Funcionamiento de la recepción (2022).

Análisis

En relación con al funcionamiento del departamento de recepción, se aprecia en la figura 14, un 69% de los turistas respondieron que algunas veces el personal está capacitado para desempeñar sus funciones. Un 21% reconoce siempre lo están y un 10% cree que nunca. Por otra parte, algunas veces el personal de recepción atiende a los requerimientos obtuvo 68%, siempre 26% y nunca 6%. Al 58% de los encuestados les parece que algunas veces la

información dada en la recepción es clara y precisa, para el 37% es siempre y solo un 5 % expresó nunca.

Estos resultados indican que la recepción no está funcionando a cabalidad, por ello, amerita tomar en cuenta lo mencionado por Calle et al. (2018) el departamento de recepción es uno de los más importantes dentro del hotel, porque es el primer contacto entre la organización y el cliente. Por lo tanto, se espera que cada empleado brinde una atención eficaz, amable y rápida al visitante. El cliente debe estar siempre bien atendido desde su llegada hasta su salida y ante un personal bien capacitado para ejercer su función.

Tabla 16
Servicios que ofrece el hotel

Preguntas	Siempre	Algunas veces	Nunca
9. Sus expectativas se cubren con el servicio que ofrece el hotel.	37 %	58 %	5 %
11. Se aprecia un ambiente tranquilo y hace que se sienta satisfecho al visitarlo.	36 %	64 %	0 %
12. Podría visitar el hotel en otras ocasiones.	58 %	42 %	0 %
14. El hotel brinda una adecuada seguridad.	26 %	74 %	0 %

Nota. Datos obtenidos de la satisfacción del turista en cuanto a los servicios que ofrece el hotel (2022).

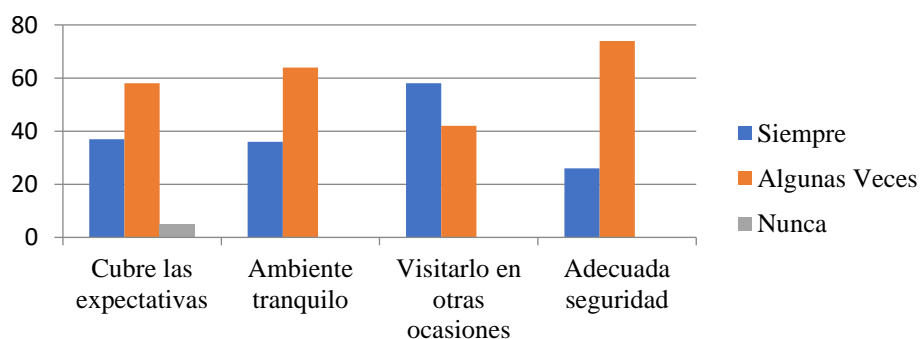


Figura 15. Servicios que ofrece el hotel (2022).

Análisis

La figura 15, muestra las expectativas del cliente sobre el servicio que presta el hotel. Al preguntar si efectivamente se cubren, las respuestas fueron: algunas veces 58 %, siempre 37 % y nunca 5 %. Por otra parte, 64 % algunas veces y 36 % siempre valora el ambiente tranquilo y hace que se sienta satisfecho al visitarlo. En cuanto a visitar el hotel en otras ocasiones obtuvo 58 % en siempre y 42 % algunas veces. Cabe destacar que la atención brindada por el personal de recepción, depende en gran medida el regreso del cliente (Calle et al., 2018).

Para el 74% de los entrevistados el hotel algunas veces brinda una adecuada seguridad y 26% considera que siempre lo hace. A pesar de que el mayor porcentaje de la satisfacción del cliente sobre los servicios ofrecidos se encuentra en algunas veces, más del 50 % desearía visitarlo en otro momento.

De acuerdo con Lovelock (2009) en su definición de servicios, establece que los clientes esperan obtener valor de las compras de servicios a cambio de su dinero, tiempo y esfuerzo. Por ello, conocer las expectativas de los clientes, sobre la seguridad y otras particularidades de los servicios, así como la forma en la que estas características distintivas afectan el comportamiento del huésped; le brindará información importante al empleado de la recepción para prestar un mejor servicio y será una ventaja competitiva para la gerencia del establecimiento.

Tabla 17
Manejo de la información sobre los servicios

Preguntas	Siempre	Algunas veces	Nunca
6. Considera que el hotel maneja la publicidad de sus servicios	47 %	53 %	0 %
10. Se informa través de la publicidad de manera clara y comprensible los servicios que ofrece el hotel.	37 %	%	5 %
13. El servicio ofertado se ajusta a la calidad del servicio prestado por el hotel	47 %	48%	5 %
15. Usted recomendaría este hotel	52%	48 %	0 %

Nota. Datos de la satisfacción del turista sobre la información de los servicios (2022).

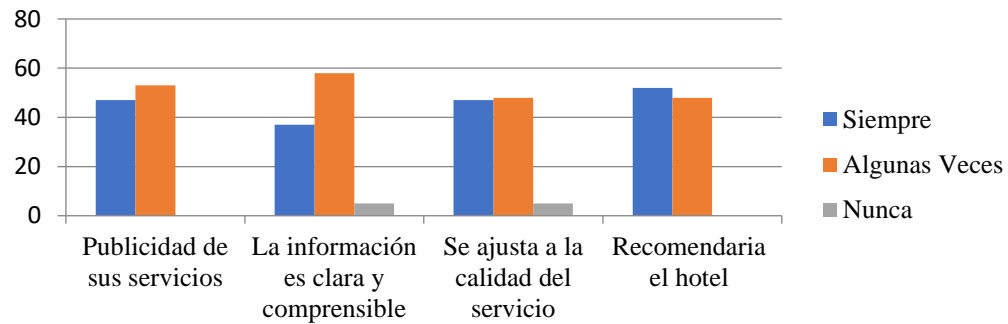


Figura 16. Manejo de la información sobre los servicios (2022).

Análisis

En lo referente al manejo de la información presentado en la figura 16, el 53 % considera que el hotel maneja algunas veces la información de sus servicios y siempre en un 47 %. En cuanto si se informa de manera clara y comprensible sobre los servicios, un 58 % respondieron algunas veces, 37 % siempre y 5 % nunca. Al respecto Lovelock (2009) destaca que las interacciones entre los visitantes y el recepcionista influyen de manera importante en la forma como los clientes perciben la calidad del servicio.

Los resultados sobre el servicio ofertado, si este se ajusta a la calidad del servicio prestado, un 48 % respondió algunas veces, el 47 % dijo siempre y 5 % nunca. Al indagar si recomendaba el hotel, las respuestas fueron: siempre 52 % y algunas veces 48 %. Aquí se precisa un porcentaje por encima del 50 % en algunas veces, significa que la información que ofrece el hotel, debe estar más acorde con las exigencias del cliente. Para Marrero (2016) los empleados son la principal fuente de información del huésped, tanto para recursos internos, como externos. De los recepcionistas depende, en gran medida, que las personas deseen volver a visitar el hotel.

4.2.3. Resultados de los comentarios de los turistas por Google

Tabla 18

Valoración de opiniones de Google sobre los servicios.

Categoría	1	2	3	4	5
Puntuación otorgada por los clientes a los servicios mediante Google.	7%	4%	7%	20%	62%

Nota. Datos obtenidos de los resúmenes de opiniones publicados por Google (2022).

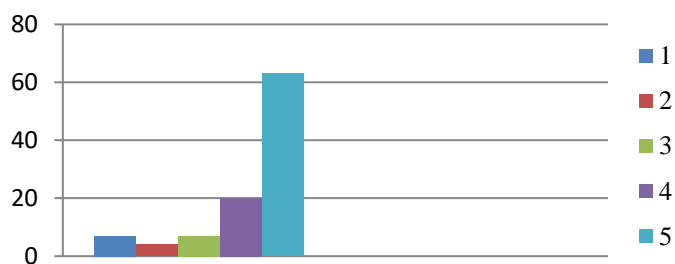


Figura 17. Valoración de opiniones de Google sobre los servicios (2022).

Análisis

La figura 17, presenta la valoración que dan los clientes vía Google, a los servicios prestados en los hoteles de Atacames. Se puede distinguir que el 62 % le otorga la máxima puntuación (5) y otro 20 % lo valora con cuatro (4), esto reporta que los clientes en su mayoría manifestaron aprobación por los servicios recibidos, mientras que el 7 % lo calificó con un tres (3), 4 % con dos (2) y 7 % marcó la mínima puntuación (1). Aunque las cifras resultaron un 62 % en la máxima categoría, existe un 38 % que se encuentra insatisfecho por los servicios recibidos.

Los aportes de Lovelock (2009) refieren la necesidad de realizar mediciones periódicas de la calidad de los servicios; porque lo que se mide se puede analizar y controlar. Además, facilita a los gerentes la toma de decisiones relacionadas con las mejoras requeridas para la organización.

Tabla 19

Comentarios sobre el servicio publicados en Google.

Servicios	Positivos	Críticos	Sin comentarios
Atención	79 %	19 %	2%
Limpieza	64 %	13 %	23 %
Seguridad	76 %	3%	21 %

Nota. Datos obtenidos de los resúmenes de opiniones publicados por Google (2022).

