



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRIA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

**ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL
SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE TULCÁN**

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

AUTOR:

Andrés Stalin Burbano Rosero

TUTORA:

Msc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo

IBARRA - 2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Victoria Ruiz, certifico que el estudiante Burbano Rosero Andrés Stalin con cédula de Identidad N° 0401342829 ha elaborado bajo mi tutoría la sustentación de trabajo de grado titulado: **“Estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán”**. Este trabajo se sujeta a las normas y metodologías dispuestas en el reglamento del título a obtener, por lo tanto, autorizo la presentación a la sustentación para la calificación respectiva.

Ibarra, 09 de febrero de 2024



Msc. Victoria Ruiz

DEDICATORIA

Agradecer a Dios por sus bendiciones diarias e iluminar mi vida en cada momento.

A mis Padres Homero Burbano y Marcia Rosero, motor fundamental en mi vida, gracias por su apoyo, sus consejos en todo momento de mi vida, los cuales me ayudado a corregir mis errores que me ha permitido crecer como persona y que no me alcanzaría la vida para agradecerles.

A mis hermanos Edison y Daniela Burbano, que han sido mi apoyo en cada momento, darles gracias por ser parte de mi vida, por estar conmigo en los buenos y malos momentos, lo que han permitido crecer y poder lograr lo que me he propuesto.

GRACIAS

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento sincero a la Universidad Técnica del Norte, a sus Autoridades, que laboran en esta prestigiosa Universidad, por abrirme las puertas y permitirme ser parte de este proceso académico.

A la Facultad de Postgrado, a mis profesores, en especial a mis Tutores, agradecerles por sus enseñanzas, por sus valiosos conocimientos ha permitido crecer profesionalmente, por sus consejos que han sido valiosos para poder concretar las ideas cuando el trabajo se dificultaba, Gracias por sus orientaciones, paciencia y apoyo valioso.

A mis compañeros por cada consejo y aporte de sus conocimientos profesionales que ha sido valiosos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACION 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 Ciudadanía:	0401342829
Apellidos y Nombres:	Burbano Rosero Andrés Stalin
Dirección:	Tulcán
Email:	asburbanor@utn.edu.ec
Teléfono Fijo:	S/N
Teléfono Celular:	0996449246

DATOS DE LA OBRA	
Título:	“Estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán”.
Autor:	Burbano Rosero Andrés Stalin
Fecha	09 de febrero de 2024
Programa	Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado <input checked="" type="checkbox"/>
Título por el que opta	Magíster en Gestión de Empresas Turísticas
Asesor/director	Msc. Victoria Ruiz

2. CONSTANCIA

El autor Andrés Stalin Burbano Rosero, 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 es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de esta y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 15 de abril de 2024

Andrés Stalin Burbano Rosero
0401342829

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE	5
AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACIÓN	5
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE	5
ÍNDICE DE CONTENIDOS	6
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	12
1.1 Problema de investigación	12
Formulación del problema	15
1.2 Antecedentes	15
1.3 Objetivos de la investigación	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
1.4 Justificación	18
CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL	20
2.1 Estado del arte	20
2.1. Marco Teórico	23
2.1.1 Teoría del servicio - Modelo del triángulo del servicio.	23
2.1.2 Calidad de Servicio, Modelo SERVQUAL.....	25
2.1.3. Turismo sostenible.....	28
2.1.4 Sistema de gestión.	29
2.1.5 Gestión de calidad	30
2.1.5.1 Principios de la gestión de calidad.....	31
2.1.6 Modelos de gestión de calidad	33
2.1.7 Gestión de calidad en los servicios turísticos hoteleros	34
2.1.8 Gestión por procesos	35
2.1.8.1Comunicacion.....	36
2.1.8.2 Calidad del servicio hoteleros.....	37

2.1.8.3 Satisfacción del Cliente	38
2.1.8.4 Atención al cliente.....	38
2.1.8.5 Norma técnicas establecidas para el sector de alojamiento turístico	39
2.1.8.6 Competitividad.....	40
2.1.8.6 Estrategias	40
2.1.8.7 Mejora continua.....	41
2.1 9. Cliente interno	42
2.1.10 Cliente externo	42
2.2 Marco legal.....	43
2.2.1 Constitución De La República De Ecuador	43
2.2.2 Ley Orgánica De La Comunicación.....	44
2.2.3 Proyecto de Ley Orgánica De Turismo	45
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO	47
3.1 Modalidad de la investigación	47
3.2 Tipos de investigación.....	47
3.3 Población y muestra.....	48
3.4 Tipo de muestreo	48
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	51
3.6 Proceso de recolección de la información.....	51
CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	52
4.1 Resultados de la situación actual de los establecimientos	52
4.2 Evaluar el nivel de satisfacción que tiene los clientes	63
4.2 Resultados de la encuesta.....	67
4.3 Discusión.....	78
CAPITULO V PROPUESTA	81
5.1 Tema.....	81
5.3 Objetivos	82
5.3.1 Objetivo general	82
5.3.2 Objetivos específicos.....	82
5.4 Diseñar un plan de capacitación para los propietarios y gerentes de hoteles que permita el fortalecimiento y desarrollo de mejores servicios	82
5.5 Programas y proyectos encaminados a mejorar la calidad de los servicios del sector hotelero.....	84
5.6. Alternativas que nos ayudan a mejorar el servicio en el sector hotelero	86
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90

Conclusiones	90
Recomendaciones	91
Anexos	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán	49
Tabla 2. Muestra de hoteles seleccionados	50
Tabla 3. Número de establecimientos	52
Tabla 4. Hotel cuatro estrellas	53
Tabla 5. Cuadro Comparativo establecimientos 3 estrellas	56
Tabla 6 Cuadro de Establecimientos de 2 estrellas.....	57
Tabla 7 Resultados de la Ficha de observación	64
Tabla 8. Resultados de la ficha de observación aplicada a los huéspedes	66
Tabla 9. <i>Plan de capacitación</i>	83
Tabla 10. Programa y proyectos.....	84
Tabla 11. <i>Descripción de los procesos</i>	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Componentes del servicio.....	26
Figura 2. Principios de la gestión de calidad	32
Figura 3. Satisfacción Promedio	65
Figura 4. Edad	67
Figura 5. Género de encuestados	68
Figura 6. Resultado pregunta 3	69
Figura 7. Resultado pregunta 4	70
Figura 8. Resultado pregunta 5	71
Figura 9. Resultado pregunta 6	72
Figura 10. Resultado pregunta 7	73
Figura 11. Resultado pregunta 8	74
Figura 12. Resultado pregunta 9	75
Figura 13. Resultado pregunta 10	76
Figura 14. Resultado pregunta 11	77

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICA



Estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán

Autor: Andrés Stalin Burbano Rosero

Director: Msc. Victoria Ruiz

Año: 2023

RESUMEN

El desarrollo del presente proyecto tiene como objetivo general desarrollar estrategias para fortalecer la calidad del servicio en el sector hotelero de Tulcán. Para lograrlo, se llevaron a cabo una investigación de campo y bibliográfica, además de un enfoque cuali-cuantitativo. La población de estudio incluyó a los turistas que utilizan los servicios de alojamiento en la ciudad, y se recopilaron datos mediante la utilización de encuestas y fichas de observación. Los resultados de la aplicación de los instrumentos revelaron que los establecimientos hoteleros de Tulcán enfrentan desafíos en términos de calidad de servicio, incluyendo problemas relacionados con la información, recursos humanos y difusión. Además, no cuentan con un sistema de calidad adecuado para alcanzar sus objetivos. El nivel de satisfacción del cliente en estos establecimientos también se vio afectado, destacando problemas en la atención y el bienestar del cliente. Se resaltó la importancia del compromiso de los establecimientos para optimizar procesos y mejorar la satisfacción del cliente. Finalmente se propuso el diseño de un "Manual de gestión de calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán" con el objetivo de mejorar la calidad de los servicios, capacitar a los propietarios y gerentes de hoteles, y aumentar la afluencia de visitantes en los establecimientos turísticos.

Palabras clave: Calidad del servicio, sector hotelero, estrategias, satisfacción del cliente, Tulcán.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICA



Estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán

Autor: Andrés Stalin Burbano Rosero

Director: Msc. Victoria Ruiz

Año: 2023

ABSTRACT

The general objective of the development of this project is to develop strategies to strengthen the quality of service in the hotel sector of Tulcán. To achieve this, field and bibliographic research was carried out, in addition to a qualitative-quantitative approach. The study population included tourists who use accommodation services in the city, and data were collected through the use of surveys and observation sheets. The results of the application of the instruments revealed that the hotel establishments in Tulcán face challenges in terms of service quality, including problems related to information, human resources and dissemination. Also, they do not have an adequate quality system to achieve their objectives. The level of customer satisfaction in these establishments was also affected, highlighting problems in customer service and well-being. The importance of the establishments' commitment to optimize processes and improve customer satisfaction was highlighted. Finally, the design of a "Service quality management manual in the hotel sector of the city of Tulcán" was proposed with the objective of improving the quality of services, training hotel owners and managers, and increasing the influx of visitors in tourist establishments.

Keywords: Service quality, hotel sector, strategies, customer satisfaction, Tulcán.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

1.1 Problema de investigación

La excelencia en los servicios se ha convertido en el elemento fundamental y distintivo en la industria hotelera, destacándose como uno de los factores más cruciales en el sector. En este contexto, la importancia de la calidad de los servicios se destaca, ya que motiva la implementación de herramientas y métodos que aseguren la calidad mediante la búsqueda constante de mejoras.

La gestión de calidad en el sector hotelero está centrada en el cumplimiento de las necesidades y expectativa de los huéspedes, mismos que presentan diversas sensaciones y experiencias personales, las cuales requieren que sean coordinadas por el personal directamente involucrado en la prestación de servicios, cada vez más eficientes que cubran la exigente demanda actual (Quintero, 2021).

En este orden de ideas, la calidad de los servicios que se ofrece al cliente es una herramienta fundamental e importante conocerla, ponerla en práctica, ya que por medio de ella se busca fortalecer y desarrollar estrategias dentro de la actividad hotelera para satisfacer las expectativas de los usuarios, esto con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios de hospedaje y captar la mayor parte de la cuota de mercado hotelero.

De acuerdo con el informe de Ministerio De Turismo de la Provincia del Carchi (2021), la ciudad de Tulcán cuenta con establecimientos dedicados a la prestación de servicios de alojamiento como hoteles hostales, hosterías , categorizados desde una a tres estrellas, los cuales no cuentan con una adecuada implementación de estrategias de fortalecimiento para la calidad de

los servicios de hospedaje, pese a que estos establecimientos son de gran importancia en el sector turístico, ya que permite incrementar la demanda de los servicios hoteleros

De igual forma, el Ministerio De Turismo de la Provincia del Carchi (2021), afirma que, en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán, la mayoría de establecimientos proporcionan servicios de alojamiento que no cumplen con las necesidades y expectativas de los clientes, puesto que se evidencia diversas falencias, tanto en la infraestructura, como la atención al cliente.

Por otra parte, la escasa estandarización de procesos efectuados al interior de cada establecimiento se ha reflejado en los bajos niveles de satisfacción de los clientes, ocasionando una disminución en la competitividad y rentabilidad de toda la cadena del sector turístico de la zona (Babii & Nadeem, 2021).

De igual manera, es evidente que en los hoteles de la ciudad de Tulcán no se ha dado suficiente atención a la calidad en todos los aspectos del producto turístico hotelero. Esto incluye áreas como recepción, mantenimiento, servicios técnicos y otros, así como la falta de un enfoque constante en la creación de nuevos servicios y productos que se orienten hacia la satisfacción de las necesidades y demandas actuales de los clientes.

Al respecto Monsalve y Hernández (2019) mencionan:

La entrega de calidad en los servicios ha demostrado ser una estrategia importante para los vendedores que están tratando de diferenciar sus ofertas de servicios, mediante el establecimiento de valor para el cliente y la satisfacción de las necesidades del consumidor.

De igual forma, se considera que, en los hoteles de la ciudad se percibe una carencia de herramientas tecnológicas claras que permitan mostrar los servicios que ofrece cada establecimiento hotelero. Esto se manifiesta en las disparidades y brechas que existen entre ellos, así como en las diferencias de precio de los servicios, y, sobre todo, en la carencia de estrategias para promover sus servicios y mejorar su imagen.

Según el informe del Ministerio de Turismo del Ecuador (2021), Tulcán pese a ser un gran centro de movimiento turístico, existe también diversas falencias en el manejo administrativo del sector hotelero, ya que los administradores de los establecimientos, no se preocupan por establecer estrategias que les permitan acceder a alianzas estratégicas, que ayude al fortalecer con ello el sector. Por otra parte, la calidad de servicios hospedaje se ha visto afectado debido a la falta de estrategias que optimicen los procesos y recursos, para proporcionar a los usuarios una atención de calidad, satisfaciendo sus necesidades y logrando con ello excelentes experiencias que fidelicen al turista con el sector hotelero de la localidad.

Así mismo, el limitado apoyo por parte de los organismos públicos, locales y nacionales, ha imposibilitado a los empresarios de sector hotelero a establecer nuevos mecanismos orientados al mejoramiento de la infraestructura de los establecimientos hoteleros, como también la escasa implementación de un modelo de calidad basado en la prestación de servicios de calidad, donde la planeación, gestión por procesos, comunicación, trabajo en equipo y el enfoque al cliente, no les ha permitido generar productos y servicios que cumplan las expectativas y necesidades de los visitantes, minimizando con ello la competitividad y rentabilidad del sector.

Por tanto, la comprensión de los elementos esenciales para la mejora de la calidad del servicio puede proporcionar ideas útiles en el desarrollo de estrategias efectivas que permitan a las empresas hoteleras, retener a los clientes; buscar nuevos mecanismos para fortalecer los

servicios de este importante sector turístico en la ciudad de Tulcán, ayudando a optimizar la competitividad y del componente turístico de la localidad, esto considerando que el actual gobierno ecuatoriano nacional optó por impulsar el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional, dado que contribuye sustancialmente a mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y sobre todo a generar nuevos empleos (Ordoñez, 2021)

Formulación del problema

¿Cómo la implementación de estrategias permitirá fortalecer la calidad de los servicios del sector hotelero de la ciudad de Tulcán?

1.2 Antecedentes

La Calidad del servicio se enfoca prácticamente en satisfacer las necesidades y percepciones que tienen los clientes, por consiguiente, a continuación, se presenta un análisis de los principales estudios orientados a establecer mecanismos para el mejoramiento de la calidad de los servicios hoteleros.

El estudio realizado por Monsalve y Hernández en (2019), titulado "La Gestión de Calidad de los Servicios Hoteleros como Pilar Fundamental en el Fomento de Destinos Turísticos Sustentables: El Caso de Bucaramanga", enfatiza que la calidad de los servicios ofrecidos por los hoteles es una herramienta esencial para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos locales. La investigación se basa en un enfoque descriptivo y emplea herramientas de medición para evaluar la influencia de los gestores de servicios en los hoteles.

Para la recolección de la información se aplicó un *Focus Group* de expertos en hotelería de la región, se utilizó fuente de información primaria y secundaria, basada tanto en la literatura como en los catastros turísticos de la localidad. El resultado de la investigación permitió identificar las

principales variables que influyen directamente en la gestión de los servicios hoteleros, como es la fidelización, la promoción, la innovación, equipamiento y la formación del talento humano.

En el estudio efectuado por Marulanda y Restrepo (2020), con el tema “Estrategias para fortalecer la ocupación hotelera: estudio de caso en una Cadena de la Ciudad de Medellín”, determinan que la calidad de los servicios hoteleros impactan de forma negativa en las ventas y la rentabilidad del sector, el principal objetivo del estudio se centró en establecer estrategias para fortalecer la calidad de los servicios hoteleros de la zona, e incrementar la competitividad, en el proceso de investigación se efectuó un diagnóstico situacional de la cadena hotelera de la ciudad de Medellín.

La recopilación de los datos obedeció a la aplicación de fuentes primarias y secundarias como es la entrevista y la revisión bibliográfica, así como la verificación de las opiniones de los principales clientes, con los resultados obtenidos se establecieron estrategias que fueron validadas por medio de herramientas prospectiva estratégica *Color Insight*, concluyendo que las estrategias con más valor, fueron las determinadas a fortalecer el talento humano, la internacionalización, los procesos internos de la empresa.

Lemonie y Farinango (2020), en el estudio titulado “Marketing Experiencial como estrategia para el fortalecimiento de imagen del servicio hotelero” tiene como objetivo fundamental establecer herramientas que permitan alcanzar los resultados esperados, mediante los indicadores de gestión, la investigación utilizó el método científico basado en la información, documentada en diferentes fuentes de información bibliográfica.

El estudio utiliza como instrumentos de análisis y recolección de datos, la encuesta, con el soporte de un paquete estadístico como es el SPSS, para la valoración estadística de las causa

y efectos que genera la inadecuada prestación de los servicios hoteleros en la rentabilidad del sector.

Los resultados de la investigación demostraron que las variables de hospitalidad, amabilidad del personal administrativo y operativo de los establecimientos hoteleros, ayudan a fortalecer la calidad de la atención que se brinda a los clientes, logrando con ello generar experiencias personales que fidelicen a los usuarios con los servicios hoteleros de ciudad, fortaleciendo la rentabilidad del sector turístico de la zona

En el estudio efectuado por Tamayo y Vega (2017), afirman que la calidad de los servicios que se entrega a los clientes se ha convertido en el atributo medular para la toma de decisiones de compra de un bien o servicio, por parte de la sociedad, siendo este el factor más importante en la satisfacción de los usuarios, especialmente en las entidades dedicadas a la prestación de servicios hoteleros.

El trabajo señala que la calidad de los servicios es un tema extremadamente complejo que demanda una interpretación adecuada, así como un compromiso y esfuerzo por parte de todos los miembros de una organización. El proceso de investigación se basa en una exhaustiva revisión bibliográfica de los elementos fundamentales en la industria hotelera. Además, destaca la importancia de los conceptos extraídos de la literatura como puntos de referencia y apoyo para los establecimientos de hospedaje, sus directivos y el personal en general.