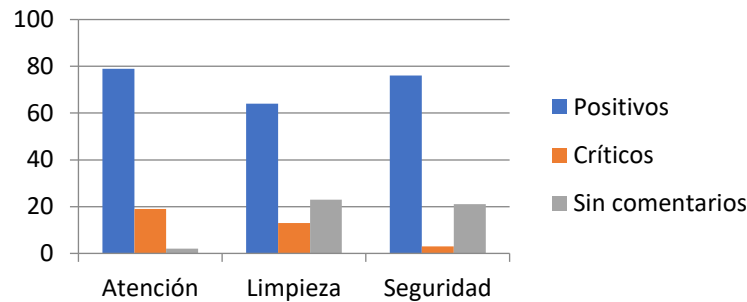


Figura 18. Comentarios sobre el servicio publicados por Google (2022).

Análisis

En la figura 18, los comentarios sobre los servicios atención, limpieza y seguridad, publicados por Google reflejan las opiniones de los turistas sobre su visita a los hoteles de Atacames estudiados. La atención recibió 79% de comentarios positivos, 19% críticos y sin comentarios 2%. En lo referente a la limpieza, 64% dio comentarios positivos, 23% no comentaron y 13% escribieron como crítico el servicio de limpieza de los hoteles. Sobre la seguridad, los comentarios positivos fueron 76%, los críticos 3% y sin comentarios 21%.

Esta información que ofrece Google, son una poderosa herramienta para medir la satisfacción de los servicios. Además, la capacidad de conocer y dar respuesta a los comentarios o quejas de los clientes sobre el servicio, es la verdadera prueba del compromiso de una empresa hotelera con la satisfacción y la calidad de su servicio (Lovelock, 2009).

4.3. Resultados del Análisis de la Matriz FODA

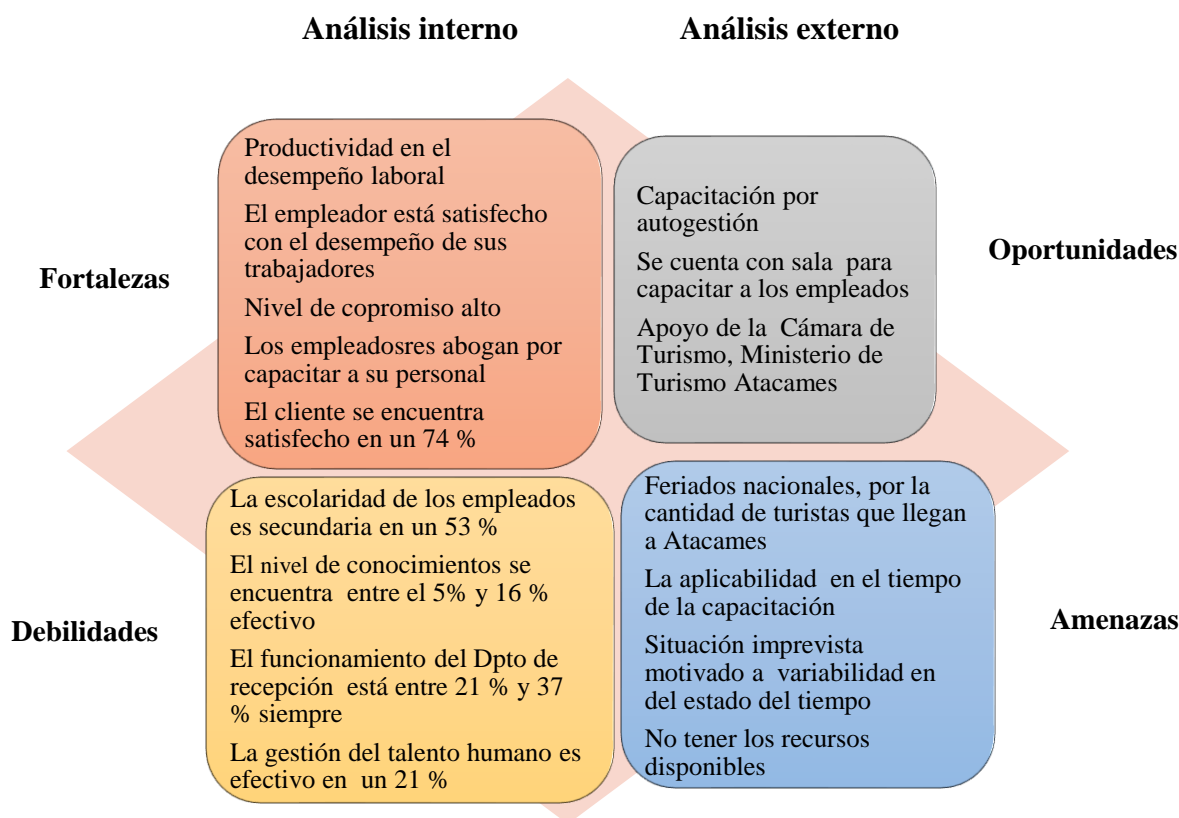


Figura 19. Análisis de la Matriz FODA

Nota. Análisis interno y externo de las informaciones recogidas de la aplicación de los cuestionarios.

Análisis

La figura 19, sintetiza los resultados del recorrido realizado con el análisis y discusión de las informaciones obtenidas de los cuestionarios aplicados a los empleados, empleadores y turistas en los hoteles de Atacames, Ecuador. Se muestran las fortalezas y debilidades en el análisis interno y las oportunidades y amenazas en el análisis externo. Se puede apreciar aspectos importantes a tomar en cuenta como fortalezas para construir el plan de capacitación, entre ellos se mencionan: la productividad manifiesta de los empleados en el desempeño laboral, su compromiso con la empresa hotelera, empleadores satisfechos con el desempeño de sus trabajadores y dispuestos a que se capaciten de manera eficiente; además de considerar la satisfacción del cliente por encima del 70 %.

De la misma manera, las debilidades significan los aspectos donde se debe hacer énfasis para mejorar el servicio del departamento de recepción, se destacan: el nivel de escolaridad del empleado, donde la mayoría tiene secundaria completa, hay deficiencia en los conocimientos propios de una recepción hotelera, del ejercicio de funciones y la manera de gestionar el recurso humano.

Las oportunidades, especifican la garantía de llevar a cabo la capacitación, pues se cuenta con salón para este tipo de eventos, los trámites para la autogestión y apoyo de las autoridades turísticas en este Cantón. En cuanto a las amenazas, son pocas y tienen que ver con los feriados nacionales, el uso del tiempo en la aplicabilidad, situaciones imprevistas con el estado del tiempo y no tener a la disposición los recursos para la ejecución de la capacitación.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1. Introducción

En esta era de cambios acelerados y de competitividad cada día más dura, es vital para las organizaciones hoteleras fomentar el desarrollo integral de las potencialidades de las personas y contar con capital humano que posea un alto nivel de conocimiento no solo organizacional sino también personal, que brinde atención de calidad y se integre eficientemente a los equipos de trabajo, sobre todo cuando se trata de empresas de servicios, donde la atención directa de las necesidades del usuario y la capacidad creativa para cubrir sus necesidades son elementos claves para el éxito de la organización. Perdomo, (2012) como se citó en Torres et al. (2021).

En tal sentido, para las cadenas hoteleras el conocimiento puede ser considerado como el principal activo para garantizar su gestión estratégica y operacional, su imagen de marca, reputación y satisfacción de clientes. De la misma manera, la gestión del conocimiento aparece para ayudar a los hoteleros en la recopilación e interpretación y una mayor y mejor información sobre el mercado, tanto a nivel interno como en el medio ambiente en general con el fin de maximizar los resultados de la organización. De acuerdo con (Goncalves et al., 2014) el conocimiento aparece como un recurso clave en las decisiones estratégicas de los hoteles, lo que resulta ser una ventaja competitiva por su dinamismo, necesario hoy en día.

Así surge la capacitación, convirtiéndose en la estrategia idónea para desarrollar nociones específicas, destrezas o habilidades directamente relacionadas con el desempeño laboral y el continuo desarrollo personal. En toda organización, la capacitación de los trabajadores debe ser una actividad constante, continua e ininterrumpida. Siempre se debe introducir alguna orientación y mejoras de las habilidades y las competencias incluso cuando las personas presentan un excelente desempeño. Al respecto, Chiavenato (2009) menciona “la base principal para los programas de mejora continua es la constante capacitación de las personas para que alcancen niveles cada vez más elevados de desempeño. La capacitación funciona como el principal catalizador de ese cambio” (p. 378).

5.2. Necesidades detectadas

Después de la aplicación de los cuestionarios a los empleados, empleadores y turistas, estos resultados fueron analizados y discutidos, luego en el análisis de la matriz FODA, se detectaron los puntos fuertes y débiles de la capacitación. Surgieron una serie de elementos a tomar en cuenta para el diseño del programa de capacitación. Entre las *fortalezas*, se mencionan: la productividad de los empleados, el compromiso, la satisfacción con el trabajo, querer capacitarse y la satisfacción del cliente del servicio recibido; en las *debilidades* se encuentran: el nivel de escolaridad del empleado, la deficiencia en los conocimientos propios de una recepción hotelera, en el ejercicio de funciones y las limitaciones de gestionar el recurso humano por parte del empleador; como *oportunidades*, se tiene un salón de conferencia disponible y el apoyo de las autoridades turísticas en este Cantón y por último las *amenazas*, aunque son pocas, no se está exento de los feriados nacionales, el uso del tiempo en la aplicabilidad y de aquellas situaciones imprevistas relacionadas con el estado del tiempo y no poder tener a la disposición los recursos para la ejecución de la capacitación.

Por ello, el siguiente programa de capacitación pretende aprovechar las fortalezas para minimizar las debilidades y las oportunidades para disminuir las amenazas. De esta manera, incrementar los conocimientos de los empleados del departamento de recepción de los hoteles del Cantón Atacames, Ecuador, mediante el entrenamiento continuo, mejorando sus conocimientos en la práctica administrativa y elevando su nivel profesional. Además, se les instruirá sobre la organización del talento humano para la ejecución de las responsabilidades asignadas dentro del establecimiento hotelero.

5.3. Descripción de la propuesta

Una capacitación continua del personal de recepción, auxilia a los miembros del departamento en el desempeño de su trabajo actual, le permite interactuar con otros miembros de equipo, potencia sus habilidades técnicas, operativas y administrativas; los motiva a pensar, analizar e investigar. Sus beneficios pueden prolongarse durante toda la vida laboral, ayudando al profesional en el desarrollo de su carrera y responsabilidades. Muchos programas que se inician sólo para capacitar técnicamente a un empleado concluyen en la

ayuda de su desarrollo personal e incrementar su potencial (Enriquez, 2009) especialmente cuando se asume como un proceso permanente durante la vida (Nava et al., 2009).

En ese sentido, esta capacitación incluye los temas detectados en el diagnóstico previo desarrollado en los hoteles de Atacames. Los aspectos a tomar en cuenta para construir este programa de capacitación fueron: la productividad laboral, los compromisos con la empresa hotelera, la satisfacción de los empleadores con el desempeño de sus trabajadores y la disposición del personal para que se capaciten de manera eficiente. De la misma manera, los elementos donde se hizo énfasis para mejorar el servicio del departamento de recepción son: los conocimientos propios de una recepción hotelera, el ejercicio de funciones y la manera de gestionar el recurso humano.

Se utilizó como apoyo a esta propuesta el modelo de gestión del conocimiento KPMG, Consulting (Tejedor & Aguirre, 1998), el cual tiene como finalidad exponer de forma clara y práctica los factores que determinan la capacidad de aprendizaje en una organización, se presenta como un sistema complejo donde existe la interacción de todos sus integrantes; por lo tanto, al estar afectado uno de sus elementos, influye en todos los miembros. En tal sentido, la estructura organizativa, la cultura, el liderazgo, trabajo en equipo, las actitudes de las personas, se mantienen en una interrelación constante. Por lo que, si uno de los integrantes de la recepción no está desempeñando su labor eficientemente, esto repercute en todo el departamento y por lo tanto en la atención al cliente.

Para el desarrollo de este programa de capacitación se elige la modalidad taller según Acosta & Vasco (2013) constituye la interacción con el conocimiento de manera interactiva e intersubjetiva entre los participantes, donde se generan procesos individuales en cada uno de ellos. Por lo tanto, un taller es vivir una experiencia rica en recursos, colores y habilidades que permite socializar los procesos personales de cada individuo. De acuerdo con Delgado (2020) un taller es una situación privilegiada de aprendizaje, es una práctica de trabajo activo, donde los participantes aportan sus experiencias, argumentos, compromisos y es fundamental para el éxito metodológico de una unidad de aprendizaje.

5.4. Objetivos

5.4.1. Objetivo general

Capacitar el talento humano del departamento de recepción de los hoteles del Cantón Atacames, Ecuador.

5.4.2. Objetivos específicos

- Ampliar los conocimientos sobre el turismo en Ecuador.
- Aumentar las nociones sobre la estructura del departamento de recepción.
- Internalizar las funciones de cada uno de los miembros del personal de recepción.
- Proporcionar herramientas sobre la gestión del recurso humano.
- Implementar estrategias tendientes al mejoramiento de la calidad del servicio al cliente.

5.5. Ubicación geográfica de la propuesta

Esta propuesta se llevará a cabo en la Parroquia Atacames, perteneciente al Cantón Atacames ubicado en la Provincia de Esmeraldas, al noroeste del Ecuador, este Cantón posee cinco Parroquias las cuales son: Atacames (Cabecera Cantonal), la Unión, Súa, Tonchigüe y Tonsupa. Tiene zonas de playas y montañas, una temperatura que oscila entre 24 y 26 grados centígrados y generalmente un clima cálido.

Dentro del Cantón se encuentran 109 establecimientos de alojamientos registrados en MINTUR (2019) de los cuales 64 se encuentran ubicados en Atacames, 35 en Tonsupa, 6 en Súa y 4 Tonchigüe. El 94,49% del alojamiento está en un estado regular y el restante en un estado bueno. Cabe mencionar, son pocos los alojamientos que atienden en inglés, tampoco realizan su promoción y reservas desde la plataforma de internet y menos tienen su propia página web. Por otro lado, ningún establecimiento permite mascotas ni se promocionan a través de redes sociales, tampoco lo han indicado durante el levantamiento de la información.

Los hoteles en la Parroquia Atacames se encuentran clasificados de la siguiente manera: 1 de 4 estrellas, 13 de tres estrellas y 50 de 2 estrellas (Consolidado Nacional, 2022). Es importante destacar la definición de hotel que maneja el Reglamento General de Actividades Turísticas (MINTUR, 2008, Art. 8 sección 2, p. 3) “todo establecimiento que de

modo habitual mediante precio preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde”.

De acuerdo con Veloz & Vasco (2016) el mismo reglamento especifica los servicios que ofrecen y además menciona que, los establecimientos pueden ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias en un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo. Deben facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos, además disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

5.6. Aplicación de la propuesta

Esta propuesta, se presenta como una oportunidad ante las necesidades detectadas en la investigación realizada, además con las herramientas aportadas por el presente programa de capacitación del talento humano, en el departamento de recepción de los hoteles de Atacames – Ecuador, se capacitará a los empleados a través de la modalidad taller sobre los conocimientos propios de una recepción hotelera y del ejercicio de sus funciones.

La propuesta se aplicará mediante un cronograma de capacitaciones con horarios establecidos fuera del horario laboral, con el fin de mejorar la calidad de atención al cliente sin afectar la jornada normal de funcionamiento del hotel. Tendrá una duración total de 40 horas, distribuidos en 5 talleres (8 horas cada uno), desarrollados en la modalidad presencial y virtual, en un tiempo aproximado de 10 días. La estructura de la propuesta se presenta en la tabla 20, especificando el nombre del taller, el contenido y la cantidad de horas, la cual se muestra a continuación.

5.7. Estructura de la propuesta

Tabla 20
Distribución de contenidos por taller

Talleres	Contenidos	Cantidad de horas
1. Cultura turística	Principios y elementos de la cultura turística. Fomento y crecimiento de la actividad turística. Turismo en Ecuador.	8
2. Departamento de recepción	Estructura, funciones. Perfil del empleado de recepción. Desempeño laboral.	8
3. Atención al cliente	Productividad y calidad de los servicios que se ofrecen. Satisfacción del cliente. Mediación y resolución de conflictos. Relaciones interpersonales.	8
4. Gestión del talento humano	El empleado como impulsor al éxito de la organización. Capacitación del talento humano. Sistema de incentivos y Reconocimientos.	8
5. Gestión del conocimiento	Uso del conocimiento para innovar. Dimensiones del conocimiento.	8
5 Talleres	Contenidos	40 horas

5.8. Cronograma de capacitación

Se presenta la especificación de los cinco talleres, resaltando su objetivo, duración, carga horaria, modalidad, participantes y facilitador, posteriormente se muestran en los cuadros (4 al 8) la descripción del taller, destacando los contenidos con sus respectivas actividades, estrategias y materiales a utilizar.

Taller 1: Cultura turística

Objetivo: Proporcionar al personal información sobre los principios y elementos de la cultura y la actividad turística en Atacames y el Ecuador.

Duración: 2 días

Carga Horaria: 8 Horas (4 horas diarias).

Modalidad: Presencial y virtual

Participantes: Personal de recepción de los hoteles de Atacames.

Facilitador: Red de profesionales en turismo de la Provincia de Esmeraldas

Tabla 21

Descripción del taller 1: Cultura turística

Subtemas	Contenidos	Actividades	Metodología	Materiales
Principios y elementos de la cultura turística.	Importancia de estar bien informados. Sitios de interés, gastronomía, actividades, historia local, costumbres, tradiciones y modismos culturales de Atacames.	Saludo Inicial Presentación del expositor Integración de los asistentes	Técnica de presentación Técnica de dinámica de grupo Técnica expositiva	Proyector. Computador. Pizarra Folletos. Lápiz. Carpetas Esferos. Borrador. Marcadores.
Fomento y crecimiento de la actividad turística.	Definición de atractivo turístico. Tipos de Turismo que ofrece Atacames. Beneficios del turismo de sol y playa. Análisis de la situación turística del Cantón.	Recuento de sesión anterior Presentación del material de trabajo en diapositivas	Técnica PNI (Positivo, negativo, interesante) Técnica expositiva Reflexiones de la actividad	Proyector. Computador. Pizarra Folletos. Lápiz. Carpetas Esferos. Borrador. Marcadores.
Turismo en Ecuador.	Demanda turística del Ecuador. Perfil del turista extranjero. Perfil del turista ecuatoriano. Demanda Turística del cantón Atacames. Legislación en la hostelería.	Preguntas sobre sesión anterior Presentación del material de trabajo en diapositivas Experiencias vividas	Plataforma Zoom Estrategias virtuales Mentimeter Técnica expositiva Formulario Google	Computador Dispositivo Esferos hojas

Taller 2: Departamento de recepción

Objetivos:

- Aumentar las nociones sobre la estructura del departamento de recepción.
- Internalizar las funciones de cada uno de los miembros del personal de recepción.