Una vez analizado los antecedentes antes expuestos se puede entender la importancia que tiene el sector turístico en el desarrollo económico del país, dado que se encuentra estrechamente vinculado al mercado laboral ecuatoriano, generando una demanda de diferentes servicios, siendo

el alojamiento y la alimentación un factor esencial en el crecimiento de la industria turística, ya que a su vez desencadenan múltiples actividades económicas anexas.

Asimismo, las investigaciones de antecedentes proporcionan datos que revelan la verdadera situación que enfrenta el sector turístico a nivel nacional y local, evidenciando las limitaciones que existen para obtener una visión completa del mercado, así como la falta de una mayor producción y difusión de los servicios de alojamiento. Estos datos son fundamentales para orientar el desarrollo de estrategias destinadas a mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por las diversas empresas hoteleras en la ciudad de Tulcán.

1.3 Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Desarrollar estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio del sector hotelero de la ciudad de Tulcán

Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual en que se desarrollan los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán
- Evaluar el nivel de satisfacción que tienen los clientes en relación a los servicios adquiridos en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán
- Diseñar estrategias direccionadas a fortalecer la calidad de los servicios de alojamiento que prestan los hoteles de la ciudad de Tulcán

1.4 Justificación

La importancia de la realización del presente proyecto se justifica en el diseño de diferentes mecanismos estratégicos, como alternativas para mejorar la calidad de los servicios turísticos

por medio de la implantación de buenas prácticas hoteleras en los establecimientos de la ciudad de Tulcán. Esto se hace necesario con el propósito de cumplir con las expectativas de la demanda turística, debido a que, en la actualidad, los turistas no solo buscan un lugar para descansar, sino también una experiencia complementaria y satisfactoria que enriquezca su viaje.

En este sentido, es crucial abordar la calidad de los servicios desde diversos enfoques, teniendo en cuenta no solo la infraestructura, sino también la hospitalidad, el equipamiento y los servicios ofrecidos por cada uno de los establecimientos hoteleros. Estos deben ser considerados como un sistema integral y operativo en el cual todas las áreas están interconectadas, trabajando en conjunto hacia un objetivo común: la satisfacción del huésped.

Es por ello por lo que la utilidad de la investigación está orientada a toda la industria hotelera, puesto que se pretende que la implementación de buenas prácticas y estrategias se transformen en beneficios para cada una de las entidades, así como también el medio ambiente y la sociedad en general, minimizando los costos de los servicios, y con ello fortaleciendo la imagen social, que garantiza el atractivo permanente para el destino turístico de la zona.

La factibilidad de la investigación que sustenta el desarrollo del proyecto se centra en el aporte de las organizaciones gubernamentales, que apoyan a todo tipo de proyectos de desarrollo turístico, especialmente en zonas vulnerables del país, esto debido a que los servicios hoteleros son actividades que promueven el desarrollo turístico, generan nuevas fuentes de empleo, aportando mayores ingresos económicos las familias del sector, mejorando con ello la calidad de vida de todos los miembros de la localidad.

CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL

2.1 Estado del arte

Las empresas hoteleras en la actualidad son conscientes de que para permanecer en el mercado deben desarrollar cambios innovadores en cuanto a la calidad del servicio, no solo hacia los clientes externos sino también hacia su personal, los servicios que se ofrecen son percibidos por el turista como por el recepcionista con una vivencia distinta a lo largo del tiempo de estancia (Babii & Nadeem, 2021).

El concepto de la calidad en el sector hotelero es subjetivo, por lo cual depende de lo que recibe, quien estima si en su opinión se cumple con lo que desea del servicio; esto implica mayores desafíos en cuanto a la búsqueda de elementos intangibles y medibles que se aproximen a la idea que tiene el cliente y que captan prontamente su atención.

Ciertamente cuando se habla de la industria del turismo y de hotelería es esencial que se manejen todas las teorías de aplicación para mejorar las técnicas hoteleras, sin embargo, es esencial que se generen nuevos paradigmas para aspirar un nuevo modelo de turismo que satisfagan las necesidades de una sociedad más amplia y exigente. De esta manera, para dar recibimiento a un turista es indispensable que se tenga calidad en los servicios que se presta, para desempeñar con efectividad las actividades considerando los altos niveles de exigencia de los visitantes (Contreras Sierra, 2013)

Por otra parte, en la ciudad también se ha evidenciado el surgimiento del hotelería informal, la cual consiste en la prestación de alojamiento dentro de viviendas que se adecuan ocasionalmente para el uso turístico, mismos que no ofrecen un contrato formal de hospeda ni beneficios que se derivan del mismo. Esto ha contribuido en que la calidad y sostenibilidad de

los servicios de alojamiento turístico se minimice por la falta de esfuerzos para potenciar los establecimientos formales. El impacto económico de dicha práctica es importante dentro de la economía local, así mismo, la administración pública deja de percibir importantes sumas en la recaudación de impuestos (Bustamante, Obando, Tello, & Zerda, 2020).

Este comportamiento implica la utilización plena de la capacidad instalada en el sector hotelero. En Tulcán, se han llevado a cabo diversos esfuerzos orientados a proporcionar un servicio de alta calidad. Estos esfuerzos incluyen la contratación de personal calificado con experiencia, la obtención de certificaciones de calidad, y la inversión en mejoras tanto en la infraestructura como en el equipamiento general. Es importante destacar que en la industria hotelera, los activos intangibles se convierten en una ventaja competitiva significativa, ya que la imagen, la organización y el capital humano se integran con las instalaciones y las necesidades de los huéspedes para ofrecer una experiencia sobresaliente (Babii & Nadeem, 2021).

Adicionalmente, se reconoce que a industria hotelera es cíclica y sensible al comportamiento de la economía y a las circunstancias sociales y políticas, y presenta una alta sensibilidad a las condiciones del mercado, pues en periodos de crisis económica, estas erogaciones no se pueden reducir fácilmente; entre otras razones, porque es necesario mantener los estándares de calidad para conservar la categorización de los hoteles en el mercado, acorde con las normas técnicas sectoriales que regulan el sector, aunque, como sostiene, uno de los principales impactos de la estacionalidad, tanto desde la demanda como de la oferta, es la variabilidad en la calidad del servicio (Pancorbo et al., 2019).

La importancia de la calidad del servicio ha crecido significativamente en las organizaciones recientemente. Esto se debe a la necesidad de mantenerse competitivas en un mercado saturado de diversas ofertas de servicios. Para los visitantes, este concepto es general, es decir, está

ligado a todas las experiencias de calidad vinculadas al servicio y por ende a la satisfacción que genera, por lo cual, al hablar de satisfacción es necesario que se aborde el tema de calidad misma que se liga a los resultados que percibe el turista al momento de hacer uso de las instalaciones hoteleras (Navarro & Ferrer, 2019).

Es así que, en el caso de los establecimientos hoteleros se busca atender a distintos segmentos de mercado, desde visitantes por necesidad hasta personas que llegan a los establecimientos a quedarse durante largos periodos de tiempo, para lo cual estos emplean diferentes portales como *Booking, Trivago, Hoteles.com*, entre otras; mismas que permiten tener una apreciación en torno a la experiencia de otros clientes, además de evaluar la experiencia como cliente propio, aspecto que también se considera para que los huéspedes puedan acceder a esta información de manera pronta y a su vez realizar la reserva (Díaz, Quintana, & Fierro, 2020).

Uno de los factores cruciales para mantener la competitividad en la industria hotelera está vinculado a la excelencia de su capital humano, la gestión eficaz del conocimiento y el enfoque constante en la satisfacción del cliente. Dichos aspectos son esenciales al momento de diagnosticar los niveles de satisfacción acusatoria. Considerando que la calidad dentro del servicio hotelero contribuye al posicionamiento tanto del destino turístico como generar confiabilidad en los visitantes, promoviendo un nivel de satisfacción más elevado que redundará en la imagen del establecimiento y del lugar (Velázquez, 2019).

Por tal razón, es esencial que los hoteles identifiquen los aspectos de relevancia por parte de los huéspedes para conocer qué factores demandan en un servicio de calidad, realizando así nuevas propuestas a implementar y crear estrategias efectivas en la calidad de los servicios, generando mayores expectativas por parte de los visitantes. De igual manera, dichas estrategias se encaminarán a minimizar las amenazas y debilidades, y potenciar las fortalezas, de tal forma que

se puedan aprovechar las oportunidades que ofrece el posicionamiento de la ciudad como uno de los destinos más visitados en el país, y que esto se traduzca en un incremento en los índices de ocupación (González & Reyes, 2019).

2.1. Marco Teórico

En el siguiente apartado se presenta una recopilación bibliográfica de las teorías y conceptos relacionados con los factores que inciden en la calidad de los servicios hoteleros, con la finalidad de proporcionar una visión más clara del tema, referenciando teorías que ayudan a la comprensión de la indagación.

2.1.1 Teoría del servicio - Modelo del triángulo del servicio.

La teoría se define a partir de concebir al “servicio como un todo, que se encadena y que actúa alrededor del cliente, manteniendo relaciones simbióticas entre los diversos elementos del llamado triángulo del servicio: la estrategia del servicio, el personal y los sistemas” (Institución Universitaria Escolme, 2010, p. 1). De esta manera, destacan los elementos que forman parte y tienen una relación directa con el servicio.

La teoría del servicio, según Matías (2019), se refiere al conocimiento continuo y las normativas relacionadas con las actividades de servicio. Tradicionalmente, este conocimiento se ha transmitido de manera tácita a través de la experiencia de las personas encargadas de las actividades de servicio. Sin embargo, en la actualidad, gran parte de este conocimiento se encuentra documentado en investigaciones realizadas en el campo de acción.

La teoría expone la existencia de tres elementos claves, los cuales deben generar una interacción entre sí para lograr una efectividad de este modelo.

Monsalve (2019) afirma que:

El modelo del triángulo del servicio considera los elementos claves, como son, las estrategias de servicio, el personal y los sistemas de servicios, los cuales deben estar enfocados en los clientes como el componente central de la gestión; el primer paso es el cliente donde se debe identificar quien se va a servir o atender a demás de satisfacer sus necesidades y expectativas.

Como segundo paso esta la definición de las estrategias del servicio, es decir, que es lo que se va a ofrecer, la oferta del servicio debe servir como un factor diferenciador de la competencia, siendo los clientes quienes deben percibir algo distinto, por lo tanto, la oferta debe ser algo concreto y que represente un grado de valor para el cliente, por lo que estén dispuestos a pagar (p.45).

En este aspecto se entiende que el sistema general del servicio debe estar diseñado en función de los clientes, con el fin de lograr que cada uno tenga una experiencia positiva y memorable con la empresa, el triángulo del servicio considera que el personal es un factor fundamental del servicio y que en la práctica ayudaran a diferenciarlo y logran un impacto positivo en los clientes (Díaz, Quintana, & Fierro, 2020).

En este contexto la teoría del triángulo del servicio propone elementos que van enfocados a la satisfacción del cliente, en el cual se deberá desarrollar estrategias para la prestación de los servicios, apoyándose de manera directa en el personal ya que son fundamentales para influenciar positivamente en los huéspedes.

2.1.2 Calidad de Servicio, Modelo SERVQUAL

Este modelo pertenece a la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry, es el más utilizado por los académicos de la actualidad, debido la proliferación de artículos efectuados en el área de estudio, evidenciando diferentes instrumentos que permiten la valoración de la calidad de los servicios (González & Reyes, 2019).

El modelo SERVQUAL se define como “un procedimiento de evaluación que se realiza mediante la aplicación del método de encuesta y sobre la base de un cuestionario que busca medir un sistema de dimensiones y elementos que representan los componentes de la calidad de servicio” (Bustamante et al., 2020, pág. 8); por lo tanto, mediante esta evaluación se adapta a las necesidades de cada organización y se incorporan de forma que permiten la revisión de los grupos de interés que participan.

Este modelo denota 5 elementos que categorizan las expectativas de los clientes en relación con los servicios, mismas que se detalla en el siguiente gráfico.



Figura 1. *Componentes del servicio*

Fuente (González & Reyes, 2019)

Este modelo es utilizado como instrumento para medir la calidad de los servicios, permite identificar discrepancias, por medio de la comparación de expectativas establecidas antes y después de la prestación de los servicios, considerando los 5 elementos antes mencionados.

Según Quintero (2021), el modelo utiliza diferentes brechas (GAP) que son determinantes para la entrega de un servicio de calidad.

- GAP 1. Se refiere a la diferencia entre las expectativas de los consumidores y la percepción de la organización. Esta brecha surge debido a la falta de orientación en el ámbito de marketing y a la inadecuada aplicación de las herramientas de mercado.
- GAP 2, percepción de la organización en relación a las expectativas de los clientes ve especificaciones de calidad
- GAP 3, especificaciones de calidad, vs servicios que ofrece realmente la organización
- GAP 4, esta brecha está relacionada con la diferencia entre el servicio real proporcionado por la organización y la comunicación externa, que incluye las promesas hechas a través del marketing. Aquí, se analiza si las promesas de marketing son consistentes con lo que la organización ofrece en realidad.
- GAP 5, es la discrepancia entre las expectativas de los clientes y sus percepciones del servicio prestado. Esta brecha se considera la verdadera medida de la calidad del servicio, ya que muestra si las expectativas de los clientes se han cumplido o superado en la realidad. (p. 55).

La aplicación de este modelo permite optimizar la calidad de los servicios, por medio de análisis y mejoramiento de los GAP, considerando que la calidad se gestiona mediante técnicas que permitan agilizar las funciones empresariales acompañadas con el uso de metodologías propias de cada modelo de gestión de calidad, con la finalidad de cumplir con todas las necesidades y expectativas de los clientes (Ministerio de Turismo del Carchi, 2021).

2.1.3. Turismo sostenible

El turismo sostenible es, sin duda, un objetivo importante en las áreas que son consideradas destinos turísticos para los viajeros. Las ciudades turísticas tienen la responsabilidad de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, fomentar el desarrollo económico, promover la competitividad internacional y, al mismo tiempo, satisfacer las necesidades de los visitantes. Estas responsabilidades recaen en organizaciones empresariales, autoridades gubernamentales y, sobre todo, en la comunidad local. La comunidad debe participar activamente para lograr una gestión sostenible de la ciudad como destino turístico. (Marulanda & Restrepo, 2020).

Para Monsalve (2019), la sostenibilidad se relaciona con la capacidad de satisfacer necesidades de las generaciones presentes si comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, a cuál se incrementa con la calidad de vida de los habitantes, por lo que impulsa la realización de acciones que ayuden a mejorar la condiciones económicas, sociales y culturales del destino turístico.

La sostenibilidad y el turismo está relacionado debido a la participación de esta actividad en las dimensiones de desarrollo básico sostenible, por lo que se requiere un equilibrio entre las dimensiones económicas, a fin de promover el aumento de la tasa de crecimiento de la economía, las dimensiones ambientales, manteniendo la debida valoración de los recursos naturales y la dimensión social, de tal manera que se promueva el desarrollo de la calidad de vida de los pobladores donde se ejercen actividades turísticas (González & Reyes, 2019).

Entonces, se indica que el turismo sostenible como una herramienta estratégica para el desarrollo de la economía local; además, se busca mantener compromisos y actividades de bajo impacto tanto para el escenario como para el medio ambiente, de esta forma se cubren las

necesidades de los turistas y se mantienen las oportunidades para el futuro (Tapia, 2017). Por lo tanto, destaca como un punto de actuación que permite la integración del medio con una orientación de promoción efectiva y a la vez contribuye con el legado ambiental y cultural.

2.1.4 Sistema de gestión.

De acuerdo con las normas ISO 9000, un sistema de gestión es un conjunto de normas internacionales de una empresa u organización por medio de las cuales se organiza y administra de forma ordenada la calidad de esta, en busca de la satisfacción del cliente (Marulanda & Restrepo, 2020). También se puede explicar cómo la estructura que permite desarrollar de forma integrada las actividades y procesos de las organizaciones (Ministerio de Fomento, 2005).

Es esencial comprender el concepto de un sistema de gestión y apreciar la importancia que conlleva su implementación. Esto se debe a que un sistema de gestión garantiza que las necesidades y expectativas se cumplan en gran medida. Esto se basa en la premisa de que las características del producto o servicio ofrecido por la entidad cumplen con los requisitos del cliente.

La gestión se define como el proceso o conjunto de acciones destinadas a administrar o dirigir bienes y servicios. Este proceso implica llevar a cabo una serie de diligencias y actividades con el propósito de alcanzar metas y objetivos específicos. En esencia, administrar implica guiar, gobernar, organizar y disponer los recursos y actividades necesarios para lograr los resultados deseados en cualquier tipo de actividad o empresa. Por lo tanto, un sistema de gestión es considerado como la administración o dirección de una actividad comercial o entidad, cuyo término implica un conjunto de trámites que se ejecuta para dar solución a una terminada problemática que puedan surgir en una organización (González & Reyes, 2019)

2.1.5 Gestión de calidad

Desde décadas atrás, las empresas que cumplen con un estricto control de calidad, por medio de calificaciones y normas de calidad como son las normas ISO 9000, cuentan con la posibilidad de participar en los mercados internacionales del siglo XXI, surgiendo con ello un estímulo para el mejoramiento de la calidad de los servicios y la productividad, considerando a la calidad como la base principal para la competitividad (Díaz, Quintana, & Fierro, 2020).

Ante esto, Barrios & Martínez (2018) explican que la función de calidad está presente en cada una de las funciones de toda la organización de forma estratégica, de tal manera que se logre perfeccionar el servicio que acceda el cliente.