Duración: 2 días

Carga Horaria:8 Horas (4 horas diarias).

Modalidad: Presencial y virtual.

Participantes: Personal de recepción de los hoteles de Atacames.

Facilitador: Red de profesionales en turismo de la Provincia de Esmeraldas.

Tabla 22

Descripción del taller 2: Departamento de recepción.

Subtemas	Contenidos	Actividades	Metodología	Materiales
Estructura y funciones del departamento de recepción.	Estructura organizacional Funciones de la recepción. Análisis y descripción de cargos. Reservas. Contabilidad y administración. Facturación. Caja. Sistemas informáticos. Relaciones públicas. Marketing hotelero.	Saludo Inicial Presentación del expositor Presentación del material de trabajo en diapositivas Participación activa	Técnica del saludo Práctica con el organigrama de las funciones Técnica que me llevo de la sesión	Proyector. Computador. Folletos. Hojas Lápiz. Esferos. Borrador. Marcadores.
Perfil del empleado de recepción.	Perfiles de Cargos. Habilidades interpersonales. Procesos básicos para la prestación del servicio. Atención al Usuario. Manejo de Valores.	Exposición del material Presentación de casos	Técnica expositiva Mis habilidades Dramatización Trabajo grupal	Proyector Computador Hojas Marcadores
Desempeño laboral.	Cómo comunicar con claridad. Cooperación grupal. Prevención de riesgos laborales.	Resumen de la clase anterior Presentación del material	Plataforma zoom Técnica de comunicación Discusión grupal	Computador Hojas Marcadores

Taller 3: Atención al cliente.

Objetivo: Proveer al personal de recepción los conocimientos necesarios para atender al cliente y asegurar su satisfacción.

Duración:2 días

Carga Horaria:8 Horas (4 horas diarias).

Modalidad: Presencial y virtual

Participantes: Personal de recepción de los hoteles de Atacames.

Facilitador: Red de profesionales en turismo de la Provincia de Esmeraldas.

Tabla 23

Descripción del taller 3: Atención al cliente

Subtemas	Contenidos	Actividades	Metodología	Materiales
Productividad y calidad de los servicios que se ofrecen.	Las políticas de la compañía y la satisfacción del cliente. Cómo establecer metas alcanzables. La gestión de clientes. El análisis de la clientela.	Saludo Inicial Presentación del expositor. Presentación del material de trabajo en diapositivas.	Plataforma zoom Técnica expositiva Reflexión y discusión	Computador Folletos Lápiz Esferos Borrador Marcadores
Satisfacción del cliente	El servicio de atención al cliente. Los componentes de la satisfacción. Las expectativas del cliente. La comunicación en la atención al cliente.	Exposición del material. Ejemplos de la satisfacción del cliente	Plataforma zoom Técnica expositiva Discusión activa	Computador Folletos Lápiz Esferos Borrador Marcadores
Mediación y resolución de conflictos.	Cómo abordar situaciones difíciles. Resolución de problemas de manera efectiva. Qué es una queja y por qué deberías escucharla. Cómo reaccionar ante una queja correctamente. Cómo usar las quejas en beneficio de la empresa.	Saludo inicial Exposición del material Presentación de casos Participación activa	Técnica expositiva Practica de técnicas de mediación Trabajo grupal Dramatización	Proyector Computador Hojas Lápiz Esferos Borrador Marcadores
Relaciones interpersonales	Los modales en la comunicación: lo que se puede y no se puede decir. Cómo iniciar una conversación con confianza. Cómo finalizar una conversación. Análisis del lenguaje corporal de tus clientes.	Exposición del material. Formación de parejas Participación efectiva	Técnica expositiva Práctica entre compañeros Coevaluación	Proyector Computador Hojas Lápiz Esferos Borrador Marcadores

Taller 4: Gestión del talento humano.

Objetivo: Proporcionar herramientas sobre la gestión del recurso humano a los empleados que tengan personal a su cargo.

Duración: 2 días

Carga Horaria: 8 Horas (4 horas diarias).

Modalidad: Presencial y virtual.

Participantes: Recepcionistas, gerencia media, supervisores, jefes de área del departamento de recepción de los hoteles de Atacames.

Facilitador: Red de profesionales en turismo de la Provincia de Esmeraldas.

Tabla 24

Descripción del taller 4: Gestión del talento humano

Subtemas	Contenidos	Actividades	Metodología	Materiales
El empleado como impulsor al éxito de la organización.	Emprendimiento Liderazgo Motivación Ética profesional	Saludo Inicial. Presentación del expositor. Exposición del material de trabajo en diapositivas.	Plataforma zoom Técnica expositiva Lluvia de ideas Reflexión y discusión	Computador Folletos Lápiz Esferos Borrador Marcadores
Sistema de incentivos y Reconocimientos.	Administración de salarios. Incentivos y beneficios laborales	Explicación del material de trabajo en diapositivas. Participación activa	Plataforma zoom Foro virtual Expresión de inquietudes	Computador Folletos Lápiz Esferos Borrador Marcadores
Capacitación del talento humano.	La gestión de procesos administrativos del talento humano. Comportamiento humano en las organizaciones. Nociones gerenciales. Gestión integral por competencias. Indicadores de gestión del talento humano. Legislación laboral.	Saludo inicial Resumen de la clase anterior Presentación del contenido en diapositivas	Técnica expositiva Trabajo grupal Discusión y aportes Formulario Google	Proyector Computador Folletos Lápiz Esferos Borrador Marcadores

Taller 5: Gestión del conocimiento.

Objetivo: Desarrollar conceptos directamente relacionadas con el desempeño laboral y las dimensiones del conocimiento.

Duración: 2 días

Carga Horaria: 8 Horas (4 horas diarias).

Modalidad: Presencial y virtual.

Participantes: Recepcionistas, gerencia media, supervisores, jefes de área del departamento de recepción de los hoteles de Atacames

Facilitador: Red de profesionales en turismo de la Provincia de Esmeraldas.

Tabla 25

Descripción del taller 5: Gestión del conocimiento

Subtemas	Contenidos	Actividades	Metodología	Materiales
Uso del conocimiento para innovar.	Mejorando procesos, productos y servicios. Soluciones innovadoras. Desarrollo y transferencia de conocimiento.	Saludo Inicial. Presentación del expositor. Exposición del material de trabajo en diapositivas.	Plataforma zoom Lluvia de ideas Discusión y aportes	Computador Folletos Lápiz Esferos Borrador Marcadores
Dimensiones del conocimiento.	Capital Intelectual. Tecnologías de la información y las comunicaciones. Aprendizaje organizacional.	Bienvenida a los asistentes Presentación del expositor Exposición del material de trabajo en diapositivas.	Técnica expositiva Trabajo en equipo Aportes a la discusión Formulario Google	Proyector Computador Folletos Lápiz Esferos Borrador Marcadores

5.9. Aspectos administrativos

5.9.1. Recursos para la implementación de la Propuesta

5.9.1.1. Recursos humanos

Los recursos humanos son el conjunto de personas que intervienen en el proyecto (Posada, 2021). En este plan de capacitación participa el siguiente personal:

Tabla 26

Recursos Humanos que forman parte de la capacitación.

Recursos	Cantidad
Coordinador	1
Facilitadores	5
Investigador	1
Propietario de hotel	19
Personal de recepción de los hoteles de Atacames.	30
Colaboradores de la red de profesionales en turismo de la Provincia de Esmeraldas.	10
Total	65

5.9.1.2. Recursos materiales

Los recursos materiales consisten en todo lo que el equipo del proyecto va a necesitar para llevar a cabo la capacitación. Incluyendo: las salas, el material de oficina, movilidad, entre otros (Posada, 2021). Dentro de los recursos materiales se encuentran:

Tabla 27
Recursos materiales para la capacitación.

Recursos	Cantidad
Folletos	30
Caja de Bolígrafos	03
Resma de hojas bond	01
Engrapadora	01
Marcadores	30
Perforadora	01
Anillado	30
Transporte	01
Publicidad	19
Refrigerios	30
Salón de actos, Hotel Márquez	01
Total	147

5.9.1.3. Recursos tecnológicos

Un recurso tecnológico es un medio que usa la tecnología para cumplir con su propósito. Entre ellos se encuentra los tangibles: la computadora, impresora u otra máquina y los intangibles: un sistema o una aplicación virtual. (Pérez & Merino2021). Los recursos utilizados son:

Tabla 28
Recursos tecnológicos.

Recursos	Cantidad
Proyector	01
Laptop	01
Cámara	01
Celular	01
Plataforma Google meet	01
Plataforma zoom	01
Total	06

5.9.1.4. Recursos financieros

Los recursos financieros se refieren al presupuesto del programa. En otras palabras, todos los gastos y costos que se tienen a lo largo de su ejecución, tales como: pagos de equipos, el alquiler o la compra de material, gastos de traslados, honorarios profesionales, entre otros (Posada, 2021). Los recursos financieros para el desarrollo de los talleres serán tramitados mediante la autogestión. Se incluirán patrocinios de la Cámara de Turismo de Ecuador, el Ministerio del Turismo y la Dirección de Turismo del Municipio de Atacames.

5.9.2. Presupuesto

A continuación, se describe en detalle el presupuesto de los recursos necesarios para los talleres de capacitación.

Tabla 29
Presupuesto

Recursos	Cantidad	Costo unitario en \$	Costo total
Facilitadores	5	100	500
Coordinador	1	200	200
Folletos (material de apoyo)	30	2	60
Caja de bolígrafos	1	5.50	5.50
Engrapadora	1	5	5
Perforadora	1	5	5
Caja de Marcadores	1	3	5
Resma de hojas bond	1	5	5
Anillado	30	7	210
Transporte	5	10	50
Publicidad Facebook	1	30	30
Volantes o flyer	100	50	50
Salón del Hotel Márquez	5	350	1750
Refrigerios	150	1.75	262,50
Proyector	1	400	400
Laptop	1	350	350
Cámara	1	500	500
Celular Retmi Note 10S	1	350	350
Plataforma zoom al mes	1	15	15
Imprevistos	1	100	100
TOTAL	-----	-----	4.853

A través de la autogestión, dicho presupuesto será financiado con el apoyo de la Cámara de Turismo de Esmeraldas, el cual dentro de los objetivos de sus socios o agremiados está fortalecer las actividades de capacitación con sus aportes económicos. También, se contará con el apoyo de la Alcaldía del Cantón Atacames, el departamento de turismo, posee

un rubro designado por el alcalde para este tipo necesidades de capacitación. Además, se espera el soporte de la Red de profesionales que poseen vida jurídica, y dentro de sus actividades se encuentran la de desarrollar capacitaciones en todos los aspectos de la vida turística.

5.10. Evaluación de la propuesta

La evaluación es un elemento que deber estar dentro de toda capacitación, con la finalidad de confirmar el logro de los objetivos planteados, detectar las limitaciones y poder solucionar los problemas que se presenten en su implementación. Según Grados (2009) es importante establecer mecanismos que permitan el control y evaluación, tomando en cuenta que, una capacitación no termina el último día del curso, sino más bien con la puesta en práctica de todo lo aprendido y en los resultados que las personas obtengan con esto.

Es importante resaltar, manifiesta Morillo (2016) al evaluar el programa de capacitación, se puede determinar también el nivel de satisfacción de la comunidad con los aprendizajes obtenidos, si se cumplieron sus expectativas, obtener las opiniones que tienen sobre el proceso, su participación, los cambios experimentados y por último conocer el impacto causado posterior a la capacitación, comprobando cuanto ha aumentado la motivación, con nuevas ideas para seguir laborando y hacerlo de una manera más efectiva.

De acuerdo con Sánchez (2022) un plan de capacitación debe contener seis pasos y el último es la evaluación de los resultados: antes, durante y después de la ejecución del programa. También, toda evaluación se centra en cuatro aspectos básicos: reacción del grupo, el conocimiento adquirido, la conducta y los resultados específicos posteriores al curso.

Por ello, en este programa de capacitación, la evaluación se realizará en tres momentos: al inicio será solo formativa con la finalidad de lograr la integración grupal a través de técnicas para la dinámica de grupo y conocer las expectativas de los participantes. El segundo momento será durante el desarrollo de cada taller, la cual será formativa y sumativa, en cuanto a la formativa se obtendrá a través de la participación activa en las discusiones, en el trabajo grupal, los aportes de las reflexiones y la coevaluación. La sumativa se llevará a cabo una vez que se concluya cada taller, de acuerdo al contenido desarrollado, ésta consistirá en

la aplicación de un formulario Google contentivo de 20 preguntas de selección múltiple, además de la participación de los foros virtuales.

El tercer momento, se llevará a cabo una vez concluido los cinco talleres, donde se pueda obtener información a través de un formato escrito con 10 acciones con una escala (excelente, efectivo, aceptable y deficiente) sobre la ejecución de los talleres, en cuanto a: planificación, uso de recursos, contenidos, expectativas, conocimientos obtenidos y participación. Además, una vez obtenida la información, se analizará el alcance de la capacitación en las áreas ocupacionales, a fin de mejorar o sustituir el mismo. A continuación, se presenta el formato para evaluar el programa.

FORMATO DE EVALUACIÓN

Cantón:

Provincia:

Fecha:

Hora:

Instrucciones: Se le presentan una serie de acciones llevados a cabo en el programa de capacitación. Coloque una equis (X) en el aspecto que considere describe su desarrollo y actuación en el mismo.

Acciones	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
1.Las actividades realizadas le parecieron				
2. La planificación se cumplió de manera				
3.El trato recibido por parte de los facilitadores fue				
4.Los recursos utilizados fueron				
5. Los contenidos recibidos lo considera				
6. El ambiente para el desarrollo del programa fue				
7. Su participación fue				
8. Su disposición para realizar las actividades fueron				
9. Lo que aprendió en la capacitación lo considera				
10. Se cumplieron sus expectativas de manera				

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En toda investigación el marco teórico representa la recopilación de información, por ello, desde la óptica de diversos autores se logró explicar y sustentar el tema planteado, los aportes analizados sirvieron para desarrollar las variables de este estudio: la primera relacionada con el talento humano y la otra con el diseño de un programa de capacitación para el personal del departamento de recepción. Para ello, se consultaron desde diversas fuentes: conceptualizaciones, investigaciones, Leyes, entre, otros, que dan cuenta de la relevancia del departamento de recepción y la necesidad e importancia de capacitar a su personal.

La investigación se desarrolló atendiendo a la metodología propuesta, en respuesta a la necesidad de proponer un programa de capacitación para el talento humano del departamento de recepción, de los hoteles de Atacames. Para ello, se utilizaron instrumentos de recolección de información debidamente validados. Además, se cumplió con los tres principios bioéticos que deben orientar toda investigación, que son: respeto, beneficencia y justicia.

La selección de 19 hoteles ubicados en el Malecón de la Playa con el muestreo no probabilístico intencional establecido funcionó perfectamente en el progreso de la investigación, proporcionando mayor accesibilidad para la recolección de los datos por parte del investigador. Lo que permitió dar cumplimiento a cada uno de los objetivos propuestos y desarrollarlos hasta obtener las conclusiones que fundamentan la propuesta aquí planteada.

El proceso desarrollado, facilitó conocer detalladamente los aspectos considerados importantes para analizar el nivel de conocimiento del talento humano del departamento de recepción de los hoteles de Atacames. Así como también, determinar la satisfacción del empleador, empleado y de los turistas del servicio recibido en el departamento de recepción, de los hoteles de la localidad antes mencionada y propiciar el diseño del programa de capacitación para el desarrollo de las habilidades y competencias del personal que presta servicios en el departamento de recepción de los establecimientos de hospedaje de Atacames.

De esa forma, para responder al primer objetivo específico, se identificó el nivel académico de los empleados del departamento de recepción. Encontrando que solo el 47% del personal encuestado tiene estudios de pregrado y ninguno de postgrado. El nivel de conocimientos sobre sus funciones, la estructura organizativa y sobre el turismo, demostró la necesidad de aumentar su información sobre ciertas áreas importantes e indispensables para un buen desempeño laboral. Se confirmó que a pesar de tener el empleado una productividad eficaz, el desempeño laboral no se está implementando a cabalidad.

En cuanto a la satisfacción del empleado se encontró que entre 5 % al 32 % es deficiente en cuanto al sistema de incentivo y reconocimientos, sin embargo, manifestaron sentirse agrado con su puesto de trabajo, ambiente y clima laboral. En lo que respecta al empleador, también se siente a gusto con el cargo desempeñado y del clima laboral, pero tendría que aumentar la motivación hacia sus empleados, además del sistema de reconocimiento para que el desempeño laboral sea más efectivo y mantenerlos satisfechos con su trabajo. La satisfacción del turista se obtuvo desde la percepción del empleado y del empleador, en ambos la atención recibida por parte del cliente y ser tratado con cordialidad resultó entre un 5 y 26 % efectivo, cifras consideradas bajas cuando se trata de dar una atención de calidad.

Estos resultados permitieron señalar una deficiencia en el sistema de capacitación y de asesoramiento al personal de recepción, lo cual es importante atender con el fin de aumentar el servicio prestado. En cuanto a la opinión de los empleadores, estos consideran que sus trabajadores poseen un nivel de conocimientos y de desempeño laboral aceptable, que definitivamente podría mejorarse con formación, ya que los resultados revelaron la necesidad manifiesta del personal de recibir capacitaciones continuas.

La información recogida de la aplicación de los instrumentos, permitió diseñar el programa de capacitación, el cual se estructuró en base a cinco talleres de 8 horas cada uno, para un total 40 horas, en la modalidad presencial y virtual. Para su desarrollo, los contenidos se desprenden de temas como: la cultura turística, el departamento de recepción, atención al cliente, gestión del talento humano y gestión del conocimiento. En cuanto a su evaluación, será formativa y sumativa por cada taller, finalmente se comprobará el impacto del programa

a través de las opiniones de los participantes, con respecto al aprendizaje obtenido, sus expectativas y la efectividad de su implementación.