Para garantizar la calidad de los servicios, es necesario llevar a cabo una eficaz gestión de los procesos dentro de una organización y asegurarse de cumplir con los estándares de calidad pertinentes. Esto implica que la gestión de calidad se manifiesta en todos los aspectos que los clientes valoran de manera diversa. Estos aspectos complementan su interés y afectan la percepción del cliente sobre la calidad del producto o servicio que han solicitado, lo que a su vez influye en sus decisiones de compra. En resumen, la gestión de calidad abarca todos los aspectos de la experiencia del cliente y desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones de compra.

Así mismo, Iza (2018) afirma que la gestión de calidad de la organización determina la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes, cuyos factores son primordiales para alcanzar la mejora continua en el desarrollo de los procesos de funcionamiento de la organización. Por lo tanto, la gestión de calidad desempeña un papel fundamental en la entrega de servicios, ya que refleja los resultados de decisiones acertadas. Esto implica una planificación previa de todas las

actividades que contribuyan a la ejecución de los procesos, con el propósito de tener un mayor control durante su desarrollo y lograr resultados más precisos.

2.1.5.1 Principios de la gestión de calidad

Los principios de calidad corresponden a las referencias que se utilizan para el diseño y la implementación de un sistema. A lo largo del tiempo han evolucionado y se han actualizado, pasaron de ser ocho, a presentarse como siete principios relevantes (Asensi et al., 2017). De acuerdo con ISO normas ISO 9000 (2015), considera que las normas internacionales nombradas en el sistema de gestión de calidad están basadas en principios de calidad.

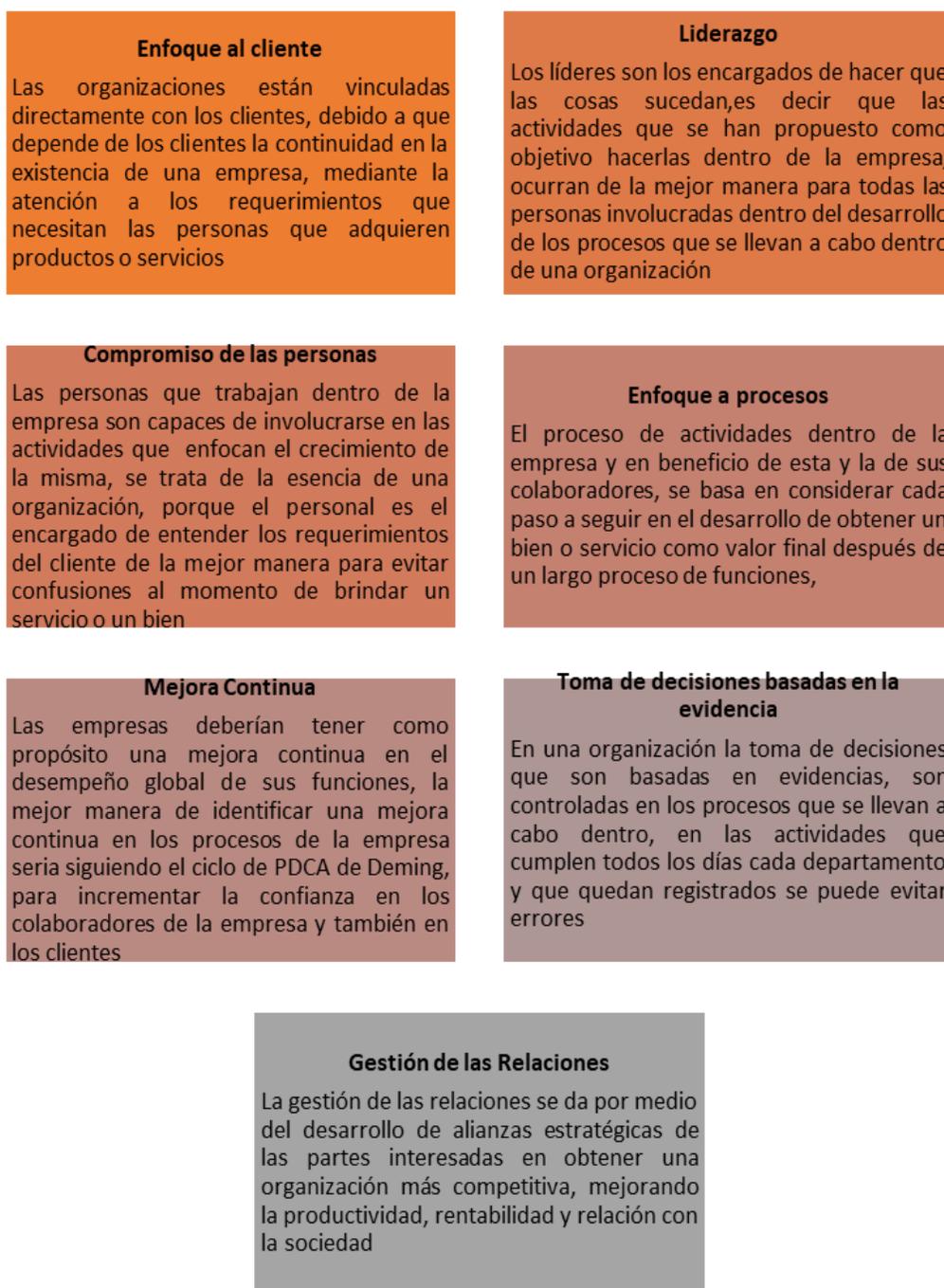


Figura 2. Principios de la gestión de calidad

Fuente (Lemoine Quintero, Farinango, & Villacis, 2020)

En definitiva, los siete principios son considerados para la aplicación correspondiente; sin embargo, resalta como más importante el enfoque al cliente, ya que, sin él, no tendría razón la

exposición de los productos o servicios; además, resalta el compromiso que debe generarse para que los clientes se sientan partícipes de los objetivos y de las actividades, reafirmando el mantenimiento de la calidad.

2.1.6 Modelos de gestión de calidad

Los modelos de gestión de calidad señalan una serie de pautas que se deberán llevar a cabo en una gestión eficaz, un modelo de gestión de calidad tiene como fin promover la mejora continua de la organización, por lo tanto, los modelos de gestión se estructuran en una serie de criterios, cuyo propósito es el de guiar la práctica y asegurar que se cumplan los principios básicos de excelencia, sirviendo también como herramientas de evaluación (González & Reyes, 2019).

Para Bustamante et al, (2020), Un modelo de gestión son todas aquellas directrices vinculadas al proceso de desarrollo y gestión, por medio de la planificación para alcanzar las metas que se propone cumplir una empresa, estas órdenes tiene como fin alcanzar la calidad total dentro de los criterios de excelencia, cumpliendo con ello las exigencias y necesidades de los clientes.

Entre los modelos de gestión de calidad más relevantes se anota los siguientes

- **Modelos de calidad de Boehm**, Este modelo es una herramienta que permite a las empresas alcanzar una mejora continua, presentando una mayor competitividad
- **Modelo de calidad de Deming**, conlleva la aplicación de las teorías de control de la calidad total para la evaluación de la calidad de una empresa luego de haber aplicado el control de la calidad.
- **Modelo de bladrige**, propone la eliminación de cargos burocráticos, se centra en la evaluación de procesos permanentes, direccionándose con las pruebas de calidad y las necesidades del cliente.

- **Modelo FQM**, este modelo es muy importante y mayoritariamente utilizado en países europeos, se centra en el liderazgo de los directivos para aumentar la eficiencia de los empleados. (Velázquez, 2019, pág. 45)

De lo antes mencionado se puede comprender que los modelos de calidad permiten medir y detectar las necesidades y puntos de mejora de los productos o servicios que oferta una entidad, mismos que inciden directamente en los planes estratégicos o de acción, así como en los nuevos planes que seguirán la línea de crecimiento desde la calidad se marque como posible.

Entonces es importante establecer un modelo de gestión de calidad adecuado al requerimiento del establecimiento turístico debido a que cada uno cuenta con características y recursos diferentes y de esta manera pueden alcanzar sus objetivos en menor tiempo

2.1.7 Gestión de calidad en los servicios turísticos hoteleros

Las actividades hoteleras conforman un de los pilares fundamentales en los productos turísticos, por lo tanto, la gestión de la calidad de los servicios en estos establecimientos debe abordarse desde distintos enfoques dentro del marketing. Dado que sus acciones están enfocadas en la satisfacción del cliente en lugar de cumplir con procesos debidamente estructurados, como son los sistemas de gestión de calidad.

La gestión de la calidad es una filosofía de gestión empresarial que considera inseparables las necesidades del cliente y las metas de la empresa, asegura eficacia máxima dentro de la empresa y afianza el liderazgo comercial mediante la puesta en funcionamiento de procesos y de sistemas que favorecen la excelencia, al tiempo que

impiden los errores y aseguran que todas las metas de la firma se logren sin despilfarrar esfuerzos. (Secretaría de Turismo , 2020)

De lo antes mencionado se entiende que para que las entidades del sector turístico logren alcanzar la calidad deseada, es imprescindible que orienten sus acciones hacia la satisfacción total de las necesidades y expectativas que tienen los clientes, considerando que son ellos los que evalúan la calidad de los servicios y deciden si pagar o no por ellos

Los modelos de gestión de calidad en el sector turístico se centran en aumentar tanto la oferta como la demanda turística al proporcionar servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de los viajeros. Esto se debe a que, para mantener un turismo de masas, es esencial que los visitantes perciban el destino como atractivo, sostenible y caracterizado por la calidad de los servicios ofrecidos (Navarro & Ferrer, 2019).

2.1.8 Gestión por procesos

La gestión de procesos se define como el enfoque de administrar toda la organización mediante la consideración de los procesos como conjuntos de actividades o eventos que se llevan a cabo bajo ciertas circunstancias y con un propósito específico. Las empresas y organizaciones que comprenden la importancia de la gestión de procesos son tan eficientes como la eficacia de dichos procesos. Esto se debe a que este enfoque les permite mantener una visión clara y trabajar en función de los objetivos y la visión de sus clientes (Lemoine et al., 2020).

En este contexto, la feroz competencia entre las empresas se basa en la gestión de procesos y la mejora continua de la calidad de los servicios. Este aspecto se ha convertido en un factor

crítico para lograr el éxito. Por lo tanto, las empresas implementan cambios y mejoras con el objetivo de consolidarse en el mercado turístico regional.

Para contreras (2013), al implementar un modelo de gestión de calidad por procesos, es crucial tener en cuenta las cinco etapas de la gestión del conocimiento, que se enfocan en:

1. Participar el conocimiento tácito
2. Generar nuevos conceptos
3. Justificar los conceptos
4. Construir el arquetipo
5. Distribuir el conocimiento en la organización

Lo anterior deberá considerar las necesidades propias de cada organización, esto con la finalidad de garantizar el mejoramiento continuo de la calidad de los servicios.

2.1.8.1Comunicacion

La comunicación se define como el proceso a través del cual se transmite información relevante de una entidad a otra. Los procesos de comunicación involucran interacciones que se llevan a cabo mediante signos y participan dos o más agentes. Este concepto abarca múltiples elementos y no se limita exclusivamente a la expresión verbal. Va más allá de la mera expresión oral y se trata de un proceso que implica un intercambio mutuo de información (Gómez & Fedor, 2016).

Cuando se analizan las características de la naturaleza comunicativa propuestas por Navas y Villegas (2020), es posible relacionarlas con el contexto específico de la comunicación organizacional. Esta última se entiende como la forma habitual de interacción social dentro de una organización. En este sentido, se puede considerar que la comunicación organizacional

forma parte de un proceso de construcción social de la realidad en la vida cotidiana de la organización (pág. 34).

La comunicación en la industria hotelera tiene como objetivo transmitir un mensaje específico a un público determinado con el fin de influir en su decisión de compra. Por lo tanto, es esencial evaluar la respuesta y la reacción del cliente a cada acción de comunicación llevada a cabo por el hotel.

2.1.8.2 Calidad del servicio hoteleros

Del sector hotelero depende la mayor parte de los servicios que el destino turístico ofrece, los cuales puede ser balnearios, rutas, ciclos paseos, senderos naturales, entre otros, pero sobre todo depende del compromiso que tengan las empresas hoteleras con la satisfacción de las necesidades de los clientes.

En la actualidad el sector hotelero deberá implantar diversas estrategias que les permita adaptarse a las exigencias de las nuevas generaciones, considerando que la sociedad presente ha desarrollado una sensibilidad selectiva en relación a la calidad y precio de los servicios que está recibiendo, valorando de manera preferencial las experiencias innovadoras, teniendo mayor comprensión entre la conexión existente entre el precio y la calidad de servicio prestado (Tamayo & Vega, 2017).

Según lo expuesto por Herrera (2015), la industria hotelera es el principal medio para incrementar la oferta y exportación de los servicios, cuando la exportación de bienes disminuye, este tipo de acciones son visibles en diferentes países que efectúan inversiones en proyectos de sostenibilidad turística, promoviendo con ello desarrollo económico de la industria hotelera.

En este contexto, el sector hotelero ha experimentado un notable crecimiento en la provisión de servicios a visitantes en todo el mundo. Esto se debe a la alta demanda de alojamiento por parte de los visitantes, quienes buscan lugares que ofrezcan comodidad y un excelente servicio. Por lo tanto, se puede afirmar que la calidad se refleja en las características de los servicios ofrecidos por cada empresa hotelera, ya que este enfoque busca lograr la fidelización de los clientes.

2.1.8.3 Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente está directamente relacionada con la calidad de estos, este concepto es definido por Velázquez (2019), considerado como el factor que relaciona a la calidad con la competitividad, de manera tal que percibe la calidad esperada, se sentirá satisfecho y generará mayores adquisiciones. En cambio, de acuerdo con Kotler et al. (2017), se tiene que la satisfacción es la respuesta que genera el cliente de acuerdo con el rendimiento real del servicio.

En la actualidad el sector empresarial tiene como objetivo principal la satisfacción de los clientes, con la finalidad de generar nuevas ventas, no obstante, es un factor muy difícil de lograr, ya que la satisfacción es algo que se mide en base a la percepción de los clientes, el cual en ciertas ocasiones puede llegar a influenciarse por otras cuestiones, así como también la satisfacción puede llegar a depender hasta del estado de ánimo de los usuarios.

2.1.8.4 Atención al cliente

La conceptualización de la atención de los clientes se relación con las estrategias que una entidad emplea para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en mayor grado de la competencia (González & Reyes, 2019). También se puede definir como

el conjunto de actuaciones mediante las cuales una empresa gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto, y cuyo fin último es lograr en él un nivel de satisfacción lo más alto posible (Ariza & Ariza, 2015, pág. 5).

Teniendo en cuenta las definiciones propuestas, podemos afirmar que la atención al cliente es un elemento fundamental para el éxito de cualquier componente dentro de una organización. A través de una atención adecuada, la entidad puede mejorar su competitividad en el mercado. Por tal razón, se resalta la importancia de la optimización de la atención al cliente, por lo que las personas encargadas de proporcionar atención a los clientes deben ser conscientes de su relevancia, puesto que son los responsables de estar en contacto directo con los usuarios y los mismos representan a la organización ante los consumidores.

2.1.8.5 Norma técnicas establecidas para el sector de alojamiento turístico

De acuerdo con el decreto 2269 de 1993 una norma técnica es un “Documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que suministra, para uso común y repetido, reglas, directrices y características para las actividades o sus resultados, encaminados al logro del grado óptimo de orden en un contexto dado” (González & Reyes, 2019).

Las normas técnicas deben fundamentarse en los resultados sólidos derivados de la ciencia, la tecnología y la experiencia acumulada. Su objetivo principal debe ser proporcionar el máximo beneficio a la comunidad. Estas normas establecen criterios de cumplimiento que las organizaciones a las que se dirigen deben seguir, lo que garantiza que los servicios o productos ofrecidos sean consistentes y uniformes en su calidad.

2.1.8.6 Competitividad

Se considera a la competitividad como un instrumento estratégico, dinámico y hasta cierto punto complejo debido a la interrelación con otras variables que permiten generar una mejor explicación, sin embargo, ha formado parte del ser humano desde sus inicios y con el pasar de los años esta ha tomado una mayor importancia en varios aspectos sociales,

Los ejemplos más comunes se ven reflejados en el ámbito académico como el empresarial. Al referirse sobre esta última se define a la competitividad como el conjunto de herramientas que al combinarse facilitan a las personas liderar en un determinado mercado y de esa manera vencer a los competidores de un mismo medio (Díaz, Quintana, & Fierro, 2020). En este punto, también se puede indicar como “un aspecto central en la sustentabilidad y éxito de una organización y, como tal, debe ser integrada al análisis estratégico” (Monterroso, 2016, pág. 5).

Como se puede evidenciar, la competitividad se ve ampliamente aplicada en varios aspectos de la sociedad actual. Hoy en día las personas compiten en muy distintos ámbitos con la única finalidad de liderar y vencer a la competencia, de esta manera se entiende que este término puede tener distintas variaciones de su concepto, pero en resumidas cuentas y bajo el criterio empresarial se entiende como aquel conjunto técnicas y herramientas a implementar en un determinado ámbito con la finalidad de prosperar en un mercado.

2.1.8.6 Estrategias

El concepto epistemológico de la palabra estrategia proviene del vocablo griego *strategos* que se refiere al arte del general de guerra, este término fue actualizado por la Real Academia de la Lengua RAE como el arte de dirigir un asunto, siendo un conjunto de reglas que permiten

asegurar el mejor resultado de una decisión (Maldonado, Benavides, & Buenaño, 2017). También se expone desde el ámbito de los negocios por sus características debido a que se presenta como “múltiples opciones, múltiples caminos y múltiples resultados, es más complejo su diseño y son más difíciles de implementar que otras soluciones lineales” (Contreras Sierra, 2013, pág. 157).

Partiendo de los conceptos establecidos ante este término, se puede entender que una estrategia es aquella acción que permite lograr el éxito ante una determinada situación, esto se logra mediante la planificación y la elaboración de reglas específicas para un determinado caso.