Recomendaciones

Para efecto de la investigación se tomó solo la Parroquia de Atacames, Cantón Atacames para detectar la realidad con respecto al funcionamiento del departamento de recepción, se recomienda realizar estudios en otras provincias que permita conocer sus situaciones, con la finalidad de mejorar la atención de este departamento y por ende el desarrollo del turismo.

Por ser el departamento de recepción el más importante de todo el sistema hotelero, se hace prioritaria la capacitación del personal de manera continua a fin de garantizar el éxito de la atención en la organización.

En vista de mantener la capacitación continua en el Cantón Atacames, es necesario el apoyo del Ministerio del turismo, en cuanto a facilitar recursos para la implementación de los programas de capacitación, de la misma manera contar con facilitadores de la Red de profesionales de turismo de la provincia de Esmeraldas.

REFERENCIAS

- Acosta, D. y Vasco, C. (2013). Habilidades, competencias y experticias: más allá del saber qué y el saber cómo. *Centro de Publicaciones Académicas-Corporación Universitaria Unitec*. <https://hdl.handle.net/20.500.12962/1779>.
- Abril, M. (2018). *Diseño de procesos de gestión del talento humano*. Universidad Técnica de Ambato. <https://revistas.uta.edu.ec/Books/libros%202019/diseprocgesttthh.pdf>.
- Aguirre, R. (28 de julio de 2022). La educación a distancia: la modalidad que posibilita eficazmente la educación continua. *Educrea*. <https://educrea.cl/la-educacion-a-distancia-la-modalidad-que-posibilita-eficazmente-la-educacion-continua/>
- Alcaldía de Atacames (2010). Reseña histórica del Ecuador. <https://www.municipiodeatacames.gob.ec/index.php/turismo/historia>.
- Alfonso, R. y Zambrano, J. (2021). Diagnóstico de recursos humanos para mejorar el funcionamiento en los establecimientos de hospedaje de Manta. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística (RIGISTUR)*. 1(1). <http://revistasespam.espam.edu.ec/index.php/rigistur/article/view/259/241>
- Amaya, K., Iriarte, M. y Perozo, D. (2006). Gestión del conocimiento como capacidad interna *Telos*, 8 (2), pp. 250-265. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín Maracaibo, Venezuela. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318557007.pdf>.
- Angulo, R. (2017). Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional: una visión integral. *Informes Psicológicos*, 17(1), 53-70. <https://doi.org/10.18566/infpsic.v17n1a03>.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de investigación. Introducción a la investigación científica*. 5 (ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Apaza, F. (2018). *Desempeño laboral en los trabajadores administrativos de la Municipalidad Provincial de Chumbivilcas – Cusco*, 2018. Universidad Peruana Unión. Juliaca, Perú. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/1792>.
- Barboza, A. y Ochoa, I. (2016). Modelos de gestión del conocimiento O&B y capital intelectual B&O para organizaciones. *Revista Venezolana de Ciencia y tecnología URBE*. 6 (2), pp. 111-125. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. <http://ojs.urbe.edu/index.php/revecitec/article/view/129>.
- Bauer, J. (22 de noviembre de 2021). *¿Cuántos tipos de hoteles existen?*. Amenitiz. <https://www.amenitiz.com/es/blog/cuantos-tipos-de-hoteles-existen>.
- Bautista, R., Cienfuegos, R. y Aguilar, E. (2021). El desempeño laboral desde una perspectiva teórica. *Revista valor Agregado*. 8 (1), 109-121, <https://revistas.upeu.edu.pe>.

- Bermúdez, S., y Hernández, A. (2019). Diagnóstico del capital intelectual en una empresa maquiladora textil mexicana. *Revista Escuela de Administración de Negocios* 57-76. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2290>.
- Benalcázar, K. (2016). *Programa de capacitación para mejorar la calidad del hotel San Francisco, cantón Daule, provincia del Guayas*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10160/1/TESIS%20FINAL%20KENYA%20BENALCAZAR%202016.pdf>
- Bisquerra, A. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. España: la Muralla.
- Bonillo, D. (2002). La satisfacción laboral como elemento motivador del empleado. Trabajo, *Revista Iberoamericana de relaciones de trabajo*. 11(2002), 189–200. <https://doi.org/10.33776/trabajo.v11i0.166>.
- Briones-Juárez, A., Cruz-Coria, E., & Velázquez-Castro, J. A. (2020). Modelo difuso de calidad de servicios en un hotel de cuatro estrellas. *Pädi Boletín Científico De Ciencias Básicas E Ingenierías Del ICBI*, 8(15), 124–129. <https://doi.org/10.29057/icbi.v8i15.5820>.
- Cahuaya, R. & Ñahuincocha, P. (2016). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional del Centro del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12894/1288>
- Calle, M., Lazo, A. & Granados, M. (2018). *Gestión del Sector Alojamiento - Hotel*. UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14365/1/Cap.6.Departamento%20de%20recepci%C3%B3n%20%20%20%281%29.pdf>.
- Canle, E. (3 de diciembre de 2021). Elementos de una recepción de hotel: ¡descúbrelos!. *Campus training*. <https://www.campustraining.es/noticias/elementos-recepcion-hotel/>.
- Castro, M. (20 de julio de 2022). *Definición de reserva*. https://www.academia.edu/27585842/DEFINICI%C3%93N_DERESERVA.
- Colmenares, O. & Saavedra J. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio. *Ciencia y Técnica Administrativa*. 6(4). <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>.
- Chávez, J. (21 de julio de 2022). Ama de llaves de un hotel: qué es, funciones e importancia. *Ceupe magazine*. <https://www.ceupe.com/blog/ama-de-llaves-de-un-hotel.html>.

- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. 3 (ed.) McGraw-Hill. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill.
- Da Silva, D. (17 de febrero de 2021). Plan de capacitación: organiza, idea y aplica en tu negocio. *Blog de Zendesk*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/plan-de-capacitacion/>.
- Daza, J. (2013). Análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros. *Criterio Libre*. 11 (19). 263 - 280. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/1111/854>.
- Delgado, B. (2020). *El taller como Estrategia Metodológica*. Universidad Nacional autónoma de Nicaragua, UNAM, Managua [Trabajo de Titulación]. <repositorio.unan.edu.ni/15492/1/15492.pdf>.
- Diario la Hora (29 de diciembre 2021). <https://www.lahora.com.ec/edicion-digital-pdf/edicion.del-dia-santo-domingo/santo-domingo-29-de-diciembre-2021/>.
- Dorado, J. (2017). *Recepción y Reservas*. 2 (ed.). Síntesis S.A.
- Enríquez, W. (2019). *Análisis de las competencias laborales en hoteles de la ciudad de Tulcán para identificar un modelo de capacitación continúa*. [Tesis de Ingeniería]. Universidad Politécnica Estatal del Carchi. <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/691>.
- Flores, M., Vega, A. & Chávez, E. (2016). *Productividad, competitividad y capital humano en las organizaciones: turismo y mercadotecnia para un México competitivo*. Universidad Autónoma de Baja California. Baja_California/links/588110f44585150dde3f3d82/Analisis-de-la-capacidad-tecnica-y-de-servicio-al-cliente-de-los-brewrooms-de-las-microcervecerias-de-la-Plaza-Fiesta-en-Tijuana-Baja-California.pdf.
- Funes, Y. & Hernández, C. (2001). *Medición del valor del capital intelectual*. *Contaduría y Administración*. (203). 45-58. Universidad Nacional Autónoma de México. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39520305>.
- García, S., Fontalvo, Y. y Marin, L. (2021). La satisfacción laboral en los establecimientos hoteleros: caso de estudio aplicado en Bucaramanga Santander (Colombia). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 5 (1), 147-158. <https://doi.org/10.21071/riturem.v5i1.13333>.

- García, P. (2020). *El rol de la satisfacción personal sobre la satisfacción laboral de los trabajadores y su influencia sobre el compromiso con la tarea y el compromiso con la organización*. [Tesis de grado]. Universidad de Navarra. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/60691?locale=es>.
- Garrido, S (2006). *Dirección Estratégica*. 3 (ed.), México: Editorial McGraw-Hill.
- Gaspar, M. (2021). La gestión de talento humano y su influencia en el desempeño laboral para el éxito de las empresas. *Polo del conocimiento*. 58, 6 (8), pp. 318-329. <https://dialnet.unirioja.es>.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Atacames (2018). Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Atacames. Atacames – Ecuador. <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/ATACAMES-plan-turismo-ilovepdf-compressed.pdf>.
- González J. (2012). *Valores éticos de la ciencia*. En: Vázquez R. Bioética y Derecho. México: Fontamara.
- González, F., Sánchez, S., & López, T. (2011). Satisfacción laboral como factor crítico para la calidad: el caso del sector hostelero de la provincia de Córdoba-España. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(5), 1047-1068. <http://www.scielo.org.ar/img/revistas/eypt/v20n5/html/v20n5a05.htm>.
- Gosso, F. (2010). *Hiper satisfacción del cliente: Conceptos y herramientas para ofrecer un servicio sobresaliente*. Panorama editorial.
- Grados, J. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal*. México DF: Trillas.
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la investigación*. 6 (ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V. https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Hernandez_Fernandez_y_Baptista
- Herrera, M., Partida, A. & Guerra, S. (2018). *Validación de un instrumento de investigación para medir factores del capital humano*. Universidad Autónoma de Nuevo León. http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica_4_2/50%20HERRERA_PARTIDA_GUERRA.pdf.
- Hidalgo, M., Romero, M. y Pazmiño, V. (2020). Capacitación y gestión del talento humano en administración de empresas. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*. 1(10). Enero – Julio 2020. Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela. DOI 10.35381/cm.v6i10.125. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/362/3621539011/html/>.

- Hinojosa, G., Leyva, C., Mora, B., Neyra, A. & Pino, T. (2013). *Recepción y Reservas*. Universidad Católica de Santa María.
https://www.academia.edu/9602669/RESERVA_Y_RECEPCI%C3%93N_HOTELERA?email_work_card=view-paper.
- Klaus, N y Rivas, R. (2008). *Gestión del Conocimiento. Una guía práctica hacia la empresa Inteligente*. Editorial Libros En La Red.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García J & Flores, J. (2011). *Marketing Turístico*. (5 ed.). Pearson. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/80-marketing-turistico-kotler.pdf>.
- Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. (7ma ed.). Pearson Education.
- Larrea, M. (2021). *Manual de práctica. Módulo: Servicios hoteleros en las áreas de reservaciones, recepción y habitaciones*. VVOB Educationfordevelopmen.
https://ecuador.vvob.org/sites/ecuador/files/2021_ecuador_sfst_manual_de_practicas_servicios_hoteleros_reservaciones_recepcion_habitaciones_0.pdf.
- Lee, H. y Choi, B. (2003). “Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: an integrative view and empirical examination”. *Journal of Management Information Systems*. (20) 1. 170 - 228.
- Ley de Cámaras Provinciales de Turismo. <https://vlex.ec/vid/ley-camaras-provinciales-turismo-643461573>.
- Ley de Turismo del Ecuador (2014). Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002. Última modificación: 29-dic.-2014. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>.
- López, M. y Serrano, A. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*. 2(3).
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10900303>.
- Lovelock, C. (2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia*. (ed.). Pearson Educación. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>. 6
- Males, L. (2018). *Formación técnica del personal de servicio de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Tulcán- Ecuador*. [Trabajo de titulación]. Universidad Técnica del Norte.
- Markovic y Raspor (2010). Medición de la calidad del servicio percibida utilizando SERVQUAL: un estudio de caso de la industria hotelera croata. *Gestión*. 5(3). 195-209. <https://ideas.repec.org/a/mgt/youmng/v5y2010i3p195-209.html>

- Marrero, M. (2016). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>.
- Melquiades, A., & Ocon, S. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en empresas de transportes*. [Universidad Privada del Norte]. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14911/Melquiades Aguirre Alexis Richard - Ocon Florian Segundo Nicolas %281%29.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14911/Melquiades%20Aguirre%20Alexis%20Richard%20-%20Ocon%20Florian%20Segundo%20Nicolas%20-%20281%29.pdf?sequence=6&isAllowed=y).
- Méndez, J. (2015). *La importancia del talento humano en la consecución de los objetivos organizacionales*. Universidad Militar Nueva Granada, 05.
- Medina, D., Nogueira, D., Medina, A., Medina, E., y Assafiri, Y (2018). *Modelo conceptual para la gestión del conocimiento mediante el observatorio*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362018000300283.
- MINTUR (2008). Reglamento General de actividades turísticas. Decreto Ejecutivo 3400. Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR] (2019). Plan Nacional de Turismo 2030. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf.
- Ministerio de Turismo. (2022). Consolidación Nacional. <https://www.turismo.gob.ec/>
- Mora, J. & Mariscal, Z. (2019). Correlación entre la satisfacción laboral y desempeño laboral. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. 7 (edición especial). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v3i1i1.1307>.
- Morales, B. (2017). Lahotelería y la escolaridad de sus trabajadores. Juanaguato Capital. Universidad de Guanajuato-Lascuráin de Retana. México. *Revista Sociología Contemporánea*. 4 (12), pp. 34-47. https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Sociologia_Contemporanea/vol4num12/Revista_Sociologia_Contemporanea_V4_N12_5.pdf.
- Morillo, J. (2016). *Plan de capacitación en turismo rural sustentable para la comunidad de Chilmá Bajo, Provincia del CARCHI*. Universidad Técnica del Norte [Trabajo de titulación]. repositorio.utn.edu.ec/jspui/handle/123456789/5561.
- Moros, M.A., & Pimiento, E.O. (2014). Impacto de las TIC en la calidad de servicio y satisfacción de los clientes como herramienta de competitividad en el sector financiero. Caso de estudio: banco sofitasa-venezuela. En M.V. Flores, A.V. López, y E.A. Chávez, La productividad, competitividad y capital humano en las organizaciones (pp. 439-468). Ediciones Ilsa S.A.
- Navarro, A. (2010). *Recepción y reservas*. Paraninfo.

- Nava, M., Valverde, J. & Andrade, J. (2009). La educación continua como proceso de formación académica en los alumnos egresados de las instituciones de educación superior en el estado de Sonora (México). *Contabilidad y Negocios*.4 (8). 57-62. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281621776008>.
- Nevado, D. & López, V. (2000) ¿Cómo medir el capital intelectual de una empresa? *Revista Partida Doble*. (115). 42-53. https://www.researchgate.net/publication/268430360_COMO_MEDIR_EL_CAPITAL_INTELLECTUAL_DE_UNA_EMPRESA.
- Parella, S. y Martins (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. (1ra. Reimp.). Caracas: Fedupel.
- Palma, j. & Rumipamba, M. (6 de julio de 2022). Manual de división de cuartos hotel Galby. https://www.academia.edu/38608818/Manual_de_Divisi%C3%B3n_de_Cuartos_PROGESO_FINAL
- Pérez, M. (6 de julio de 2022). Definición de Capacitación. Concepto Definición. <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>.
- Pérez, N. y Rivero, P. (2015). *Clima organizacional y satisfacción laboral en los trabajadores del instituto de investigaciones de la Amazonía Peruana, período 2013*. [Tesis de maestría]. Universidad Amazonia Peruana. https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/3810/Nestor_Tesis_Maestria_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pilares, D. (2012). Departamento de Recepción de Un Hotel. Scribd. <https://es.scribd.com/doc/85290617/Departamento-de-recepcion-de-un-hotel>.
- Posada, J. (2021). ¿Cómo identificar los recursos necesarios para el éxito de un proyecto? *Visual Planning*. <https://www.visual-planning.com/es/blog/como-identificar-los-recursos-necesarios-para-el-exito-de-unproyecto#:~:text=Por%20%C3%BAltimo%2C%20los%20recursos%20materiales,a%20disposici%C3%B3n%20de%20tu%20equipo>.
- Ramírez, E., Maguiña, M. & Huerta, R. (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), 329-343. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>.
- Real Academia Española (RAE): Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.5 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [6 de julio de 2022].
- Rey, J. (2020). *Eficiencia del sector hotelero en cinco departamentos turísticos de Colombia: una aproximación mediante el Método de Análisis Envolvente de Datos (DEA)*. [Tesis de Ingeniería, Universidad Piloto de Colombia]. <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/7504/Trabajo%20JUAN%20Rey%20monografia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

- Reglamento General de la Ley de Turismo (2021). Última Reforma. Decreto N° 1186.
<https://www.sri.gob.ec/nl/beneficios-tributarios-para-el-sector-turistico>.
- Reglamento de Actividades Turísticas (2016) Acuerdo Ministerial 24 Registro Oficial
 Suplemento 465 de 24-mar.-2015. Última modificación: 18-feb-
 2016. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>.
- Resolución COE Nacional (7 de julio 2022).
<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/resoluciones-coe-nacional-07-de-julio-de-2022/>.
- Robles, E. (2016). *Diseño de un plan de capacitación para la mejora del servicio del hotel sol de oro de la ciudad de Guayaquil*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10212/1/ESTEFANIA%20DENISSE%20ROB%20LES%20FRANCO.pdf>
- Rodríguez, M. (2019). *Impacto de la gestión del conocimiento en el desempeño de hoteles tres estrellas de Miraflores 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/9427>.
- Salazar, C. y Del Castillo, S. (2018). *Principios básicos de la estadística*.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13720/3/Fundamentos%20B%C3%A1sicos%20de%20Estad%C3%ADstica-Libro.pdf>.
- Saldarriaga, F. (10 de octubre 2021). El feriado genera cifras alentadoras para el turismo. *Diario La Hora*. <https://www.lahora.com.ec/esmeraldas/el-feriado-genera-cifras-alentadoras-para-el-turismo/>.
- Sánchez, L. (2022). Pasos del proceso de capacitación. <https://www.emprendepyme.net/los-pasos-del-proceso-de-capacitacion.html>
- Sánchez, R., Arce, B., Ramírez, J., & Hernández, S. (2011). La capacitación como predictora de satisfacción del cliente en organizaciones turísticas. *Ingeniería Industrial*, 32(3), 207-212. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433577006.pdf>
- Sottosanto, M. (2020). La gestión del conocimiento y su incidencia sobre los recursos humanos. Caso de estudio: hotelería de la ciudad de La Plata. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional de La Plata.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/116645>.
- Torres, A., Barrios, L., Sanabria, M., Calderón, M. & Olave, N. (2021). *Capacitación y desarrollo laboral Hotel Monasterio Resort*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/43806/lgbarrism.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

- Urdaneta, Redondo y Magdaniel (2019). Gestión del conocimiento en la Gerencia del Talento Humano en el sector turístico del Distrito de Riohacha- Colombia. *Revista Aglala*, 10 (1), pp. 110-132.
- Vargas, F. (2004). *Competencias claves y aprendizaje permanente: Tres miradas a su desarrollo en América Latina y el Caribe*. CINTERFOR.
<https://studylib.es/doc/5550724/fernando-vargas-z%C3%BA%C3%B1iga>.
- Veloz, C. y Vasco, J. (2016). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría. *Revista Ciencia UNEMI*, 9 (18), pp. 19-25. Universidad Estatal de Milagro. <https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/issue/archive>.