2.1.8.7 Mejora continua

El concepto de mejora continua viene dado como una metodología sistemática, cuya finalidad es ayudar e impulsar de manera positiva a una organización en el desarrollo de sus procesos y operaciones laborales. La mejora continua de una empresa es de suma importancia para la innovación de técnicas y el desarrollo de optimas soluciones ante las distintas problemáticas que se presenten en el proceso de producción de un determinado bien o servicio (Salazar, 2014).

También se puede verificar como “un ciclo ininterrumpido, a través del cual identificamos un área de mejora, planeamos cómo realizarla, la implementamos, verificamos los resultados y actuamos de acuerdo con ellos, ya sea para corregir desviaciones o para proponer otro meta más retador” (Aguirre, 2012, pág. 2). Por lo tanto, resalta la posibilidad de responder ante los cambios en las necesidades o procesos que se generan en el ambiente externo.

En un sector como el hotelero, la mejora continua es de gran importancia para poder brindar una buena atención al usuario. El poseer una metodología que permita identificar falencias de un

sistema o un proceso, es de gran ayuda cuando se quiere mejorar la atención brindada, otorga la oportunidad de identificar el tipo de errores en un determinado asunto y a su vez la capacidad de elaborar soluciones oportunas ante la mencionada problemática a fin de brindar un servicio de calidad.

2.1 9. Cliente interno

El cliente interno es considerado aquel consumidor de los bienes o servicios de una institución, está relacionado de manera directa en la estructura de una empresa y es el encargado de generar una mayor productividad y rentabilidad de una determinada compañía, debido a que, dependiendo de su nivel de atención durante el proceso de venta de un producto o servicio, se garantizara el pronto retorno del cliente final (Arango, Muñoz, & Vega, 2020). También se define como “los miembros de la propia empresa. Están vinculados a esta por una relación de trabajo” (Ariza & Ariza, 2015)

Según el concepto del postulado en el anterior apartado, un cliente interno es aquel que posee una relación directa con la empresa, sea que este adquiera un bien o servicio o por la atención recibida dentro de un establecimiento. Se recalca su vital importancia dentro de un negocio ya que este puede ser tanto un empleado como un socio, lo importante es dar a conocer el producto al usuario final.

2.1.10 Cliente externo

Un cliente externo es aquella persona que pese a no poseer ninguna relación directa con una empresa solicita el satisfacer una necesidad, es decir adquiere y consume los productos y servicios que se brinda al público. En otras palabras, al cliente externo se lo denomina

comúnmente como el cliente final. También se indica como “individuos u organizaciones que reciben los productos o los servicios de una empresa, o que se relacionan profesionalmente con ella” (Arango et al., 2020)

Se entiende que un cliente externo es aquella persona que por distintas razones busca satisfacer una necesidad mediante la adquisición de un determinado bien o servicio, si la exclusiva necesidad de formar parte de una determinada empresa. Si bien este tipo de clientes no están condicionados dentro de la estructura esencial de un negocio, estos pueden negociar precios o comercializar con los clientes internos.

2.2 Marco legal

Para la fundamentación legal del presente proyecto es necesario considerar las principales leyes y reglamentos normativos que rigen en el Ecuador como la Constitución Del Estado Ecuatoriano, la Ley Orgánica De Comunicación., Pan Nacional De Buen Vivir, Proyecto De Ley Orgánica De Turismo, cuyas normas y reglamentos se establecen a continuación.

2.2.1 Constitución De La República De Ecuador

- Artículo 11: Los derechos se fundamentan en los siguientes principios. Literal 2: Todas las personas son iguales y disfrutan de derechos, responsabilidades y oportunidades idénticas.
- Artículo 16: Tanto a nivel individual como colectivo, todas las personas tienen el derecho al libre acceso a las tecnologías de la información y la comunicación.

- Artículo 52: Cada individuo tiene el derecho de acceder a bienes y servicios de la más alta calidad, con total libertad, además de recibir información precisa sobre sus características y contenidos (Ecuador. Asamblea Nacional, 2008)

El aporte de la Constitución De La República contribuye con la investigación, señalando el respaldo a la libre participación del ciudadano a ejercer una actividad económica, con el fin de formar parte de sus deberes, derechos y obligaciones con la sociedad. Como también garantiza el adecuado uso de la información y sus herramientas de comunicación.

La aplicación de la presente norma permitirá a las entidades de hospedaje formular las estrategias comunicativas para socializar los servicios y los beneficios que estos proporcionan para los turistas, como una forma de captar la atención de los visitantes y generar mayor productividad y acometividad dentro del mercado, sustentado legalmente las acciones estratégicas que se establezca en la propuesta.

2.2.2 Ley Orgánica De La Comunicación

- Art. 4 Contenidos personales en Internet, la presente leyó no está apta para la regulación de opiniones y contenidos personales emitidos en los diferentes medios de comunicación, esta acción no excluye las acciones penales o civiles por infracciones a otras leyes que se cometan por la red (Ecuador. Ley Organica de Comunicación , 2016).

En el desarrollo de la investigación la Ley Orgánica de Comunicación, respeta a los comentarios personales emitidos por los propietarios de las empresas hoteleras en los medios digitales, considerando que estos sean apropiados para su aplicación. De esta manera, las organizaciones pueden crear su contenido basado en sus necesidades y tomando en cuenta que debe respetar

las normativas vigentes. Con ello, también se cumple con los niveles de veracidad y autenticidad de la información recolectada tanto del problema de investigación como de los resultados.

2.2.3 Proyecto de Ley Orgánica De Turismo

- **Artículo 4:** Definiciones en virtud de esta ley. Turista: Se refiere a aquella persona que realiza un desplazamiento temporal fuera de su residencia habitual por un período superior a 24 horas y hace uso de alguno de los servicios turísticos mencionados en esta Ley. Esto se hace sin perjuicio de las consideraciones migratorias establecidas en la Ley de Extranjería.
- **Categorización:** Es el proceso mediante el cual se determina la categoría del proveedor de servicios turísticos, considerando aspectos como las características arquitectónicas de la instalación, el tipo de servicios ofrecidos y su ubicación geográfica.
- **Calificación:** Es el procedimiento utilizado para evaluar el grado de cumplimiento de las normas de calidad o seguridad reconocidas a nivel internacional, así como las emitidas por el Ministerio de Turismo.
- **Artículo 8: Servicios turísticos:** Se refiere a servicios dirigidos a satisfacer las necesidades de los turistas a cambio de una compensación económica. Estos servicios se ofrecen durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su lugar de residencia habitual, ya sea por motivos de descanso, entretenimiento, ocio, negocios u otros fines. Esta definición está sujeta a lo establecido en esta Ley, su Reglamento y otras normativas aplicables.
- **Servicios de alojamiento:** Estos servicios son proporcionados por establecimientos de alojamiento y hospedaje, como hoteles, hostales, casas de huéspedes, moteles, posadas, campamentos y otros similares (Ecuador. Proyecto de Ley Orgánica De Turismo, 2017).

Mientras que este proyecto permite a la organización mantener un lineamiento de normas de calidad y seguridad de acuerdo con los servicios prestados, así como su clara identificación para los procesos correspondientes. Entonces, se ha considerado los artículos antes mencionados, para respaldar legalmente la investigación; además, ayudan a identificar los factores claves para el desarrollo de la indagación. Finalmente, el marco normativo permite reconocer las responsabilidades, deberes y derechos de cada una de las partes involucradas en el problema.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidad de la investigación

En el desarrollo del proyecto se tomó como base la aplicación de una metodología mixta, es decir cualitativa y cuantitativa, la metodología cualitativa permitió recabar opiniones y características del público, las cuales sirvieron como medio de recolección de la información relacionada con la problemática que se relaciona con la falta de estrategias de fortalecimiento para mejorar la calidad de los servicios de alojamiento de las empresas hoteleras de la ciudad de Tulcán. La información será recopilada de los hoteles existente en la ciudad, resaltando los establecimientos de alojamiento que han sido clasificados por el Ministerio De Turismo del Carchi.

La metodología cuantitativa fue aplicada para la recolección y análisis de datos numéricos obtenidos por medio de una encuesta y fichas de observación, que servirán para una posterior comprensión analítica de los resultados relacionado con el desempeño de las principales variables del estudio

3.2 Tipos de investigación

Para el desarrollo de proyecto se aplica el siguiente tipo de investigación:

- **Investigación de campo**

La investigación de campo estuvo orientada al desarrollo oportuno de la recopilación de datos extraídos del contexto real, la cual estaba contenida por la aplicación de encuestas al personal administrativo y operativo de los establecimientos dedicados a prestar servicios de alojamiento en la ciudad de Tulcán.

- **Investigación bibliográfica**

Este tipo de investigación fue un guía para la obtención de información bibliográfica, la cual permitió tener una visión panorámica del problema de estudio, dicha información fue recabada de fuentes impresas y digitales, como son revistas y artículos científicos, textos, páginas oficiales actualizadas en los últimos 5 años.

- **Investigación cuali-cuantitativa**

Esta investigación se sustentó en análisis relacionado con la calidad de los servicios hoteleros, la calidad de la información, la calidad de la atención al cliente, la calidad de la infraestructura física y digital que presenta cada uno de los establecimientos. Se analizó también la cantidad de la demanda que generaron los establecimientos, el precio del servicio de alojamiento y las promociones y descuentos por temporadas.

3.3 Población y muestra

Para el desarrollo del proyecto se tomó en cuenta como población de estudio a todos los turistas que hacen uso de los servicios de alojamiento dentro de la ciudad de Tulcán, considerando como referencia la información publicada por el Ministerio de Turismo (2023), para el presente año, ingresaron un total de 118.148 personas., de las cuales se procederá a calcular la muestra de estudio.

3.4 Tipo de muestreo

Para la selección de la muestra, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N= Tamaño de la población	118.148
Z ² = Nivel de confianza	1,96
P= Proporción real estimada de éxito	58%
Q= Proporción real estimada de fracaso	42%
e = Error	5%
Desarrollo:	

$$n = \frac{118148 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (118148) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{110.564,26}{296.3033138}$$

$$n = 373$$

Según se logra evidenciar la muestra de estudio estará conformada por un total de 373 turísticas se hospedaron en los diferentes establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán, a quienes se les aplicó la encuesta, establecida para la recopilación de la información.

Dentro del catastro de establecimientos que prestan el servicio de alojamiento existen un total de 22 establecimientos entre hoteles, hostales y hostería los cuales se detallan a continuación:

Tabla 1. Establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán

	ESTABLECIMIENTO	ALOJAMIENTO			PREC.	A & B		No.
		CATEG.	N° HAB.	N° PLAZAS	OCUP. SIMPL	N° MESAS	N° PLAZAS	PERS. OCUP.
ALOJAMIENTO								
HOTELES								
1	FLOR DE LOS ANDES	2 ESTRELLAS	33	54	36	13	54	9
2	PALACIO IMPERIAL	4 ESTRELLAS	38	78	45,6	32	128	27
3	LUMAR	2 ESTRELLAS	54	129	18,48	12	48	7
4	TORRES DE ORO	2 ESTRELLAS	24	59	20	12	48	9
5	ESPÍNDOLA	2 ESTRELLAS	24	57	20	13	60	11
6	SAN MIGUEL	2 ESTRELLAS	24	45	13,44			3
7	PARK	2 ESTRELLAS	23	49	20			9

8	MACHADO	2 ESTRELLAS	12	24	15			4
9	GOLDEN CORAL	3 ESTRELLAS	21	41	20			8
10	SAENZ	2 ESTRELLAS	41	77	12			5
11	ONE SEASON	2 ESTRELLAS	30	58	25	12	48	3
HOSTALES								
12	LOS ALPES	2 ESTRELLAS	27	43	10			9
13	JUNIN	1 ESTRELLA	12	24	8			3
14	ALEJANDRA	2 ESTRELLAS	27	56	11,4			8
15	KARINA	1 ESTRELLA	16	30	8			5
16	ROYAL PLAZA	2 ESTRELLAS	22	43	8			2
17	QUITO	1 ESTRELLA	20	42	12			3
18	BELLA VENECIA	3 ESTRELLAS	28	53	15			4
19	MI MADRIGAL	1 ESTRELLA	15	28	12			5
20	CASANOVA	1 ESTRELLA	16	26	8			2
21	CASTILLO	1 ESTRELLA	17	23	10			3
HOSTERÍAS								
22	EL CARRIZAL	3 ESTRELLAS	13	27	18	62	248	12

Los hoteles seleccionados para la aplicación de la encuesta se ha considerado los establecimientos catastrados de acuerdo a su categoría, de este modo se ha seleccionado los establecimientos hoteleros de categoría 4 estrellas, 3 estrellas y 2 estrellas, mismos que según el catastro de municipio de Tulcán y catastro consolidado del ministerio de Turismo están conformados un total de 16 hoteles, los cuales se detalla a continuación.

Tabla 2.

Muestra de hoteles seleccionados

HOTELES		
1	FLOR DE LOS ANDES	2 ESTRELLAS
2	PALACIO IMPERIAL	4 ESTRELLAS
3	LUMAR	2 ESTRELLAS
4	TORRES DE ORO	2 ESTRELLAS
5	ESPÍNDOLA	2 ESTRELLAS
6	SAN MIGUEL	2 ESTRELLAS
7	PARK	2 ESTRELLAS
8	MACHADO	2 ESTRELLAS
9	GOLDEN CORAL	3 ESTRELLAS
10	SAENZ	2 ESTRELLAS
11	ONE SEASON	2 ESTRELLAS
HOSTALES		

12	LOS ALPES	2 ESTRELLAS
13	ALEJANDRA	2 ESTRELLAS
14	ROYAL PLAZA	2 ESTRELLAS
15	BELLA VENECIA	3 ESTRELLAS
HOSTERÍAS		
16	EL CARRIZAL	3 ESTRELLAS

Fuente: Ministerio de Turismo (2023)

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para la recopilación de la información necesaria para el desarrollo del proyecto, se utilizó como técnica de investigación la encuesta, la cual se estructuró por un total de 15 preguntas relacionadas con las principales variables y dimensiones estudiadas, para la valoración se implementó la escala de satisfacción del cliente de Likert, que va desde altamente satisfecho (1) a altamente insatisfecho (5). Ver Anexo 1.

De igual forma se utilizó una ficha de observación para recabar datos relacionados con la calidad de la infraestructura con la que cuenta el hotel, la ubicación, las estrategias publicitarias, los procesos de atención al cliente, entre otros.

3.6 Proceso de recolección de la información

Para la recolección de la información se siguió el siguiente esquema planteado

- Inicialmente se envía un oficio, solicitando la autorización respectiva a la administración de los hoteles establecidos en la muestra de estudio, en el oficio se estableció las fechas para encuestar a los turistas hospedados.
- Se elaboró los instrumentos de recolección de los datos por medio de la aplicación de software Google formularios.
- Para el análisis y tabulación de los resultados se utilizó el software estadístico SPSS

CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de la situación actual de los establecimientos

Para dar cumplimiento al primer objetivo de la investigación, el cual se centró en determinar el estado de la situación actual del sector hotelero de la ciudad de Tulcán, se puede determinar:

La ciudad de Tulcán existe 22 establecimientos de alojamiento entre los que se encuentran hoteles, hostales y hosterías, categorizados en 4 estrellas, 3 estrellas, 2 estrellas y 1 estrella respectivamente, de los cuales 1 establecimiento (Hotel Palacio Imperial) es el único con categoría 4 estrellas, seguido con un número de 3 establecimientos de alojamiento se encuentran con categoría 3 estrellas y siendo el mayor número de establecimientos de alojamiento con un total de 12 establecimientos registrados con categoría 2 estrellas como se lo detalla a continuación:

Tabla 3.
Número de establecimientos

Ítem	Establecimiento	Categoría
1	PALACIO IMPERIAL	4 ESTRELLAS
Ítem	Establecimiento	Categoría
1	GOLDEN CORAL	3 ESTRELLAS
2	BELLA VENECIA	3 ESTRELLAS
3	EL CARRIZAL	3 ESTRELLAS
Ítem	Establecimiento	Categoría
1	FLOR DE LOS ANDES	2 ESTRELLAS
2	LUMAR	2 ESTRELLAS
3	TORRES DE ORO	2 ESTRELLAS
4	ESPÍNDOLA	2 ESTRELLAS
5	SAN MIGUEL	2 ESTRELLAS
6	PARK	2 ESTRELLAS
7	MACHADO	2 ESTRELLAS
8	SAENZ	2 ESTRELLAS
9	ONE SEASON	2 ESTRELLAS
10	LOS ALPES	2 ESTRELLAS
11	ALEJANDRA	2 ESTRELLAS

12	ROYAL PLAZA	2 ESTRELLAS
-----------	-------------	-------------

Fuente: Ministerio de Turismo (2023)

De acuerdo a las versiones obtenidas por los trabajadores de los diferentes establecimientos, los visitantes que utilizan el hotel 4 estrellas por lo general son personas directivas o ejecutivos que se han encontrado realizando negocios dentro y fuera de la ciudad, por el contrario los establecimientos de alojamiento categorizados con 3 estrellas y 2 estrellas utilizan el servicio de alojamiento personas que visita la ciudad de Tulcán como son personas que han viajado de la vecina República de Colombia, así como también, visitantes de paso que de acuerdo a la necesidad y capacidad económica acceden a los servicios en estos establecimientos.

Se ha aplicado la ficha de observación, en la ciudad de Tulcán existe un solo establecimiento categorizado con 4 estrellas, tomando como referencia el establecimiento con las condiciones y enfocado a percibir los servicios que brinda y de calidad de los mismo, según algunos parámetros que se establece en el reglamento de alojamiento turístico poder percibir la calidad del establecimiento con las que cuenta cada establecimiento, detallando lo siguiente:

Cuadro del Establecimiento 4 Estrellas

Tabla 4. *Hotel cuatro estrellas*

PARÁMETROS	AREAS	PALACIO IMPERIAL			
		Malo	Regular	Bueno	Excelente
INFRAESTRUCTURA	Estado de jardines, Accesos, Estacionamiento			x	
	Estado y funcionamiento de ascensores, calefacción, etc.				x
	Estado de las instalaciones, mobiliario y decoración				x

UBICACION ESTRATEGICA	Proximidad a lugares turísticos	x	
	Conectividad con transporte publico	x	
	Seguridad en la zona	x	
ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS	Uso de Tecnología para mejorar la experiencia del cliente		x
	Presencia de sitios Web y redes sociales	x	
	Sistema de Reserva en línea, aplicaciones móviles	x	
PROCESOS DE ATENCION AL CLIENTE	Eficiencia en el proceso de registro	x	
	Amabilidad y Profesionalismo del personal		x
OTROS PARAMETROS	Programas de reciclaje y ahorro de energía	x	
	Áreas de Distracción, esparcimiento		x

Fuente: Ministerio de Turismo (2023)

Sin embargo, pese a la existencia de una categorización de los servicios de alojamiento, los diferentes establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán presentan falencias en algunos aspectos como: accesos, distintivo y publicidad de cada establecimientos hotelero, personal no profesional para satisfacer las necesidades de los visitantes y brindar servicios de calidad, la inexistencia de manuales de funciones y plan de mejoras, bienes muebles acorde a la categorización de los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento.

Pese a la categoría de los establecimientos hoteleros, existen hoteles que, teniendo una categorización de 3 estrellas en comparación con establecimientos similares a esta categoría, cuentan con algunas opciones adicionales que pueden ser consideradas como realce y ofrezcan satisfacción a los clientes, pese a tener la misma categoría pero la innovación, buena atención equipamiento y esparcimiento son factores fundamentales que ayudan a mejorar la calidad de

los servicios, es así que en el siguiente cuadro permite realizar una comparación de algunos parámetros que ayudan a evaluar la calidad de los servicios brindados. Los tres establecimientos tienen la misma categoría, con algunas diferencias como las tiene el establecimiento turístico el Carrizal, aparte de brindar el servicio de alojamiento, también brinda el servicio de restaurante y esparcimiento de su complejo donde se puede disfrutar en sus modernas instalaciones como son piscina, gimnasio, canchas deportivas haciendo de este establecimiento único en el sector, mientras tanto el establecimiento Golden Coral se puede determinar que brinda el servicio de hospedaje y restaurante y servicio de bar en sus instalaciones, en el establecimiento Bella Venecia, solamente ofrece el servicio de hospedaje sin tener estos espacios que ayudan a satisfacer necesidades de los visitantes debido a que no se tiene una estructura organizacional adecuada debido a que muchos establecimientos tradicionales se los considera negocios familiares, la cual solo se han dedicado a brindan el servicio de alojamiento sin tener una visión empresarial, lo que no ha permitido brindar mejores servicios.

Tabla 5. Cuadro Comparativo establecimientos 3 estrellas

Parámetros	Áreas	GOLDEN CORAL				BELLA VENECIA				EL CARRIZAL			
		Malo	Regular	Bueno	Excelente	Malo	Regular	Bueno	Excelente	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Infraestructura	Estado de jardines, Accesos, Estacionamiento			x		x						x	
	Estado y funcionamiento de ascensores, calefacción, etc.			x		x						x	
	Estado de las instalaciones, mobiliario y decoración				x		x						x
Ubicación Estratégica	Proximidad a lugares turísticos			x		x						x	
	Conectividad con transporte público			x			x					x	
	Seguridad en la zona			x			x					x	
Estrategias Publicitarias	Uso de Tecnología para mejorar la experiencia del cliente			x			x					x	
	Presencia de sitios Web y redes sociales		x				x					x	
	Sistema de Reserva en línea, aplicaciones móviles		x				x					x	
Procesos de atención al cliente	Eficiencia en el proceso de registro			x			x					x	
	Amabilidad y Profesionalismo del personal			x			x					x	
Otros Parámetros	Programas de reciclaje y ahorro de energía	x					x					x	
	Áreas de Distracción, esparcimiento	x					x						x

Tabla 6 Cuadro Comparativo de Establecimientos 2 estrellas

Parámetros	Áreas	FLOR DE LOS ANDES				LUMAR				PARK				ONE SEASON			
		Malo	Regular	Bueno	Excelente	Malo	Regular	Bueno	Excelente	Malo	Regular	Bueno	Excelente	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Infraestructura	Estado de jardines, Accesos, Estacionamiento			x			X					x					x
	Estado y funcionamiento de ascensores, calefacción, etc.			X			X				X						X
	Estado de las instalaciones, mobiliario y decoración						X										X
Ubicación Estratégica	Proximidad a lugares turísticos			X						X			X				X
	Conectividad con transporte público			X						X			X				X
	Seguridad en la zona			X						X			X			X	
Estrategias Publicitarias	Uso de Tecnología para mejorar la experiencia del cliente		X				X				X						X
	Presencia de sitios Web y redes sociales		X				X				X					X	
	Sistema de Reserva en línea, aplicaciones móviles		X				X				X					X	

Procesos de atención al cliente	Eficiencia en el proceso de registro	X	X	X	X
	Amabilidad y Profesionalismo del personal	X	X	X	X
Otros Parámetros	Programas de reciclaje y ahorro de energía	X	X	X	X
	Áreas de Distracción, esparcimiento	X	X	X	X

ANEXOS



Parámetros	Áreas	SAENZ				LOS ALPES				ALEJANDRA				ROYAL PLAZA			
		Mal o	Regular	Bueno	Excelente	Mal o	Regular	Bueno	Excelente	Mal o	Regular	Bueno	Excelente	Mal o	Regular	Bueno	Excelente
Infraestructura	Estado de jardines, Accesos, Estacionamiento			X		X					X				X		
	Estado y funcionamiento de ascensores, calefacción, etc.			X		X				X					X		
	Estado de las instalaciones, mobiliario y decoración				X	X					X				X		
Ubicación Estratégica	Proximidad a lugares turísticos			X				X				X					X
	Conectividad con transporte público			X				X				X					X
	Seguridad en la zona			X		X					X				X		
Estrategias Publicitarias	Uso de Tecnología para mejorar la experiencia del cliente			X			X				X				X		
	Presencia de sitios Web y redes sociales		X				X				X				X		
	Sistema de Reserva en línea, aplicaciones móviles		X			X				X					X		
Procesos de atención al cliente	Eficiencia en el proceso de registro		X				X				X				X		

	Amabilidad y Profesionalismo del personal	X		X		X		X
Otros Parámetros	Programas de reciclaje y ahorro de energía	X		X		X		X
	Áreas de Distracción, esparcimiento	X		X		X		X

ANEXOS

Parámetros	Áreas	TORRES DE ORO				SARA ESPINDOLA				SAN MIGUEL				MACHADO			
		Mal o	Regular	Bueno	Excelente	Mal o	Regular	Bueno	Excelente	Mal o	Regular	Bueno	Excelente	Mal o	Regular	Bueno	Excelente
Infraestructura	Estado de jardines, Accesos, Estacionamiento		X				X				X				X		
	Estado y funcionamiento de ascensores, calefacción, etc.		X				X				X				X		
	Estado de las		X				X				X				X		

	instalaciones , mobiliario y decoración					
Ubicación Estratégica	Proximidad a lugares turísticos		X	X	X	X
	Conectividad con transporte público		X	X	X	X
	Seguridad en la zona	X		X	X	X
Estrategias Publicitarias	Uso de Tecnología para mejorar la experiencia del cliente	X		X	X	X
	Presencia de sitios Web y redes sociales	X		X	X	X
	Sistema de Reserva en línea, aplicaciones móviles	X		X	X	X
Procesos de atención al cliente	Eficiencia en el proceso de registro	X		X	X	X
	Amabilidad y Profesionalismo del personal	X		X	X	X
Otros Parámetros	Programas de reciclaje y ahorro de energía	X		X	X	X
	Áreas de Distracción, esparcimiento	X		X	X	X

ANEXOS

Aspectos importantes que no se ha tomado en cuenta es el desaprovechamiento del uso de las herramientas tecnológicas, el desarrollo de estrategias por medios digitales como son redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles como se puede observar tanto en los establecimientos de 3 estrellas y 2 estrellas que son los que mayoritariamente existen, no se utiliza este tipo de estrategias y medios digitales que ayuden a promocionar y difundir los servicios. Este aspecto las herramientas de comunicación no se están tomando en cuenta en los establecimientos, debido a la posición neutral, que se presenta en cuanto a las ofertas y promociones en redes sociales y el resto de los medios de comunicación, por lo cual, no se ha generado una buena gestión de los recursos tecnológicos para fortalecer la calidad, eficacia y eficiencia en los servicios hoteleros de la ciudad.

4.2 Evaluar el nivel de satisfacción que tiene los clientes

Los servicios que brindan en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán, se puede manifestar que se ha tomado como referencia algunos aspectos que ayudan a determinar la satisfacción del cliente, servicios tangibles e intangible que contribuyen a percibir la satisfacción de los clientes por la prestación de servicios. Entre lo material podemos mencionar:

- Infraestructura
- Mobiliario e insumos
- Limpieza e Higiene del establecimiento
- Información del establecimiento
- Accesibilidad para personas de atención prioritaria
- Áreas verdes y de Recreación

Mientras que los servicios intangibles, donde se puede apreciar la satisfacción de los clientes, a través de las buenas prácticas de atención y relaciones humanas que hacen que los huéspedes se sientan complacidos entre las que podemos mencionar:

- Atención al cliente
- Empatía, cordialidad, amabilidad

ONE SEASON	5	5	5	5	5	5	5	5	5
PALACIO IMPERIAL	5	5	5	5	5	5	5	5	5
PARK	4	4	4	4	4	4	5	4	4.125
ROYAL PLAZA	3	3	3	3	3	3	3	3	3
SAENZ	3	4	2	2	3	3	3	3	2.875
SAN MIGUEL	3	2	3	3	2	3	4	4	3
TORRES DE ORO	3	2	3	2	2	3	4	4	2.875
									3.5625

VALORACION

- 1 Nada de acuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Indiferente
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

Nota: En la tabla 5 se presenta los resultados de la aplicación de los instrumentos



Figura 3. Satisfacción Promedio

Dentro del aspecto intangible se puede manifestar que existe falencias en algunos aspectos que pueden determinar que el servicio que brindan los establecimientos hoteleros de la ciudad no sea de calidad, lo que permite identificar las falencias para proponer las estrategias que permiten mejorar la calidad de los servicios.

Mediante la ficha de observación aplicada a los huéspedes que hicieron uso de los servicios de alojamiento en los hoteles de la ciudad de Tulcán, se pudo recopilar información de que el recurso humano es elemento importante en las operaciones de los establecimientos, por lo que la calidad del servicio depende en gran parte del compromiso de sus empleados.

Tabla 8.
Resultados de la ficha de observación aplicada a los huéspedes

Establecimiento	El personal tiene disponibilidad para ayudar y servir a los clientes	Los empleados se preocupan por resolver lo que el cliente requiere.	El personal procura por esforzarse a conocer las necesidades de cada cliente.	El personal que labora es profesional	El personal tiene la disponibilidad de brindar información al cliente la información cuando la necesita	Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	Promedio
FLOR DE LOS ANDES	4	4	4	5	4	5	4.33
LUMAR	3	3	3	2	3	3	2.83
TORRES DE ORO	3	3	3	2	3	3	2.83
ESPÍNDOLA	4	4	4	5	4	4	4.17
SAN MIGUEL	3	3	3	2	3	3	2.83
PARK	3	3	4	3	4	4	3.50
MACHADO	3	2	2	2	2	2	2.17
SAENZ	3	3	3	2	3	3	2.83
ONE SEASON	4	4	5	5	5	4	4.50
LOS ALPES	3	3	3	2	3	3	2.83
ALEJANDRA	3	3	3	2	3	3	2.83
ROYAL PLAZA	3	4	3	3	3	3	3.17
GOLDEN CORAL	4	4	3	4	3	4	3.67
BELLA VENECIA	3	3	3	3	3	3	3.00
EL CARRIZAL	4	4	4	3	3	4	3.67
PALACIO IMPERIAL	4	5	4	4	5	5	4.50
Promedio Satisfacción							3.35

Nota: En la tabla 7 se presenta los resultados de la ficha de observación aplicada a los huéspedes

Por ello, el personal debe ser capacitados y tener el proceso de capacitación continua, abordando temas de atención al cliente, protocolos de limpieza y manipulación de alimentos, charlas de seguridad, capacitación sobre marketing digital.

Uno de los aspectos más valorados en un hotel de 4 estrellas es la amabilidad del personal, mayoritariamente por parte de clientes que viajan a otros lugares, mientras que es menos valorado por aquellos que se alojan por motivos de negocios. Los huéspedes poco frecuentes y aquellos que se quedaron más de 3 noches fueron los más satisfechos con la amabilidad del personal, mientras que las personas que usaron el servicio de alojamiento por una o dos noches son los más críticos al momento de realizar la encuesta.

4.2 Resultados de la encuesta

Para determinar el nivel de satisfacción del cliente en relación con los servicios adquiridos en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán (segundo objetivo específico), se aplicó una encuesta, con el fin de evidenciar cual es la causa que incide en la calidad de los servicios que prestan. Cuyos datos se presentan a continuación:

1.) Edad

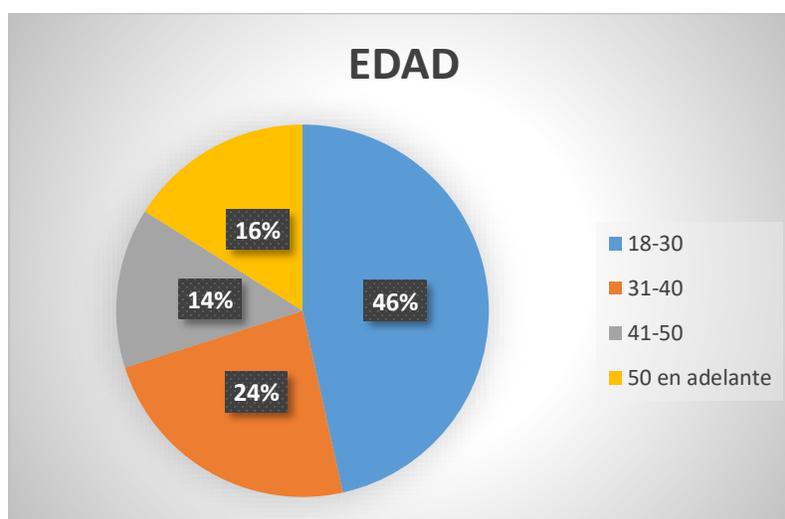


Figura 4. Edad

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

De acuerdo con la aplicación de la encuesta se ha tomado en cuenta la edad para ver la opinión de los turistas enfocando en las necesidades más habituales obteniendo como resultado que turistas entre los 18 a 30 años hacen uso de las instalaciones de los hoteles de la ciudad de Tulcán así como también turistas las edades entre 31 y 40 años, han optado por visitar la ciudad lo cual permite tener un segmento de mercado para enfocar una propuesta que ayude a fortalecer los servicios para este importante grupo de turistas, así como también el uso de los servicios de hospedaje por situaciones de trabajo, comercio y turismo en nuestra ciudad que comprenden entre las edades de 41 a 60 años.

2.) Género

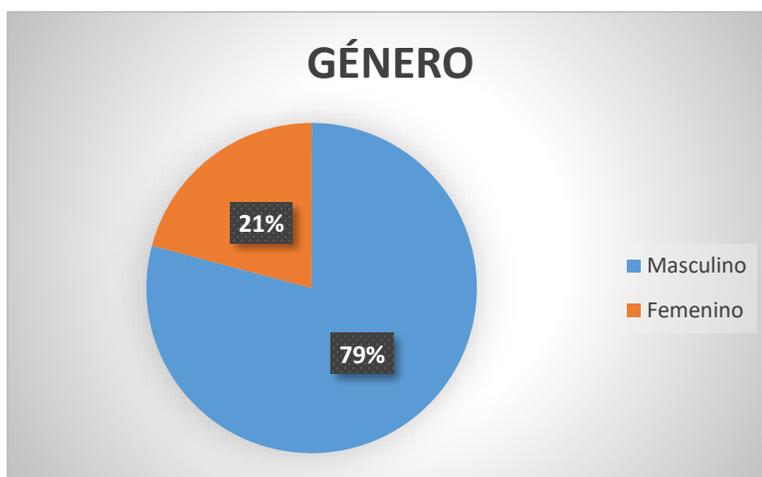


Figura 5. Género de encuestados

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

Dentro del grupo analizado se observa una incidencia de visitantes es mayoritaria con un porcentaje del 79% de encuestados que se identificaron con el género masculino y un 21% para quienes se identificaron con el género femenino, entre los cuales se identificó que visitan grupos familiares y de amigos que vienen de desde el país vecino de Colombia y hacen uso de las instalaciones de nuestros hoteles de la ciudad.

3.) El servicio que proporciona el establecimiento se efectúa en un tiempo adecuado

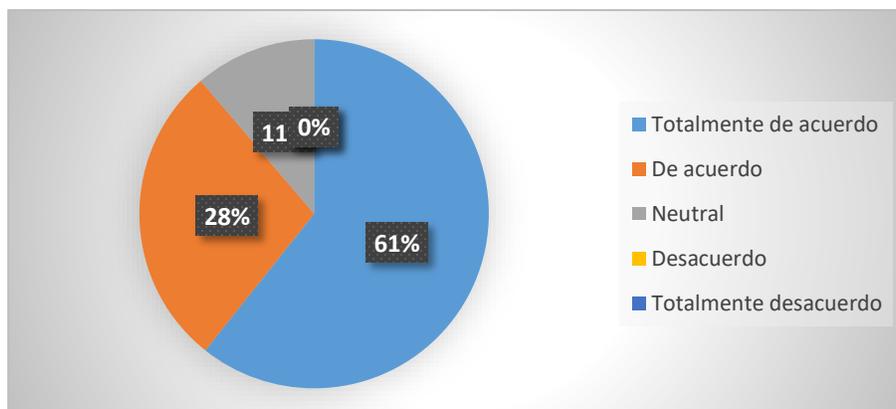


Figura 6. Resultado pregunta 3

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

De la aplicación de la encuesta se logra identificar que el servicio que corresponde al alojamiento y atenciones prestadas para satisfacer las necesidades del usuario, se evidencia que existen actividades que, si cumple con los parámetros requeridos para satisfacer las necesidades de los visitantes, indicando que hay 61% que se encuentra satisfechos con los servicios brindados, así mismo existen usuarios que muestran una posición de satisfacción pero desearían un servicios más eficiente y eficaz por parte de los empleados por el tiempo de que tardan en proporcionar los servicios de alojamiento con un 28%, finalmente un 11% se muestra en posición neutral, considerando que la calidad y eficacia de los servicios que proporcionan los hoteles no cumple sus expectativas, demostrando con ello que es necesario organizar las actividades para minimizar los tiempos y agilizar de mejor manera a los servicios de atención a los clientes.

4.) ¿Considera usted que el establecimiento tiene una infraestructura exterior visualmente atractivas?

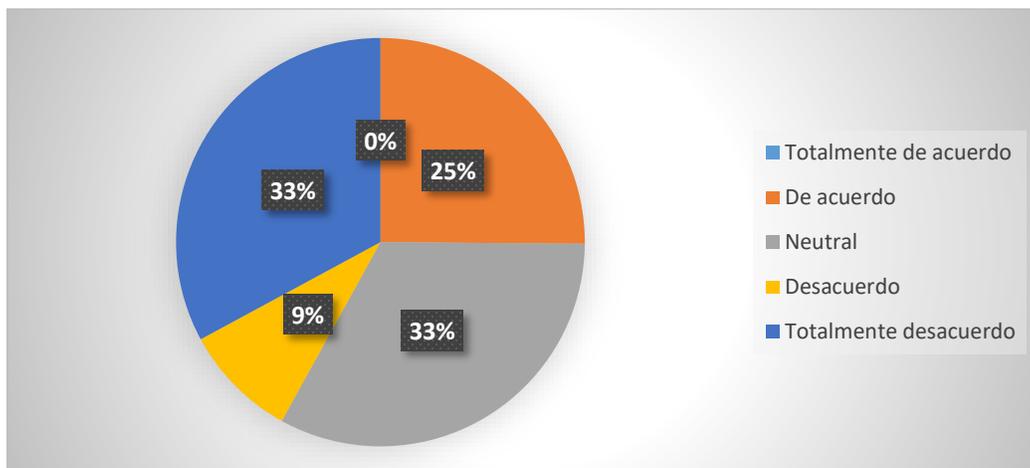


Figura 7. Resultado pregunta 4

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

Según la opción expuesta por los usuarios, se pudo identificar que los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán si tienen infraestructuras exteriores e interiores visualmente atractivas dentro de los parámetros aceptables, factor que fue indicado por la mayoría de los encuestados mostrándose totalmente en de acuerdo y neutral respectivamente, mientras que un porcentaje igual que se encuentran totalmente desacuerdo con ciertos aspectos de las instalaciones físicas, muchos de ellos las fachadas requieren mantenimiento para que puedan ser atractivos a la vista de los visitantes, sin embargo también existen visitantes que se mostraron en desacuerdo con el estado físico de las instalaciones, ya que consideran que les falta adecuaciones más modernas y que además proporcione comodidad, un entorno hogareño dentro y fuera de las mismas, esto demuestra que es necesario redecorar la infraestructura física de los establecimientos con la finalidad de lograr proyectar una imagen más acogedora para los turistas, logrando que ellos encuentren la comodidad de su casa.

- 5.) Para su opinión, las habitaciones de los hoteles de la ciudad de Tulcán cuentan con equipos tecnológicos y mobiliario modernos que le brinde confort y comodidad

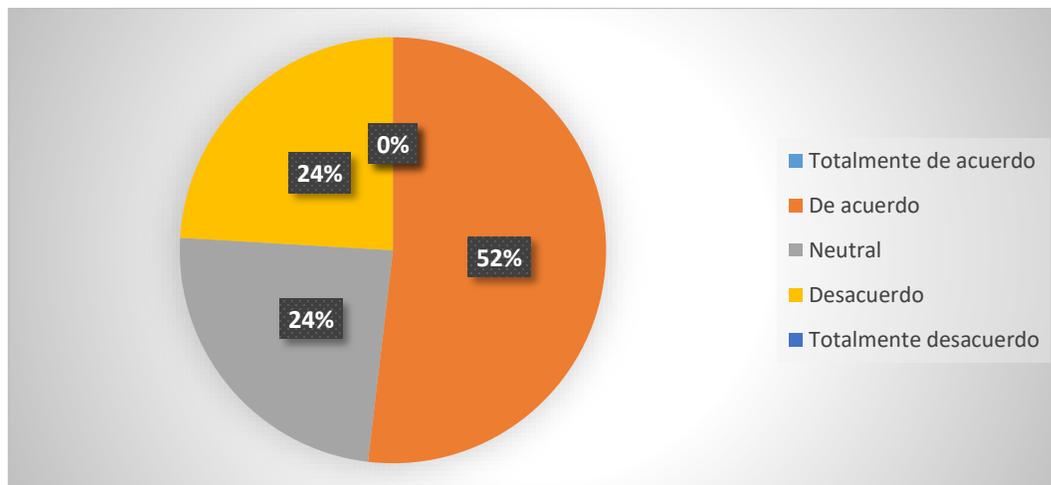


Figura 8. Resultado pregunta 5

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

Según los encuestados, las habitaciones cuentan con equipos tecnológicos y mobiliarios modernos, esto se ratificó por medio de la encuesta, cuyos resultados evidencian un nivel alto de huéspedes que se encuentra de acuerdo con los equipos tecnológicos y mobiliario existente en las habitaciones, mientras que la opinión de los visitantes también hacen referencia que son neutrales en lo que contiene la habitación pero que a muchos le es neutral este aspecto sino más bien el confort dentro de ellas, así también opiniones de un importante grupo que demostraron su desacuerdo debido a la desactualización de los medios tecnológicos como TV de última gama, dispositivos de audio, servicios de internet eficiente, considerando que faltan mejoras en este aspecto que los hoteles deberán acceder para poder ofrecer al turista habitaciones equipadas confortables.

6.) ¿La cortesía con la que los empleados de los hoteles de la ciudad de Tulcán les proporcionan a los clientes, permiten satisfacer sus necesidades como cliente y huésped?

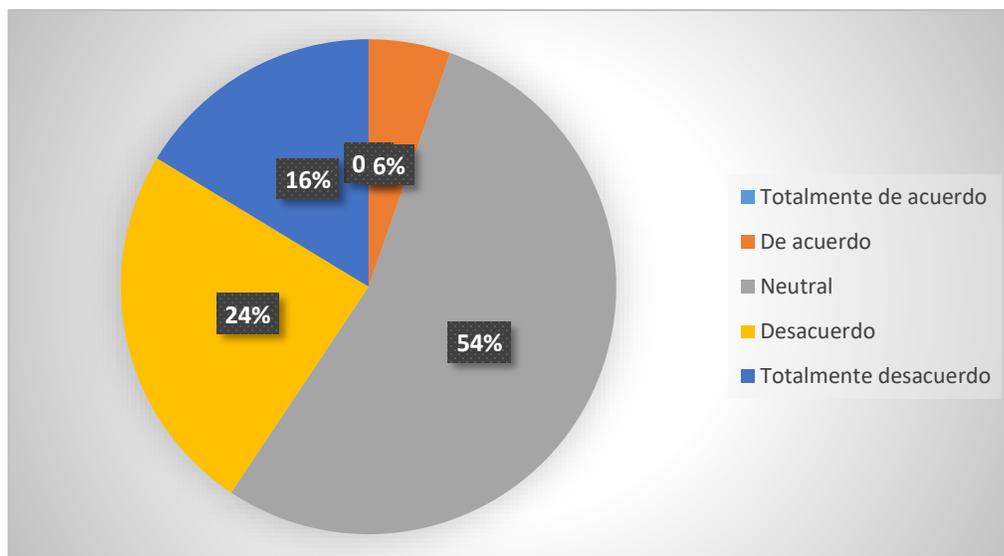


Figura 9. Resultado pregunta 6

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

Al verificar sobre sobre la cortesía y amabilidad con la que atiende los empleados a los huéspedes (personas con reserva en el hotel), según la perspectiva de los clientes (personas alojadas ya en el hotel) se conoció que existe una posición neutral y en desacuerdo asegurando que no se sienten totalmente satisfechos con sus necesidades como cliente, esto demuestra la necesidad que presentan los hoteles en cuanto a capacitar primeramente a los trabajadores para mejorar la atención al cliente, así como también el personal capacitado para poder desarrollar estrategias que permitan brindar servicios de calidad, manejo de personal capacitado que aporte y atienda a las necesidades de los visitantes y generar dinamización y competitividad en los establecimientos del sector hotelero que brinden servicios de excelencia y calidad.

7.) ¿Según su criterio considera que el empleado de los hoteles cumple con las normas de prevención, seguridad e higiene?

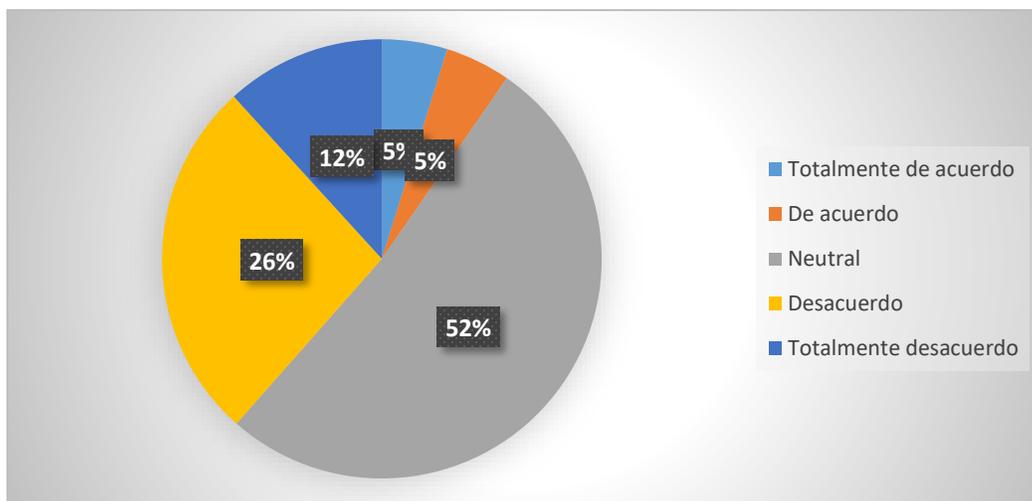


Figura 10. Resultado pregunta 7

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

Al realizar la encuesta dentro de los hoteles de la ciudad, los trabajadores cumplen con las normas de prevención establecidas por el Ministerio de Salud, se constató que es importante fortalecer las acciones de protección dentro del hotel que se deben optimizadas implantando normas y políticas internas que garantice la salud no solo de los huéspedes sino del conjunto total de trabajadores que hacen uso de las instalaciones de los hoteles de la ciudad de Tulcán.

8.) ¿Los trabajadores se toman el tiempo necesario para responder, las dudas e inquietudes que puede tener los clientes?

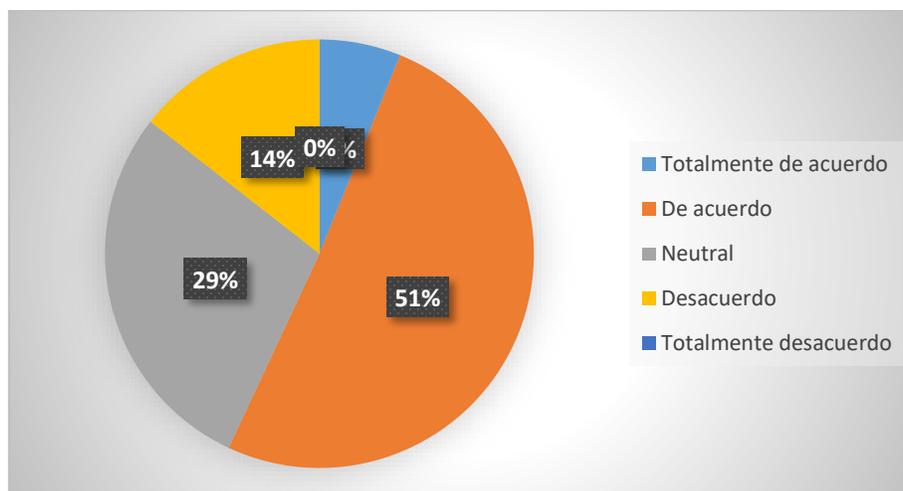


Figura 11. Resultado pregunta 8

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

En relación con tiempo necesario que se toman los empleados para responder las dudas e inquietudes que puede tener los clientes, los huéspedes presentan ciertas molestias con un nivel de insatisfacción, asegurando que no se les da la debida atención que requieren para solucionar algunos de los problemas que se presentan, lo cual demuestra que se debe reformular las normas y políticas internas de los hoteles para mejorar la atención de los clientes y brindar soluciones rápidas que permita brindar servicios de calidad y soluciones inmediatas frente a las necesidades que se presenten.

- 9.) Los servicios que brinda el hotel cumplen con la oferta que promociona en las redes sociales y demás medios de comunicación

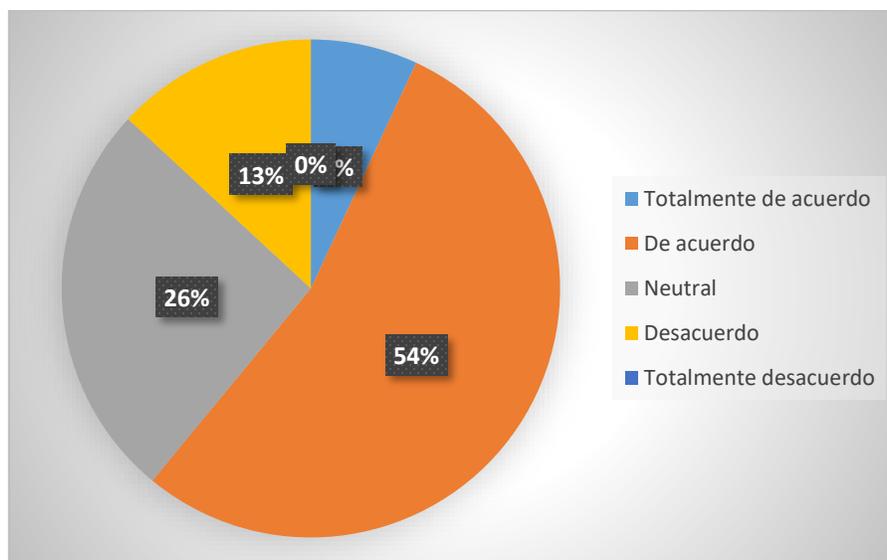


Figura 12. Resultado pregunta 9

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

Para revisar si los servicios que brinda el hotel cumple con la oferta que promociona en las redes sociales y demás medios de comunicación, se evidencia a través de la encuesta que la mayoría de encuestados consideran tener una postura neutral y estar de acuerdo con los servicios brindados, pero así mismo es importante tomar en cuenta la importancia de la tecnología y la ayuda que brindan las redes sociales lo cual es importante ofertar o promocionar los servicios que se ofrecen por los medios digitales, debido a que algunos de los hoteles no han tomado en cuenta esta herramienta tecnológica para ofertar los productos o servicios o así como también no han cuidado o actualizado para poder llegar a más personas ofertando los servicios con los que se cuenta.

10.) ¿El hotel cuenta con horarios de atención establecidos en favor de los clientes?

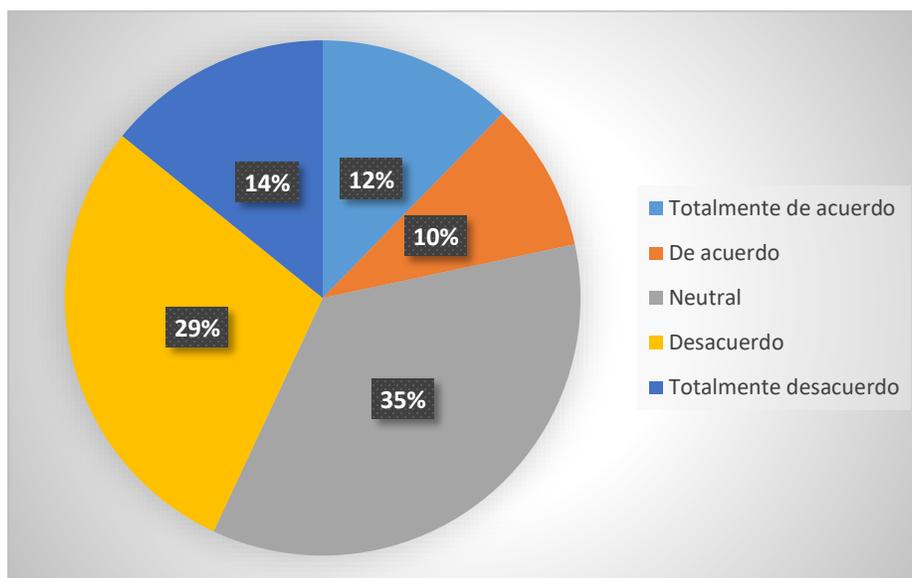


Figura 13. Resultado pregunta 10

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

En cuanto a los horarios de atención establecidos en favor de los clientes se mantiene un horario estricto dentro de los hoteles, lo cual que la mayoría de clientes que han utilizado los servicios de hospedaje se encuentran en una posición neutral de acuerdo a los horarios que presentan los hoteles, pero existe también muchos clientes que manifestaron su insatisfacción y desacuerdo con los horarios, esto demuestra que se debe reformular el horario de atención que se brinda a los huéspedes, debido a que la gran mayoría requiere servicios de hospedada en altas horas de la noche debido a los largos viajes que efectúan para llegar a la ciudad y brindar soluciones inmediatas para poder brindar el servicio de calidad en horarios extras a los habituales.

11.) El establecimiento brinda una atención individualizada a cada cliente

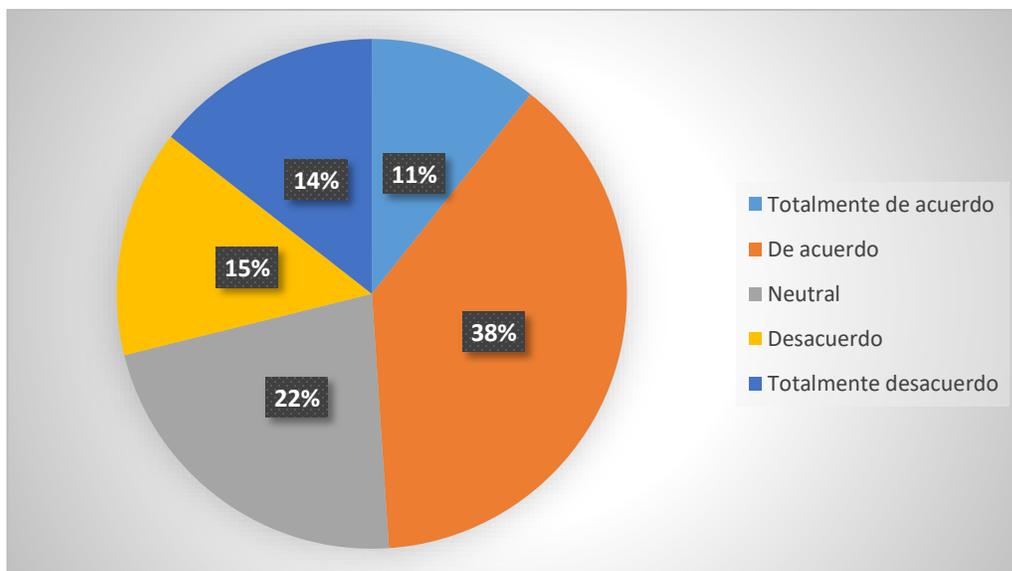


Figura 14. Resultado pregunta 11

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

En cuanto a una atención individualizada a cada cliente indica una postura satisfecha y neutral con la atención brindada, se presenta niveles considerables de insatisfacción, por lo que es importante mejorar en los establecimientos hoteleros que permitan llevar procesos de capacitación continua al personal, enfocados al servicio individualizado y así mismo capacitación continua en atención al cliente mediante los procesos de mejora continua los establecimientos puedan ser más competitivos en el mercado y alcanzar mejores estándares de calidad en los servicios brindados.

4.3 Discusión

El sector hotelero de la ciudad de Tulcán, se determinó que los establecimientos hoteleros se encuentran en una ubicación estratégica por estar en el sector comercial de la ciudad lo que ha generado dinamizar la economía y al mismo tiempo la competencia entre los establecimientos hoteleros que se encuentran en esta importante zona, se ha observado debilidades que se presentan cada uno de los establecimientos lo que no ha permitido brindar una atención adecuada y servicios de calidad frente a las necesidades del turista.

Los huéspedes que han utilizado los servicios de alojamiento en la ciudad de Tulcán, son turistas y visitantes que viajan desde la República de Colombia por situación de turismo, descanso, al igual que muchas de las personas que vienen de las ciudades Quito, Ambato, Riobamba, Guayaquil por situaciones de trabajo y negocio, hacen uso de los servicios de alojamiento en cada uno de los diferentes hoteles de la ciudad de Tulcán, con un promedio del 70% de los encuestados en una edad comprendida de 18 a 40 años hacen uso de los servicios de alojamiento de la ciudad, siendo una gran mayoría de sexo masculino con el 79%, que por ser una ciudad fronteriza la principal actividad sean los negocios, otros son visitantes de la República de Colombia que han decidido por descanso o turismo visitar la ciudad de Tulcán, en cuanto a la atención y servicios brindados la gran mayoría de las personas encuestadas se siente conforme con los servicios brindados en los establecimientos. Por otro lado, se logra percibir que existe falencias las cuales se ha tomado en consideración y son las siguientes:

Falta de personal Capacitado. El sector hotelero de la ciudad de Tulcán no se ajusta a los estándares de los hoteles cinco estrellas, pero aun así cumplen con estas regulaciones y las normativas de las actividades turísticas. ¿Por qué? En general, la falta de formación y experiencia del personal para atender a turistas nacionales y extranjeros ha permitido que el sector hotelero el sector hotelero de la ciudad de Tulcán no apunte a realizar mejoras en la calidad de los servicios, haciendo que esto afecte negativamente al sector hotelero y como resultado de ello

llevar una imagen negativa de los servicios que se brindan en los establecimientos de alojamiento de nuestra ciudad. La falta del personal profesional y capacitado dentro de los establecimientos hoteleros ha generado que los servicios brindados sean limitados lo que no permite generar propuestas que ayuden a crecer las empresas acordes a los objetivos empresariales, visión, misión.

Infraestructura y muebles. La mayoría de los propietarios de los establecimientos de alojamiento priorizan un bajo costo y una alta demanda de clientes antes que invertir o mejorar en la capacitación de los empleados, así como también la escasa inversión en la gestión de realizar mejoras, mobiliario, infraestructura. Debido a la crisis económica que vive la ciudad, algunos establecimientos por algunas ocasiones han solicitado la regulación de la categoría de los hoteles, con la finalidad de que los propietarios paguen impuestos más bajos, debido a la escasa acogida de turistas en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán, debido a que varios de ellos no cuentan con la accesibilidad necesaria para garantizar la seguridad de los visitantes.

Satisfacción al cliente: De acuerdo con los resultados obtenidos los establecimientos turísticos, se puede evidenciar que existe una baja calidad de los servicios de alojamiento que prestan los hoteles más importantes de la ciudad de Tulcán, debido a que la mayoría de establecimientos no aplican estrategias adecuadas para optimizar los servicios, los procesos operativos y administrativos de cada hotel son deficientes, no cuentan con la infraestructura adecuada, el precio de las habitaciones no son elevadas y no representa el costo beneficio.

Uso de Tics. Aspectos en la actualidad son muy importantes en la gestión, mejoramiento y difusión de los servicios es el uso de la Tics, debido a estas herramientas nos permite difundir los servicios que se brinda pero lamentablemente no se ha tomado en cuenta este tipo de herramientas dentro del sector hotelero de la ciudad de Tulcán y los servicios que cada uno de

los diferentes hoteles brinda, es así que la mayor parte de hoteles no cuenta con software o sistemas informáticos que les permita ser competitivos y permitan a los turistas utilizar estas herramientas para poder realizar sus reservaciones y que facilite la organización de la información así como también el direccionamiento de la publicidad a los clientes potenciales. Entre los resultados también resalta que no se cuentan con la implementación de un modelo o sistema de calidad que permita la realización de procesos con los más altos estándares.

Falta de Procesos y Manual de Funciones. La falta de manual de funciones, personal profesional y capacitado en el área hotelera lo que no ha permitido el desarrollo de los procesos dentro de los hoteles sino más bien se han convertido en negocios familiares lo que no se ha permitido brindar a los profesionales en el ámbito turístico, hotelero desarrollen procesos que aporten a fortalecer o brindar servicios de calidad, sino más bien dar oportunidad para que ocupen estas plazas de trabajo a personas cercanas o familiares de los propietarios de los establecimientos.

Publicidad y Marketing. La escasa promoción y difusión, falta de uso de las tics e implementación de sistemas administrativo – contable, no ha permitido que los establecimientos obtengan ciertas ventajas que permitan generar un crecimiento en el sector hotelero, mejorar la productividad de los hoteles y así mismo permite crecer y ser más competitivos y por ende mejora la calidad de los servicios. Los hoteles de la ciudad de Tulcán emplean para la difusión los medios tradicionales como son radio, televisión, vallas publicitarias, lo que no ha permitido crecer como empresas y se han conformado con este tipo de promoción, dejando a un lado y desaprovechando el uso de las herramientas tecnológicas como páginas web. Aplicaciones móviles que permiten una mayor difusión de los servicios que se brindan.

CAPITULO V PROPUESTA

5.1 Tema

Diseñar estrategias direccionadas al fortalecimiento de la calidad de los servicios de alojamiento que prestan los hoteles de la ciudad de Tulcán

5.2 Presentación de la propuesta

Partiendo de el diagnostico generado por medio de análisis de la información obtenida de la aplicación de los instrumentos, se procede a dar cumplimiento del tercer objetivo el cual se oriente en diseñar estrategias direccionada a fortalecer la calidad de los servicios hoteleros de la ciudad, misma que se centrará en optimizar los componentes que intervienen en la prestación de los mismos, partiendo de las consideraciones que establece las normas ISO 9000, sobre los estándares de calidad nacional e internacional.

De igual forma se considerará las normas y políticas establecidas por el ministerio de turismo, para el fortalecimiento de la calidad de los servicios de alojamiento, considerando a la gestión de calidad como una estrategia para el posicionamiento de las entidades hoteleras en el mercado.

La propuesta considerará el establecimiento de actividades básicas para mejorar la prestación de los servicios, incluyendo normas técnicas sectoriales de alojamiento y hospedaje, información que se le proporciona al cliente, atención de sugerencias y reclamos, según las políticas del servicio, la organización y administración de los recursos materiales y humanos en favor del cumplimiento de las necesidades de huésped.

5.3 Objetivos

5.3.1 *Objetivo general*

Diseñar estrategias direccionadas al fortalecimiento de la calidad de los servicios de alojamiento que prestan los hoteles de la ciudad de Tulcán

5.3.2 *Objetivos específicos*

- Diseñar un plan de capacitación para los propietarios y gerentes de hoteles que permita el fortalecimiento y desarrollo de mejores servicios.
- Proponer diferentes programas y proyectos encaminados a mejorar la calidad de los servicios del sector hotelero.

5.4 Diseñar un plan de capacitación para los propietarios y gerentes de hoteles que permita el fortalecimiento y desarrollo de mejores servicios

El desarrollo del plan de capacitación se orienta en fortalecer los conocimientos de los trabajadores, de tal manera que pueden desarrollar las actividades de forma eficiente y de calidad, por lo que el programa de capacitación se detalla a continuación.

Tabla 9.

Plan de capacitación

Temática	Descripción	Temas específicos	Responsable	Periodo de capacitación	Recursos materiales
Normativa legal vigente	Normas técnicas vigentes de alojamiento y hospedaje	1. Derechos y obligaciones de los huéspedes 2. Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico 3. Normas de gestión ambiental	Jefe de recursos humanos	2 semanas	Proyector Computadora Diapositivas Información impresa de normas técnicas
Servicio al cliente	Protocolo del servicio Procesos de la prestación del servicio	1. Patrones de conducta de los trabajadores 2. Protocolo de atención telefónica 3. Protocolo de atención ante crisis y eventualidades 4. Especificar misión visión y objetivos	Jefe de recursos humanos	4 semana	Proyector Computadora Diapositivas Información impresa de normas y políticas internas
Manejo de residuos	Clasificación de desechos y residuos orgánicos e inorgánicos	1. La eficiencia energética y la reducción de consumos 2. Tratamiento de material reciclable 3. Tratamiento de los Residuos y contaminantes Medidas para prevenir Ruidos y vibraciones	Jefe de recursos humanos	1 semana	Proyector Computadora Diapositivas Información impresa de normas de higiene y bioseguridad

Seguimiento y evaluación	Resaltar ventajas y desventajas del plan de capacitación	Felicitaciones, quejas y sugerencias de correcciones del manual de procesos	Jefe de recursos humanos	de 1 día	Evaluaciones impresas
--------------------------	--	---	--------------------------	----------	-----------------------

Nota: En la tabla 9 se presenta el plan de capacitación

5.5 Programas y proyectos encaminados a mejorar la calidad de los servicios del sector hotelero

Tabla 10.
Programa y proyectos

ESTRATÉGIAS	PROGRAMA Y PROYECTOS	RESPONSABLE	TIEMPO
1. Campañas que permitan atraer nuevos clientes	1.1 Implementar programa de Publicidad masiva de los hoteles de la ciudad de Tulcán		3 a 6 meses
	1.1.1 Brindar publicidad orientada a la promoción de los servicios brindados para hacer que el turista perciba que su estadía será agradable, y recomfortarle		3 a 6 meses
	1.1.2 Difundir por medios de comunicación y uso de la prensa, radio y televisión de los servicios a brindar		3 a 6 meses
2. Diseño de agenda gastronómica, turística, cultural y deportiva	1.1.3 Segmentar el mercado al cual se quiere llegar utilizando promociones que generen expectativa		3 a 6 meses
	2.1 Programa de fortalecimiento del servicio		3 a 6 meses
	2.1.1 Investigar eventos importantes a realizar en la ciudad		3 a 6 meses
3. Diseño de planes promocionales y descuentos de los servicios	2.1.2 Establecer rutas, recorridos con agencias de viajes, a bajos costos		3 a 6 meses
	2.1.3 Diseñar recorridos que permitan dinamizar la economía en la ciudad (restaurantes, bares, discotecas, sitios turísticos, comida rápida), tours de compras		3 a 6 meses
3. Diseño de planes promocionales y descuentos de los servicios	3.1 Programa para Desarrollo de Promociones		
	3.1.1 Generar planes promocionales por el uso del Hotel, Restaurante, piscina, parqueadero, salones de eventos		Mes 3 a Mes 6
	3.1.2 Desarrollar promociones, transmitir y premiar por redes sociales (Facebook, Instagram, tik		

	tok) que permite alcanzar mayor cobertura, permitir la participación de los seguidores y publicaciones diarias para tener mayor interacción	
	3.1.3 Realizar actividades de recreación con los huéspedes del Hotel.	
	3.1.4 Ofrecer planes de hospedaje para fechas especiales	
	3.1.5 Identificar clientes habituales y otorgar descuentos en hospedaje, parqueadero, restaurante.	
4. Establecer estudios de mercado, que permitan identificar preferencias, actitudes gustos de los clientes	4.1 Implementar actividades de estudios de mercado a través de encuestas y análisis de datos que permitan percibir las necesidades, preferencias, opiniones para satisfacer dichas necesidades	Mes 0 a Mes 12
	4.1.2 Realizar encuestas a los clientes que utilizan el servicio de hospedaje con la finalidad de conocer su opinión sobre el servicio brindado y realizar mejoras	
5. Realizar estudio de mercados y análisis de nuevos competidores al mercado	5.1 Realizar estudios que permitan armonizar el ambiente interno como externo y desarrollo de la imagen corporativa	Mes 3 a Mes 12
	5.1.2 Analizar a nuevos empresarios y las estrategias utilizadas para brindar servicios de calidad de los productos y servicios ofertados	
	5.1.3 Proponer convenios de cooperación público-privado que permita ofrecer generar nuevos programas turísticos a los clientes que visiten la ciudad de Tulcán	
	6.1 Programa de posicionamiento en internet y redes sociales	6 a 12 meses
	6.1.1 Rediseñar páginas web de los establecimientos hoteleros, implementando opciones de reservación en línea, sondeos de opinión, buzón de sugerencias	6 a 12 meses
6. Diseñar y Actualizar los medios tecnológicos que permitan dar a conocer los servicios ofrecidos a través de redes sociales	6.1.2 Fortalecer en redes sociales y utilización de fan pages con la finalidad de generar mayor cobertura con los usuarios y que conozcan los servicios a brindar	6 a 12 meses
	6.1.3 Diseñar una aplicación que permita a los usuarios tener acceso de los servicios que brindan cada uno de los diferentes establecimientos	6 a 12 meses
	6.1.4 Crear visibilidad de marca a través de spots publicitarios	6 a 12 meses

	6.1.5 Actualizar el sistema administrativo- contable y tener una base de datos actualizada de los clientes	6 a 12 meses
7. Ofrecer servicios de calidad y posesionar la imagen en el mercado de los servicios a ofrecer	7.1 Rediseñar la marca corporativa de los establecimientos hoteleros que sea visible y que permita identificar la imagen y los servicios que se ofrece	6 a 12 meses
	8.1 Capacitar al personal a través de formación profesional con el fin de incentivar a la preparación de los trabajadores y que permitan una atención de calidad a los visitantes	6 a 12 meses
8. Plan de capacitación y mejora Continua	8.2. Proceso de capacitación y mejora continua al personal en temas de atención al cliente, protocolos de limpieza, Control de Calidad, Seguridad	6 a 12 meses

Nota: En la tabla se presenta las estrategias para mejorar los servicios del sector hotelero

5.6. Alternativas que nos ayudan a mejorar el servicio en el sector hotelero

Los establecimientos turísticos deben satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Por lo cual, se deben comprometerse con algunas alternativas que permitirán mejorar la calidad de los servicios para garantizar la satisfacción del cliente, entre ellas:

- **Mejorar la comunicación con los Huéspedes:** Es importante y fundamental brindar la información de los servicios que se brinda, esto dará como resultado que los huéspedes se sientan confiados al momento de utilizar el servicio de alojamiento. En la actualizada existen herramientas que pueden facilitar la comunicación con los huéspedes. Proporcionar a los clientes la información adecuada por los diferentes medios disponibles, así como también los procesos de automatización, gestión de reservas hace que ayude a mejorar la experiencia de los huéspedes,
- **Promover la capacitación del personal:** Tener un personal capacitado es el éxito de la empresa, por lo cual es importante y ayuda a la formación de aprendizaje y desarrollo personal, profesional orientadas al desarrollo de habilidades como liderazgo y autonomía,

la cual este tipo de capacitaciones las cuales son importantes debido a que buscan mejorar el desempeño y fortalecer habilidades de cada uno de los trabajadores como el pensamiento crítico, comunicación, organización laboral la cual ayudará a una mejor preparación para solucionar los problemas. Tener un buen equipo es importante debido a que cada uno desarrolla habilidades que son fundamentales y que pueden ayudar a identificar, así como también responder a las múltiples necesidades de los huéspedes

- **Demostrar con acciones promoviendo la empatía y cortesía con el Huésped:** Fomentar las buenas practicas con los clientes con cordialidad y demostrar una sonrisa hace que la empatía con el huésped ayuda a brindar un trato preferencial. La cortesía y la amabilidad son elementos esenciales para crear una conexión con el huésped, lo cual crea un ambiente armónico al momento de atender y mejorar la visita de los huéspedes.
- **Crear el efecto WOW:** Crear impresiones positivas desde el primer contacto, se genera específicamente cuando el cliente recibe un excelente servicio, profesional y de calidad y generar la expresión del huésped a decir “WOW”, la cual es fundamental que cada uno de los profesionales del servicio se enfocan en generar buenas experiencias mediante actitudes positivas.

Tabla 11. *Descripción de los procesos*

Procesos claves		
Procesos	Objetivos	Actividades
Recepción	Tiene como objetivo brindar a los huéspedes todos los servicios de acuerdo con los requerimientos establecidos	<p>Aquí se desarrolla las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender los requerimientos de los clientes: reservas, registros y cualquier duda. • Realizar check in y check out • Controlar los accesos a las habitaciones • Entregar comprobantes de pago y realizar los informes correspondientes

Habitaciones	Tiene como objetivo mantener las habitaciones equipadas, higienizadas y confortables	Se realizan las siguientes actividades <ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar y ordenar las habitaciones. ▪ Diseñar la decoración adecuada para cada ambiente. ▪ Notificar en caso de que algún equipo no funcione correctamente
Alimentos	Tiene como objetivo ofrecer una gran variedad de alimentos y bebidas tanto de la cocina local como nacional	Para ello, se realizan las siguientes actividades <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar los diferentes menús que se ofrecen ▪ Administrar los inventarios de acuerdo con el consumo generado. ▪ Mantener las normas de higiene y seguridad alimentaria ▪ Realizar la atención correspondiente en las mesas o en las habitaciones.

Procesos Estratégicos

Gerencia	Tiene como objetivo desarrollar las gestiones correspondientes para el funcionamiento de los establecimientos hoteleros	Aquí se realizan las actividades: <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar los planes estratégicos, presupuestarios y de control para el funcionamiento de los establecimientos. • Gestionar las ventas y las diferentes operaciones
Mejora continua:	Tiene como objetivo coordinar todas las actividades para alcanzar el mejoramiento de la calidad y cumplir con los estándares	Aquí se realizan las actividades como. <ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento de las actividades preventivas y correctivas. • Coordinar las revisiones de los indicadores de los procesos realizados. • Asesorar sobre los procesos requeridos para mejorar la calidad.

Procesos de soporte

RRHH	Tiene como objetivo desarrollar y capacitar a los recursos humanos de acuerdo con los objetivos establecidos	Aquí se realizan las actividades <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar perfiles de acuerdo con los requerimientos del establecimiento. ▪ Selección de personal ▪ Evaluación de competencias de acuerdo con los cargos en los establecimientos
------	--	--

Provisiones	Tiene como objetivo mantener el abastecimiento necesario para los establecimientos	Aquí se realizan las actividades: <ul style="list-style-type: none">▪ Mantener contacto con los proveedores.▪ Recibir y verificar los productos de acuerdo con los pedidos realizados.▪ Distribuir los insumos a las áreas respectivas del hotel.
-------------	--	---

Nota: en la tabla 10 se detalla cada uno de los procesos a mejorar

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Al realizar el estudio de la situación actual de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán en cuanto a la calidad del servicio se observó que cuentan con diversos problemas a nivel de información, equipos, recursos humanos y difusión lo que no permite contribuir al mejoramiento de los procesos actuales, así como también no cuentan con un sistema de calidad y mejora de los servicios
- Al determinar el nivel de satisfacción del cliente en relación con los servicios adquiridos en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán se observan problemas relacionados con la atención, bienestar y demás temas dentro de los servicios ofrecidos, lo cual es indispensable el compromiso de los establecimientos para optimizar tiempos, costos, recursos y niveles de satisfacción y que permita mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen.
- Para proponer estrategias que contribuyan al fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán se ha tomado en cuenta algunas opciones dentro de las cuales se ha propuesto programas y proyectos que ayudaran a fortalecer y mejorar la calidad de los servicios en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán, que permitan incentivar y apoyar a los establecimientos hoteleros así como también a que los propietarios y gerentes de hoteles incentivarlos a desarrollar mejoras de sus servicios brindados que les permita incrementar la afluencia de visitantes en los establecimientos turísticos.

Recomendaciones

Entre las principales recomendaciones se tiene:

- Es importante que las estrategias propuestas en los programas o proyectos sean planteadas a los Administradores de los establecimientos turísticos, debido a que es indispensable su conocimiento que servirá como guía para el mejoramiento continuo de calidad de los servicios que se brindan a los huéspedes y lograr brindar servicios de mejor calidad a los visitantes.
- Es indispensable capacitar al personal, así como a los propietarios de los establecimientos hoteleros acerca de las normas y políticas de control de calidad adecuadas, relacionadas principalmente con la mejora continua para brindar mejores servicios.
- Es importante establecer proceso de certificación de calidad que garantice la calidad y el compromiso de los trabajadores en todas las operaciones realizadas dentro del establecimiento con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes
- Establecer medios de comunicación interna para que todos los empleados que laboren en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán cuenten con la información adecuada y actualizada de las normativas vigentes establecidas por el Ministerio de Turismo para el mejoramiento de los servicios de alojamiento, de tal forma que puedan ejecutarlas en los procesos correspondientes, brindando una buena atención y servicios de calidad que permita satisfacer las necesidades de los huéspedes.

Bibliografía

- Aguirre, R. (2012). *Mejora continua*. Obtenido de <http://www.cmicvictoria.org/wp-content/uploads/2012/06/GU%C3%8DA-MEJORA-CONTINUA.pdf>
- Arango, L., Muñoz, M., & Vega, J. (06 de 02 de 2020). Importancia de la satisfacción del cliente interno a través del modelo Karl Albrecht en relación con el caso Taco Bell. *Gestión humana y desarrollo organizacional*. Villavicencio, Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado el 13 de 10 de 2022, de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18145/1/2020_importancia_%20satisfaccion%20_cliente.pdf
- Argudo, B., Narváez, C., & Vásquez, E. (15 de 12 de 2020). Percepción de la Satisfacción del Cliente Externo. *CIENCIAMATRIA*, VII(12), 546-551. Recuperado el 13 de 10 de 2022, de <https://www.cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/download/440/609/>
- Ariza, F., & Ariza, J. (2015). *Información y atención al cliente*. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Asensi, S., Soler, G., & Pérez, E. (2017). Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001. *3C Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 10-18. Obtenido de https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_2.pdf
- Babii, A., & Nadeem, S. (2021). El turismo en el mundo tras la pandemia. *International Monetary Fund*, 1(1), 14-22. doi:<https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world>
- Bustamante, M., Obando, F., Tello, M., & Zerda, E. (2020). *Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/340903187_Fundamentos_de_calidad_de_servicio_el_modelo_Servqual
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, 152-181.
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (21 de 10 de 2020). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA*, 146-148. Recuperado el 13 de 10 de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7878906.pdf>
- Ecuador. Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República de Ecuador*. Montecristi - Manabí: Asamblea Nacional.
- Ecuador. Ley Organica de Comunicación . (2016). *Art. 4 contenidos personales en Internet*. Quito Ecuador : Asamblea Nacional.
- Ecuador. Proyecto de Ley Orgánica De Turismo. (2017). *Art. 4 Definciones*. Quito. Ecuador: Asamblea Nacional.
- EDEBE. (2010). *El cliente*. Obtenido de https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona-publica/UT09_830030_LA_CEyAC_CAS.pdf
- Fung, C. (2019). Estimating Future Room Occupancy Fluctuations to Optimize Hotel Revenues. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(7), 870-888. doi:[doi:doi.org/10.1080/10548408.2015.1063827](https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1063827)
- GAD Municipal de Tulcán. (2021). *Rendición 2021*. GAD Municipal de Tulcán.
- Gobierno Autónomo de Tulcán. (2020). *Rendición de cuentas* . Obtenido de <https://www.gmtulcan.gob.ec/rendicioncuentas2019/2020/INFORMERendiciondecuentas2020DEFINITIVO%20.pdf>
- Gómez, J., & Fedor, S. (2016). La Comunicación. *Salus*, 5-6.

- González, M., & Reyes, N. (2019). Herramientas de gestión al alcance: caso red de hostales de la ciudad de Medellín. *Revista CEA*, 5(9), 113-129.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2016). *Metodología de la Investigación*. Mexico : MC Graw Hill.
- Institución Universitaria Escolme. (2010). *Modelo del triángulo del servicio* . Obtenido de https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u3.pdf
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson Education.
- Lemoine Quintero, A., Farinango, L., & Villacis, L. (2020). Marketing Experiencial como estrategia para el fortalecimiento de imagen del servicio hotelero. *Revista de Investigación Turística Científica*, 88-100. Obtenido de <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/ricit/article/view/29/75>
- Maldonado, B., Benavides, K., & Buenaño, J. (25 de 12 de 2017). Análisis dimensional del concepto de estrategia. *Revista Ciencia UNEMI*, 26-29. Recuperado el 13 de 10 de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6645975.pdf>
- Marulanda, F., & Restrepo, A. (2020). Estrategias para fortalecer la ocupación hotelera: estudio de caso en una Cadena de la Ciudad de Medellín. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 66, 183-202. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1942/194264514011/html/>
- Marulanda, F., & Restrepo, J. (2020). Estrategias para fortalecer la ocupación hotelera: estudio de caso en una Cadena de la Ciudad de Medellín. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 4(61), 183-202. doi:doi.org/10.35575/rvucn.n61a11
- Matías, S. (2019). La Teoría del Servicio Público y las Telecomunicaciones. *Universidad Libre, Bogotá D.C.*, 1.20. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDelServicioPublicoYLasTelecomunicaciones-4696237.pdf
- Ministerio de Fomento. (2005). *Sistemas integrados de gestión*. Obtenido de <https://www.fomento.es/NR/rdonlyres/d988bf2f-b615-457a-80fc-93f295fd2432/19444/CaptuloIIISistemaintegradodegestin.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0460000210001_0460000210001-ACTUALIZACI%C3%93N%20PDOT%20TULCAN%202015-2019_17-04-2015_16-15-03.pdf
- Ministerio de Turismo. (2023). *Entradas y Salidas Internacionales*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales>
- Ministerio de Turismo del Carchi. (2021). *Catastro Turístico*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador>
- Ministerio de Turismo del Ecaudor . (15 de 05 de 2021). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/>
- Monsalve, C. & . (2019). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista Escuela de Administración de Negocios*.
- Monterroso, E. (2016). Competitividad y Estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 4-26.

- Navarro, O., & Ferrer, W. (2019). La calidad como factor estratégico en el desarrollo competitivo de las pequeñas y medianas empresas del sector turístico. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 20-36.
doi:scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200171
- Navas, F., & Villegas, A. (2020). Community based tourism: Is this progress? *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(32), 249-258. doi:oa?id=151339264005
- Orodoñez, M. (2021). El Turismo en la economía ecuatoriana. la situación laboral desde una perspectiva de género. *Unidad Mujer y Desarrollo*, 15.
- Pancorbo, C., Cuenca, F., & Rodríguez, R. (2019). Retos y estrategias para el desarrollo del turismo de negocios en ciudades ecuatorianas. *Revista San Gregorio*, 5(35), 29-50.
doi:doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1123
- Quintero, L. (2021). Marketing Experiencial para gestionar a comercialización del destino turístico Bahía-San Vicente. *Ciencias Holguín*, 4.
- Salazar, J. (31 de 1 de 2014). PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL TEMÁTICO QUE IMPULSE LA CULTURA Y EL TURISMO URBANO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. *Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL. Recuperado el 13 de 10 de 2022, de
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1281/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-113.pdf>
- Santamaría, E., & López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417-434. doi:journal/290/29059356007/html/
- Secretaría de Turismo. (2020). Calidad en los Servicios Turísticos. *Turismo de Argentina*, 3-68.
- Tamayo, J., & Vega, U. (2017). El Servicio Al Cliente Como Elemento Fundamental En La Industria Hotelera. *Turydes*, 56. Obtenido de
<https://www.eumed.net/rev/turydes/23/cliente-industria-hotelera.html>
- Tapia, G. (2017). *TURISMO SOSTENIBLE. INTRODUCCIÓN Y MARCO FINANCIERO*. Obtenido de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/rimf/rimf_v2_n1_02.pdf
- Velázquez, J. (2019). Gestión de la innovación para la sustentabilidad de las empresas de hospedaje. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(4), 819-831.
doi:doi.org/10.18226/21789061.v11i4p819

Anexos

Anexo 1 Diseño de la encuesta

1.) Edad

2.) Genero

- Masculino
- Femenino

3.) El servicio que proporciona le establecimiento se efectúa en un tiempo adecuado

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo (5)

4.) ¿Considera usted que el establecimiento tiene una infraestructura exterior visualmente atractivas?

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo (5)

5.) Para su opinión, las habitaciones de los hoteles de la ciudad de Tulcán cuentan con equipos tecnológicos y mobiliario modernos que le brinde confort y comodidad

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo

- Totalmente desacuerdo (5)

6.) ¿La cortesía con la que los empleados de los hoteles de la ciudad de Tulcán les proporcionan a los clientes, permiten satisfacer sus necesidades como cliente y huésped?

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo (5)

7.) ¿Según su criterio considera que el empleado de los hoteles cumple con las normas de prevención y seguridad e higiene?

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo (5)

8.) ¿Los trabajadores se toman el tiempo necesario para responder, las dudas e inquietudes que puede tener los clientes?

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo (5)

9.) Los servicios que brinda el hotel cumple con la oferta que promociona en las redes sociales y demás medios de comunicación amable

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo (5)

10.) El hotel cuenta con horarios de atención establecidas en favor de los clientes

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo (5)

11.) El establecimiento brinda una atención individualizada a cada cliente

- 1 Totalmente de acuerdo (1)
- 2 De acuerdo
- 3 Neutral
- 4 Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo (5)

Anexo 2 ficha de Observación

Anexo 3 Solicitud de Autorización

Tulcán, marzo de 2023

Señores/as

HOTEL GOLDEN CORAL
Presente. –

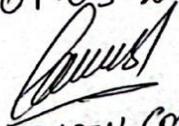
De mis consideraciones:

Estimados, por medio del presente reciban un cordial saludo y éxitos en sus actividades cotidianas.

El motivo de la presente tiene la finalidad de solicitar de la manera más cordial se me conceda un recorrido por las instalaciones del Hotel y se permita obtener la información necesaria que me ayudará y me permitirá sustentar mi proyecto de investigación "*Estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán*", misma que estoy realizando en la Facultad de Posgrado de la Universidad Técnica del Norte.

Por la gentil atención que se dignen dar a la presente, anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente;


Ing. Andrés Burbano
C:C 0401342829Recibido
01-03-2023

GOLDEN CORAL

Tulcán, marzo de 2023

Señores/as

HOTEL PALACIO IMPERIAL

Presente. –

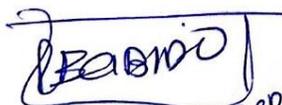
De mis consideraciones:

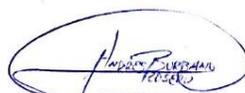
Estimados, por medio del presente reciban un cordial saludo y éxitos en sus actividades cotidianas.

El motivo de la presente tiene la finalidad de solicitar de la manera más cordial se me conceda un recorrido por las instalaciones del Hotel y se permita obtener la información necesaria que me ayudará y me permitirá sustentar mi proyecto de investigación "*Estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán*", misma que estoy realizando en la Facultad de Posgrado de la Universidad Técnica del Norte.

Por la gentil atención que se dignen dar a la presente, anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente;


PALACIO IMPERIAL
SDM
17.03.23.


Ing. Andrés Burbano
C:C 0401342829



Tulcán, marzo de 2023

Señores/as

HOTEL LUMAR

Presente. –

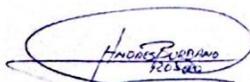
De mis consideraciones:

Estimados, por medio del presente reciban un cordial saludo y éxitos en sus actividades cotidianas.

El motivo de la presente tiene la finalidad de solicitar de la manera más cordial se me conceda un recorrido por las instalaciones del Hotel y se permita obtener la información necesaria que me ayudará y me permitirá sustentar mi proyecto de investigación *“Estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán”*, misma que estoy realizando en la Facultad de Posgrado de la Universidad Técnica del Norte.

Por la gentil atención que se dignen dar a la presente, anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente;



Ing. Andrés Burbano
C:C 0401342829

Recibido
06-03-2023
Hotel Lumar

Tulcán, marzo de 2023

Señores/as

HOTEL SAENZ
Presente. –

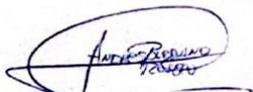
De mis consideraciones:

Estimados, por medio del presente reciban un cordial saludo y éxitos en sus actividades cotidianas.

El motivo de la presente tiene la finalidad de solicitar de la manera más cordial se me conceda un recorrido por las instalaciones del Hotel y se permita obtener la información necesaria que me ayudará y me permitirá sustentar mi proyecto de investigación "*Estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán*", misma que estoy realizando en la Facultad de Posgrado de la Universidad Técnica del Norte.

Por la gentil atención que se dignen dar a la presente, anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente;


Ing. Andrés Burbano
C:C 0401342829

Recibido
03/05/23

Hotel Saenz