Anexo A
Cuestionario dirigido al personal de recepción

Cuestionario (A)

Estimado Personal de Recepción.

Categoría del hotel_____

El presente cuestionario, tiene como propósito recoger información sobre el nivel de conocimientos del talento humano del departamento de recepción, determinar la satisfacción del empleador, empleado y de los turistas del servicio recibido por dicho departamento. Con base en ello, diseñar un programa de capacitación para el desarrollo de las habilidades y competencias del personal que presta servicios en el departamento de recepción de los hoteles de Atacames.

Instrucciones: La información suministrada será de carácter confidencial y solo será utilizada para fines de investigación. Contiene 20 preguntas, lea detenidamente cada una de ellas y responda con toda sinceridad el contenido de cada pregunta, marcando con una (X), donde considere que se refleja el servicio de la empresa y su actuación.

Gracias por su colaboración

Nivel de instrucción: Secundaria_____ Pregrado_____ Postgrado_____

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
1.Su nivel de conocimientos sobre el turismo es				
2. Su información sobre las funciones del departamento de recepción es				
3. Conoce la estructura organizativa del departamento de recepción de forma				
4. El conocimiento sobre las características del talento humano es				
5. Su productividad en el trabajo que realizas es				
6.. Considera que sus capacidades cognitivas para el cargo son				
7. Sus funciones son ejercidas de acuerdo al cargo de forma				
8. Su entrenamiento sobre el cargo ha sido				
9. La asesoría individual por parte del empleador es				
10.. El recurso humano es adiestrado de modo				
11. Recibe retroalimentación por los superiores de manera				
12. El empleador está satisfecho con su trabajo de manera				
13. El sistema de reconocimiento e incentivos lo considera				
14. Se siente satisfecho con su puesto y ambiente de trabajo de manera				
15. Su nivel de compromiso con la empresa lo considera				
16. El clima de trabajo es				
17. El cliente se siente satisfecho de la atención recibida de manera				
18. Se brinda cordialidad y seguridad al cliente de forma				
19. Los servicios prestados al cliente son				
20. La empresa ofrece todos los servicios a los clientes de manera				

Anexo B
Cuestionario aplicado a los empleadores

Cuestionario (B)

Estimado Empleador.

Categoría del hotel_____

El presente cuestionario, tiene como propósito recoger información sobre el nivel de conocimientos del talento humano, determinar la satisfacción del empleador, empleado y de los turistas del servicio recibido por dicho departamento de recepción. Con base a ello, diseñar un programa de capacitación para el desarrollo de las habilidades y competencias del personal que presta servicios en dicho departamento en los hoteles de Atacames.

Instrucciones: La información suministrada será de carácter confidencial y solo será utilizada para fines de investigación. Contiene 20 preguntas, lea detenidamente cada una de ellas y responda con toda sinceridad el contenido de cada pregunta, marcando con una (X), donde considere que se refleja el servicio de la empresa y su actuación.

Gracias por su colaboración

Preguntas	Excelente	Efectivo	Aceptable	Deficiente
1.El nivel de conocimientos del personal sobre el turismo es				
2. La información que poseen sus empleados sobre las funciones del departamento de recepción es				
3. Sus empleados conocen la estructura organizativa del departamento de recepción de forma				
4. Poseen sus empleados conocimientos sobre la gestión del talento humano de forma				
5. La productividad del personal en la organización es				
6. Considera que las capacidades cognitivas están acorde a cada cargo de manera				
7. Cada trabajador ejerce sus funciones de acuerdo al cargo en forma				
8. El entrenamiento a los empleados sobre el cargo es				
9. La asesoría personal brindada a los empleados ha sido				
10. La capacitación del recurso humano es				
11. Considera que el recurso humano necesita capacitación de manera				
12. Está satisfecho del trabajo de sus empleados de manera				
13. El sistema de reconocimiento e incentivo de la empresa lo considera				
14. Se sientes satisfecho con el puesto y ambiente de trabajo				
15. El nivel de compromiso de los empleados con la empresa es				
16. El clima de trabajo es				
17. El cliente se siente satisfecho de la atención recibida de manera				
18. Se brinda cordialidad y seguridad al cliente de forma				
19. Los servicios prestados al cliente son				
20. La empresa cuenta con todos los servicios para atender al cliente				

Anexo C
Cuestionario aplicado a los turistas

Cuestionario (C)

Estimado Turista

Categoría del hotel_____

El presente cuestionario tiene como propósito recoger información sobre el nivel de satisfacción de los turistas del servicio recibido por el departamento de recepción y con base a ello, diseñar un programa de capacitación para el desarrollo de las habilidades y competencias del personal que presta servicios en el departamento de recepción de los hoteles de Atacames

Instrucciones: La información suministrada será de carácter confidencial y solo será utilizada para fines de investigación. Contiene 15 preguntas, lea detenidamente cada una de ellas y responda con toda sinceridad el contenido de cada pregunta, marcando con una (X), donde considere que se refleja el servicio de la empresa y su satisfacción por el servicio recibido.

Gracias por su colaboración

N°	Preguntas	Siempre	Algunas veces	Nunca
1	El personal manifiesta disposición para atender con cortesía a los usuarios.			
2	Los usuarios reciben un trato cordial y con respeto.			
3	El personal está capacitado para desempeñar sus funciones.			
4	Se percibe confianza y honestidad en el personal.			
5	El servicio recibido se adapta a sus necesidades			
6	Considera que el hotel maneja la publicidad de sus servicios			
7	El personal de recepción atiende a sus requerimientos.			
8	La información dada en la recepción es clara y precisa.			
9	Sus expectativas se cubren con el servicio que ofrece el hotel.			
10	Se informa través de la publicidad a de manera clara y comprensible los servicios que ofrece el hotel.			
11	Se aprecia un ambiente tranquilo y hace que se sienta satisfecho al visitarlo.			
12	Podría visitar el hotel en otras ocasiones.			
13	El servicio ofertado se ajusta a la calidad del servicio prestado por el hotel.			
14	El hotel brinda una adecuada seguridad			
15	Usted recomendaría este hotel			

Anexo D

Carta para solicitar la validación del instrumento

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ciudadano/a:

Me dirijo a usted, muy respetuosamente para solicitar su valiosa colaboración profesional, en el sentido de emitir su juicio de experto, acerca de los instrumentos (cuestionarios) de recolección de información que le anexo a la presente. Los instrumentos han sido diseñados para recabar información relacionada con la investigación titulada: **Programa de capacitación del talento humano en el departamento de recepción de los hoteles de Atacames, Ecuador**. Cuyo objetivo general es: proponer un programa de capacitación para el talento humano del departamento de recepción, de los hoteles de Atacames, Ecuador.

En tal sentido, le agradezco emitir su opinión sobre dichos instrumentos, los cuales van dirigidos al empleado (A), empleador (B) del Departamento de recepción y al turista (C), de manera que pueda determinar su validez, y para ello le suministro un formato de validación, la operacionalización de las variables y los instrumentos.

Atentamente,

Maestrante Bryan Gallardo

Anexo E

Instrucciones para la validación

INSTRUCCIONES PARA LA VALIDACIÓN

Este documento servirá para validar el cuestionario (A) dirigido a empleados, (B) a empleadores y (C) a los turistas, para identificar el nivel de conocimientos sobre el departamento de recepción de los hoteles de Atacames, además determinar el nivel de satisfacción del empleado, empleador y turistas del servicio recibido; con la finalidad de diseñar un programa de capacitación para desarrollar habilidades y competencias del personal que labora en dicho departamento.

Por favor marque con una (X) el casillero correspondiente, de acuerdo con la escala que a continuación se presenta:

(A) Pertinencia

Marque en la casilla correspondiente:

P	Pertinente
NP	No Pertinente

(B) Representatividad

Marque en la casilla correspondiente:

Representatividad		
Optima	Regular	Deficiente

(C) Redacción

Redacción	
Adecuado	Inadecuado

Anexo F

Formato para evaluar el instrumento

FORMATO DE VALIDACIÓN CUESTIONARIO (A-B-C)

Ítems	Pertinente		Representatividad			Redacción		Observaciones
	P	NP	O	R	D	A	I	
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								

Nombre y Apellido del Experto:

Profesión:

Fecha:

Firma: