



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELRÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

**Proyecto de Investigación como requisito previo a la obtención de la
Licenciatura en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTÓN AMBATO
PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”**

AUTOR: Victoria Vanessa Silva Jara

TUTOR: Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

AMBATO – ECUADOR

2017

**APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA

Yo, Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos con C.I. 180301736-5 en mi calidad de tutor del trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema: **“LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”** desarrollado por la egresada Victoria Vanessa Silva Jara, considero que dicho Informe de Investigación, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por los que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión Calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



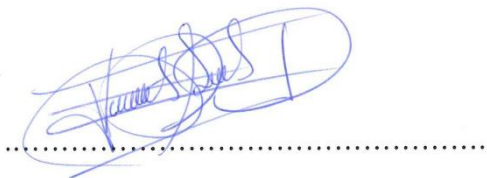
.....
Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

TUTOR

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Victoria Vanessa Silva Jara', is written over a horizontal dotted line.

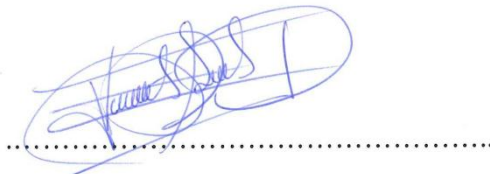
Victoria Vanessa Silva Jara

C.I. 180506560-2

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”**, autorizo su reproducción total o parcial de ella, siempre y cuando éste dentro de los reglamentaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Victoria Vanessa Silva Jara', is written over a horizontal dotted line.

Victoria Vanessa Silva Jara

C.I. 180506560-2

AUTORA

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
Y DE LA EDUCACIÓN:**

La Comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”**, presentada por la Srta. Victoria Vanessa Silva Jara egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Octubre 2016-Marzo 2017, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos, técnicos, científicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN



.....

Ing. Mg. Alicia Porras

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



.....

PhD. Sonia López

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se la dedico en primer lugar a Dios por permitirme llegar hasta este punto tan importante y trascendental para mi futuro.

A mi familia que es un pilar fundamental en mi vida, a mi Padre por su apoyo incondicional y en especial a mi Madre que siempre estuvo en los momentos difíciles, por acompañarme, comprenderme y darme fuerzas que necesitaba para seguir adelante y cumplir con mis sueños.

A mis amigas con quienes compartí muchos momentos alegría y aventuras sin igual.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mi tutor por toda la paciencia y el tiempo invertido en el desarrollo de este proyecto.

A mi Madre que con sus consejos y su sabiduría supo motivarme para concluir con este proyecto, por la compañía en las arduas y largas noches de trabajo, por el amor que cada día me das solo me queda decir Mil gracias Madre Mía.

A mi prima Karla por su ayuda y su apoyo infinito durante esta etapa, gracias por haber sido parte importante en este proceso.

A mi familia hermosa y a mis amigas que siempre estuvieron en los buenos y malos momentos, con sus palabras de aliento y su inmenso cariño.

Mil gracias

INDICE GENERAL

Contenido

APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	II
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	III
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR	IV
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
INDICE GENERAL	VIII
INDICE DE TABLAS	XI
INDICE DE GRÁFICOS	XIII
INTRODUCCIÓN	XVI
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
1.1.- Tema de Investigación	1
1.2.- Planteamiento del problema	1
1.2.1.-Contextualización	1
1.2.2.- Árbol de Problemas	4
1.2.4.- Prognosis	6
1.2.5.- Formulación del problema	6
1.3.- Justificación	8
1.4.- Objetivos: 1.4.1.- Objetivo General.....	9
1.4.2.- Objetivos Específicos	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1.- Antecedentes Investigativos	10
2.2.- Fundamentación Filosófica.....	14

2.3. -Fundamentación Legal.....	14
2.4.- Categorías Fundamentales	17
2.4.1.- Fundamentación Teórica de la Variable Independiente.....	20
2.4.2- Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente	30
CAPÍTULO III.....	36
METODOLOGÍA	36
3.1.-Enfoque de la investigación.....	36
3.2.- Modalidad dela Investigación.....	36
3.3.- Nivel o tipo de investigación	37
3.4.- Población y Muestra 3.4.1.- Población	37
3.4.2.- Muestra	37
3.5.- Operacionalización de variables	40
3.6.- Recolección de información	44
3.7.- Plan de procesamiento de la información	45
CAPÍTULO IV.....	46
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	46
4.1.- Análisis de los resultados.....	46
4.2.- Verificación de la Hipótesis.....	61
4.2.1- Planteamiento de la Hipótesis.....	61
4.2.2.- Selección de significación	61
4.2.3.- Descripción de la población.....	61
4.2.4.- Especificación de lo estadístico	62
4.2.5.- Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.....	62
4.2.6.- Recolección de datos y cálculo de lo estadístico	63
4.2.7.- Cálculo de Chi Cuadrado.....	64
4.2.8.- Decisión	65
CAPÍTULO V	66
CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	66
5.1.-Conclusiones.....	66

5.2.- Recomendaciones	67
LA PROPUESTA	68
6.1.- Datos Informativos	68
6.2.- Antecedentes de la Propuesta	68
6.3.- Justificación de la Propuesta.....	69
6.4.- Objetivos de la Propuesta 6.4.1.- Objetivo General	70
6.4.2- Objetivos Específicos	70
6.5.- Análisis de Factibilidad	70
6.5.1.- Factibilidad Operativa	70
6.5.2.- Factibilidad Económica	70
6.6.- Fundamentación Teórica	71
6.7- Modelo Operativo.....	73
6.7.1.- Desarrollo Operativo de la Propuesta	74
BIBLIOGRAFÍA	86
Bibliografía	86
Anexos	95
Bibliografía	107

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Hoteles de Ambato	40
Tabla N°2: Operacionalización de la Variable Independiente	41
Tabla N°3: Operacionalización de la Variable Dependiente.....	43
Tabla N°4: Recolección de Información	44
Tabla N°5: Tabulación Pregunta 1	45
Tabla N°6: Tabulación Pregunta 2	48
Tabla N°7: Tabulación Pregunta 3	49
Tabla N°8: Tabulación Pregunta 4	50
Tabla N°9: Tabulación Pregunta 5	51
Tabla N°10: Tabulación Pregunta 6	52
Tabla N°11: Tabulación Pregunta 7	53
Tabla N°12: Tabulación Pregunta 8	54
Tabla N°13: Tabulación Pregunta 9	55
Tabla N°14: Tabulación Pregunta 10	56

Tabla N°15: Tabulación Pregunta 11	57
Tabla N°16: Tabulación Pregunta 12	59
Tabla N°17: Tabulación Pregunta 13	60
Tabla N°18: Descripción de la población	61
Tabla N°19: Grados de Libertad	62
Tabla N°20: Especificación de lo estadístico (Frecuencias Obtenidas)	63
Tabla N°21: Frecuencias Esperadas	64
Tabla N°22: Cálculo de Chi-Cuadrado	64
Tabla N°23: Factibilidad Económica	71
Tabla N°24: Modelo Operativo	73
Tabla N°25: Disponibilidad de Información	74
Tabla N°26: Información Hoteles	79

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Llegadas de Extranjeros al Ecuador	2
Gráfico N° 2: Árbol de Problemas	5
Gráfico N°3: Ubicación de la Investigación	7
Gráfico N°4: Superordinación Conceptual	17
Gráfico N°5: Superordinación conceptual (Variable Independiente).....	18
Gráfico N°6: Superordinación conceptual (Variable Dependiente).....	19
Gráfico N°7: Representación Gráfica	46
Gráfico N°8: Representación Gráfica	48
Gráfico N°9: Representación Gráfica	49
Gráfico N°10: Representación Gráfica	50
Gráfico N°11: Representación Gráfica	51

Gráfico N°12: Representación Gráfica	52
Gráfico N°13: Representación Gráfica	53
Gráfico N°14: Representación Gráfica	54
Gráfico N°15: Representación Gráfica	55
Gráfico N°16: Representación Gráfica	56
Gráfico N°17: Representación Gráfica	57
Gráfico N°18: Representación Gráfica	59
Gráfico N°19: Representación Gráfica	60
Gráfico N° 20: Gráfico de Gauss.....	63

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TUSIMO Y BOTELERÍA
MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL
RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”.

AUTORA: Victoria Vanessa Silva Jara

TUTOR: Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

RESUMEN EJECUTIVO:

El presente proyecto de investigación radica la detección constante del cambio en las expectativas, exigencias del cliente es indispensable que el sector hotelero del cantón Ambato efectuó una herramienta que mejore la calidad de los servicios brindados por los hoteles. Es importante conocer a fondo la calidad, mejoramiento e innovación continua de los servicios que presta cada establecimiento hotelero de tal forma que el cliente cumpla con las expectativas y requerimientos que el necesite o desee. Esta investigación está basada en la información obtenida a través de encuestas realizadas a personas especializadas en el sector hotelero, la cual proporciona ayuda para analizar la situación y la problemática; permitiendo que se mejore la atención y servicio al cliente logrando una mayor satisfacción por medio de la implementación de una página web que agilizará la búsqueda de servicios ofertados en los establecimientos de alojamiento del cantón.

Palabras Claves: Cliente, satisfacción al cliente, establecimiento hotelero, servicio.

INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto de investigación “Los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato y su incidencia en la satisfacción del cliente”, se encuentra comprendido en seis capítulos que se detallaran a continuación:

CAPÍTULO I.- En este capítulo se hace referencia a la problemática permitiendo tener una idea clara de lo que se investiga, contiene también la contextualización a nivel maso, meso y micro, luego se presenta el análisis crítico, la prognosis, se formula el problema, creando las preguntas directrices, se delimita el problema en forma espacial y temporal para después justificar el impacto de la investigación, de igual manera se plantea los objetivos general y específicos los cuales despejaran las incógnitas plantadas

CAPÍTULO II.- Se considera el marco teórico que comprende antecedentes investigativos, fundamentación legal, fundamentación filosófica, fundamentación teórica afines al tema de investigación.

CAPÍTULO III.- Comprende en la metodología que se emplea en la investigación siendo el primer punto el enfoque paradigmático el cual permite identificar los tipos y niveles en las cuales se redactan de qué manera se realizan o las modalidades por utilizar de este modo tener claras las fuentes de consulta y de donde se establece el marco teórico se identifica la población, muestra mediante el cual se establecerá el número de personas se les aplica la encuesta y se obtendrá la información real para el proyecto.

CAPÍTULO IV.- Se expone la encuesta aplicada el análisis e interpretación de los resultados con el propósito de efectuar el cálculo del Chi Cuadrado para finalmente realizar la verificación de la hipótesis.

CAPÍTULO V.-En este capítulo se procede a determinar las conclusiones y las recomendaciones que se ha llegado después del proceso investigativo.

CAPÍTULO VI.-Se presenta el planteamiento de una propuesta de solución al problema identificado al principio de la investigación, la misma que es el diseño de una página web que expone los servicios hoteleros ofertados en el cantón.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.- Tema de Investigación

“Los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato Provincia de Tungurahua y su incidencia en la satisfacción del cliente”.

1.2.- Planteamiento del problema

1.2.1.-Contextualización

El turismo y la hotelería de hoy es el motor del crecimiento económico, en muchos países la industria turística figura entre las cinco principales fuentes de exportación, representando así un importante aporte en el PIB de los países en desarrollo y en vías de desarrollo. Según la Organización del trabajo existe unos 2000 millones de personas en el mundo trabajan en el sector de turismo y mercado laboral registra tendencias de altas tasas de empleo a tiempo parcial no deseado. (OIT, 2014).

En los últimos años, los hoteles en Ecuador se han incrementado debido al mayor crecimiento de movimiento turístico y el aumento en la capacidad de gasto de las personas; por esta razón, varias cadenas internacionales e inversionistas nacionales le han apostado al país, como un destino predilecto para construir o administrar hoteles y brindar a los huéspedes el mejor de los servicios.

El turismo aporta el 4,2% del PIB, (Producto interno bruto) equivalente a 680 millones de dólares al año. Este servicio está directamente relacionado con la oferta hotelera que el país brinda; por esta razón en los últimos años el servicio hotelero ha ido se ha incrementado debido al movimiento turístico. Según la Asociación Nacional de

Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador en diciembre se registra un crecimiento en las llegadas de extranjeros al país, en el orden del 14% con respecto a diciembre del 2013, igualmente en el periodo enero – diciembre del 2014 alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior. (OPTUR, 2014).

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % '14 / '13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
Mayo	77.618	82.870	92.644	98.414	111.177	13,0
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062	6,0
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229	11,6
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	131.694	17,0
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	112.767	15,8
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456	11,6
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	127.562	13,8
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	156.278	14,2
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	1'557.006	14,2

Gráfico N°1: Llegadas de Extranjeros al Ecuador

Fuente: (OPTUR , 2014).

Según el MINTUR atrás de los Gobiernos provinciales incentivo a los empresarios privados a invertir en el sector turístico, con un total de 211 millones durante el 2014, siendo Guayas, Manabí, Pichincha y Azuay donde se hizo una mayor inversión, especialmente en el sector hotelero. El potencial turístico que posee el Ecuador es diverso convirtiéndose en un destino atractivo para invertir no solo en urbes principales sino también en el resto de ciudades creando nuevas posibilidades de establecer hoteles de lujo, resorts, y hoteles medios de excelente nivel y calidad, es factible. Las grandes cadenas hoteleras como Accor, Hilton, Wyndham e Intercontinental apuestan por el país ya que invirtieron aproximadamente USD 700 millones para proyectar turísticos en Quito y Guayaquil, (MINTUR, 2014).

Tomando las palabras del presidente de la Conferencia de Inversión en Hotelería y Turismo. El sector hotelero está compuesto por una gran cantidad de empresas que brindan servicios de hospedaje ,restauración, entretenimiento entre otros a clientes particulares, empresas y otros demandantes; en la industria se vende el servicio; mas no la habitación, se ofrece confort, seguridad, amabilidad, y se enfoca en dar satisfacción al cliente asegurando su fidelidad y continuidad al hotel donde se hospede, los hoteles más visitados en Ecuador se encuentra en las ciudades de Quito, Manta, Riobamba, Cuenca, Baños y Guayaquil. Entre los que destacan; Casa Gangotena, Samari Spa Resort, JW Marriot, Hilton Colon, Hotel Plaza Grande, Hotel Sheraton, Mansión Alcázar. (Nacimba, 2014).

En la Provincia de Tungurahua el sector hotelero proporciona grandes ingresos económicos que ha permite el desarrollo de planes estratégicos tanto sociales como económicos, en cuanto al servicio al cliente, hoy por hoy, se ha podido determinar como una fuente de respuestas de las necesidades de la empresa, debe contemplar una estrategia más dinámica y eficiente.

Ambato es la capital de la Provincia de Tungurahua en el centro del Ecuador, conocida también como la ciudad de las Flores y de las Frutas, cuna de los Tres Juanes, ciudad cosmopolita y jardín del Ecuador. La ciudad de Ambato ofrece a los turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de disfrutar de todos los servicios turísticos, una gran 6variedad de centros de atracción y diversión, satisfaciendo las necesidades del cliente.

En la ciudad de Ambato se han registrado 2 cabañas, 39 hostales, 24 hostel residencia, 4 hosterías, 16 hoteles, 9 hoteles residencia, 14 moteles, y 14 pensiones según el Ministerio de Turismo los cuales ofrecen distintos servicios para los turistas nacionales y extranjeros que visitan esta ciudad tales como hospedaje, lavandería, garaje, restaurant, transporte, entre otros establecidos por cada hotel y su categoría obtenida. Entre los cuales se destacan los hoteles; Hotel Ambato, Hotel Emperador, Hotel Florida, Hotel Novalux, Hotel de las Américas. (MINTUR, 2014).

1.2.2.- Árbol de Problemas

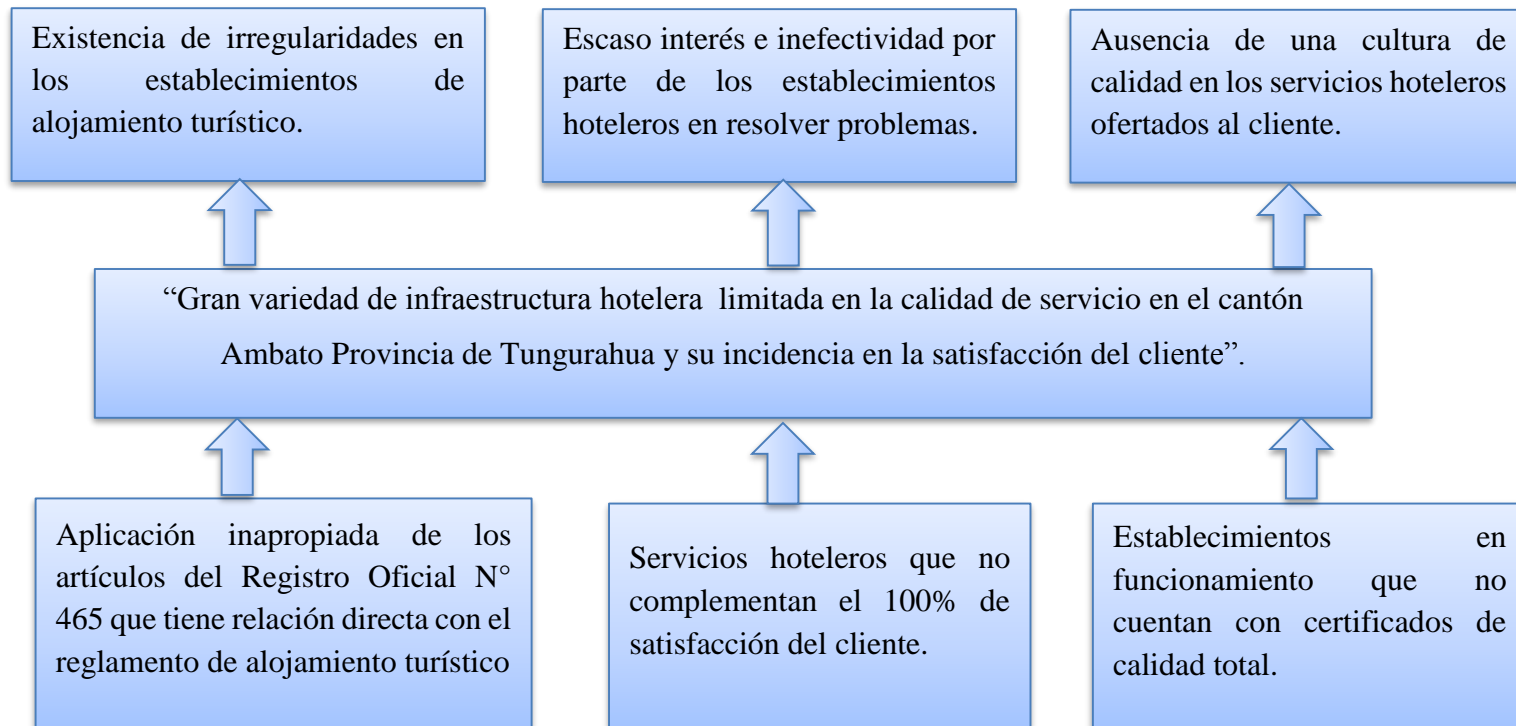


Gráfico N° 2: Árbol de Problemas
Elaborado por: SILVA, Victoria (2016)

1.2.3.- Análisis crítico

De acuerdo a la problemática planteada se han encontrado varias causas en los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato que influyen en la satisfacción del cliente; por ejemplo, los deficientes servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua se genera al no aplicarse de una manera correcta los artículos del REGISTRO OFICIAL N°465 que tiene relación directa con el reglamento turístico; dando como resultado la existencia de irregularidades en los establecimientos turísticos provocando un mal manejo de técnicas en servicios hoteleros que no permiten que los turistas se sientan a gusto con su visita dando como resultado comentarios negativos a otras personas que afectará a las establecimientos hoteleros, provocando malestar tanto en la parte interna como externa de la organización.

Los servicios hoteleros que no complementa al 100% la satisfacción del cliente ocasionan que exista un limitado interés e ineffectividad en resolver los problemas de los clientes, causando una desmotivación e insatisfacción en adquirir dichos servicios hoteleros que no cuenta con un régimen de calidad adecuado para cubrir la demanda que desean los turistas, por lo tanto es importante que los administradores de establecimientos hoteleros pongan la debida atención en cuanto a calidez y calidad de servicios; no solo para lograr la satisfacción del cliente; sino para que los prestadores de servicios hoteleros trabajen dentro de un clima laboral favorable y así brindar un buen servicio.

Los establecimientos en funcionamiento que no cuenten con certificados de calidad total que necesitan para poder desempeñarse dentro del sector turístico tendrán ausencia de una cultura de calidad de los servicios hoteleros ofertados por lo tanto no pondrán identificar las necesidades y expectativas del cliente, así como tampoco podrán incorporar en todos sus procesos internos los métodos y recursos que permitan obtener el resultado deseado por el cliente.

1.2.4.- Prognosis

De no realizarse el presente trabajo investigativo, continuará existiendo una inapropiada atención al cliente en los establecimientos de alojamiento; dando como consecuencias el descontento y rechazo de los huéspedes por la baja calidad de los servicios ofertados; provocando una disminución notoria de la demanda turística.

Esto también ocasionará que el personal que se necesite para laboral en dichos establecimientos no sea el adecuado y se contrate así personas que no están aptas, calificadas y capacitadas para desempeñar dicha labor dando así un mal servicio y una mala atención provocando la molestia e insatisfacción del cliente.

1.2.5.- Formulación del problema

¿Cómo inciden los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato provincia de Tungurahua en la satisfacción del cliente?

1.2.6.- Interrogantes de la investigación

Preguntas directrices

- ✓ ¿Cuáles son los servicios hoteleros actuales que se ofrecen en el cantón Ambato?
- ✓ ¿Qué normas de calidad que satisface el servicio al cliente, en el sector hotelero?
- ✓ ¿Cómo aportará el mejoramiento de los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato provincia de Tungurahua en la satisfacción del cliente?

1.2.7.- Delimitación de la investigación

1.2.7.1.- Delimitación del contenido

Campo: Turismo y Hotelería

Área: Hotelera

Aspectos: Satisfacción del cliente

1.2.7.2.- Delimitación espacial

Provincia: Tungurahua

Cuidad: Ambato

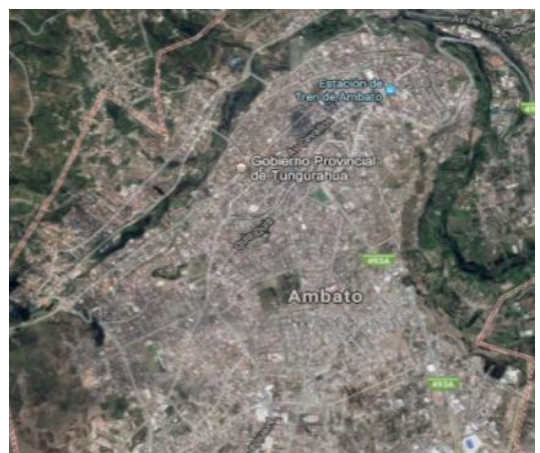


Gráfico N°3: Ubicación de la Investigación

1.2.7.3.- Delimitación temporal

La presente investigación se realizará en el período comprendido desde Octubre 2016 – Marzo 2017.

1.3.- Justificación

Ante la situación planteada en el presente proyecto de investigación se determina que es de interés para los empresarios del sector hotelero; porque va direccionado a un cambio e innovación de los servicios de la calidad en los mismos puesto que obtendrá la lealtad de los clientes y turistas; de esta manera satisfacer sus necesidades. .

Es de importancia porque aporta con datos e información relevante para mejorar la calidad en los servicios hoteleros ofertados y que permita la satisfacción total del cliente, identificando el buen desempeño de las personas que laboran en los establecimientos, creando un valor percibido por el cliente, los servicios que ofrece, y las expectativas que genera en cuanto a lo deseado.

El proyecto es factible ya que cuenta con el apoyo de las personas involucradas, además contara con el recurso humano, quien es la investigadora y también se contara con el apoyo necesario de la Cámara De Turismo de Ambato, quienes facilitarán la información necesaria, real y efectiva que contribuye a la elaboración del presente proyecto.

Los resultados que se logren en este proyecto beneficiarán tanto a los empresarios y empleados que estén involucrados en el sector hotelero, como a los clientes que visiten dichos establecimientos; siendo una de las principales herramientas para diferenciarse y así alcanzar una buena imagen del hotel, reduciendo demoras en el servicio, solucionando las quejas rápidamente y sobre todo el cumplimiento de los objetivos propuestos.

1,4.- Objetivos:

1.4.1.- Objetivo General

- Analizar la importancia de los servicios hoteleros para la determinación de la incidencia en la satisfacción del cliente, cantón Ambato Provincia de Tungurahua

1.4.2.- Objetivos Específicos

- Describir los servicios hoteleros actuales que se ofrecen en el cantón Ambato.
- Determinar el nivel de satisfacción a través de las normas de calidad.
- Establecer estrategias de mejoramiento de los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato provincia de Tungurahua en la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes Investigativos

Para la presente investigación se han tomado en cuenta los siguientes antecedentes investigativos, con similares características.

ORTIZ, C. (29 DE AGOSTO DE 2011) “SISTEMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOTEL ANDINO REAL DE LA CIUDAD DE AMBATO”. RECUPERADO DE [HTTP://REPOSITORIO.UTA.EDU.EC/BITSTREAM/123456789/1035/1/473%20IN G.PDF](http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1035/1/473%20IN%20G.PDF). (Ortiz, 2011).

Conclusiones:

- Para realizar mejoras, fue necesario utilizar diferentes herramientas con el fin de evaluar las causas y la incidencia de los problemas que encontramos frente a los principios organizacionales.
- Según el trabajo investigativo el personal con el que cuenta la empresa no está totalmente capacitado para desarrollar actividades organizacionales, ya que no cuentan con una cultura administrativa y acorde con el requerimiento de la organización.

Criterio Personal

Según la autora del trabajo de investigación se puede analizar que en la empresa de alojamiento no se aplica un Sistema adecuado de Gestión Administrativo, perjudicando a la parte interna de la empresa y afectando de una manera directa al cliente externo.

BARAHONA, R. (13 DE ABRIL DEL 2012) “LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA DE CLIENTES DEL HOTEL AMBATO DE LA CIUDAD DE AMBATO”. RECUPERADO DE <HTTP://REPOSITORIO.UTA.EDU.EC/BITSTREAM/123456789/2104/1/557%20ING.PDF>. (Barahona, 2012).

Conclusiones:

- Los clientes que se hospedan en el Hotel Ambato se encuentran poco satisfechos con el servicio recibido.
- El Hotel Ambato cuenta con personal calificado, pero no es su totalidad, lo que hace que exista varios clientes insatisfechos.
- Existe un porcentaje de clientes que manifiesta que el hotel está estancado, mientras que un porcentaje similar opina lo contrario.

Criterio Personal

Los estudios realizados en esta investigación determinan que una parte de los clientes que se hospedan en el Hotel Ambato se encuentran satisfechos con los servicios ofrecidos; mientras que la otra parte opina lo contrario, mencionando así que al hotel le falta mejorar el servicio de calidad.

ALTAMIRANO, H. (DICIEMBRE 2014) “LA CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA”. RECUPERADO POR <HTTP://DSPACE.UNIANDES.EDU.EC/BITSTREAM/123456789/2657/1/TUAETH012-2014.PDF>.(Altamirano, 2014).

Conclusiones:

- En el trabajo de investigación realizado se determinó que el sector hotelero de Baños al tener gran concurrencia de turistas deben procurar estar al pendiente de los clientes y sus necesidades, dando apertura a una mejora de sus servicios.
- A través de las encuestas realizadas se detalla que el cliente siempre está buscando comodidad y calidad en los servicios, por lo que es necesario y responsabilidad de cada propietario controlar sus servicios ofertados.

Criterio Personal

En este trabajo de investigación se puede constatar que es muy importante que se aplique un de forma eficiente un buen manejo sobre calidad de servicios, con el fin de mantener un ritmo adecuado con relación a las necesidades de los clientes que van cambiando con el paso del tiempo.

RODRÍGUEZ, A. (01 DE AGOSTO 2013)“LA CALIDAD DE SERVICIO QUE SE OFERTA EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE TRES ESTRELLAS, EN LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” RECUPERADO POR: [HTTP://REPO.UTA.EDU.EC/HANDLE/123456789/5211](http://REPO.UTA.EDU.EC/HANDLE/123456789/5211). (Rodríguez, 2013).

Conclusiones:

- Los prestadores de servicio de alojamiento de tres estrellas del Catón Baños de Agua Santa no tienen conocimiento de los servicios que debe incluir u ofertar el establecimiento de dicha categoría.
- El personal que trabaja en los establecimientos de alojamiento desconoce de temas turísticos por lo que no pueden dar buena información turística a los huéspedes que requieren este servicio.

- Los prestadores de servicio de hospedaje de la ciudad de Baños no se preocupan por satisfacer las necesidades de los clientes que adquieren sus servicios en sus establecimientos hoteleros.

Criterio personal:

Al realizar este estudio de investigación se pudo comprobar que en los establecimientos de tres estrellas de la ciudad de Baños, no se da la debida atención a las necesidades de los clientes; provocando que estos queden insatisfechos e inconformes por los servicios brindados.

MAZÓN, P. (MAYO 2013) “LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA HOSTERÍA MONTE SELVA DE LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA”. RECUPERADO POR: [HTTP://REPOSITORIO.UTA.EDU.EC/BITSTREAM/123456789/4713/1/41%20MKT.PDF](http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4713/1/41%20MKT.PDF). (Mazón, 2013).

Conclusiones:

- La calidad de servicios y productos de la hostería no son de lo mejor, particularidad que afecta a la satisfacción del cliente.
- El tiempo de espera en la atención de los clientes y la solución de reclamos, no son de lo mejor, siendo algunas estas de las causas que conducen a la insatisfacción de los clientes por el servicio brindado.

Criterio personal

Es importante darle al cliente una adecuada atención, puesto que esto causa que el cliente se sienta conforme por los servicios brindados y regrese en otras ocasiones; caso contrario el cliente simplemente opta por otros establecimientos de alojamiento con mejor atención donde cumplan con sus expectativas, perjudicando progresivamente a dicho establecimiento.

2.2.- Fundamentación Filosófica

El presente trabajo de investigación se fundamenta en el paradigma crítico-propositivo, porque se examina en una realidad social, debido a que considera aspectos importantes permitiendo aportar al cambio; y una comprensión del contexto estudiado.

Para lograr la finalidad de cambio de realidad social fomentando excelentes servicios de calidad y así logrando la satisfacción del cliente; se comprende que existen múltiples realidades socialmente construidas, con una visión concreta. Buscando la participación activa de la comunidad, tanto en el estudio como en la comprensión del problema, ejecutando propuestas de acción, la evaluación de resultados, la reflexión y la sistematización de procesos.

2.3. -Fundamentación Legal

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Capítulo III

DE LA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L

f) Resort RS

g) Refugio RF

h) Campamento Turístico CT

i) Casa de Huéspedes CH

a) Hotel.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones.

Art. 13.- Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico. Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos.

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico Categorías asignadas

Hotel 2 estrellas a 5 estrellas

Art. 14.- Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas a alojamiento turístico. El Gobierno Autónomo Descentralizado competente será la entidad que en su jurisdicción aprobará los planos definitivos y autorizará la construcción y/o adecuación de edificaciones destinadas al alojamiento turístico, en concordancia con los planes de ordenamiento territorial y zonificación local.

Las modificaciones y/o adecuaciones que pudieren afectar o alterar la clasificación y/o categorización del establecimiento de alojamiento turístico ya registrado, deberán ser notificadas a la Autoridad Nacional de Turismo por medio de su herramienta digital,

en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la modificación, para su actualización. En caso de no dar cumplimiento a la disposición de este inciso, se aplicarán las sanciones establecidas en la Ley de Turismo y demás normativa vigente.

2.4.- Categorías Fundamentales

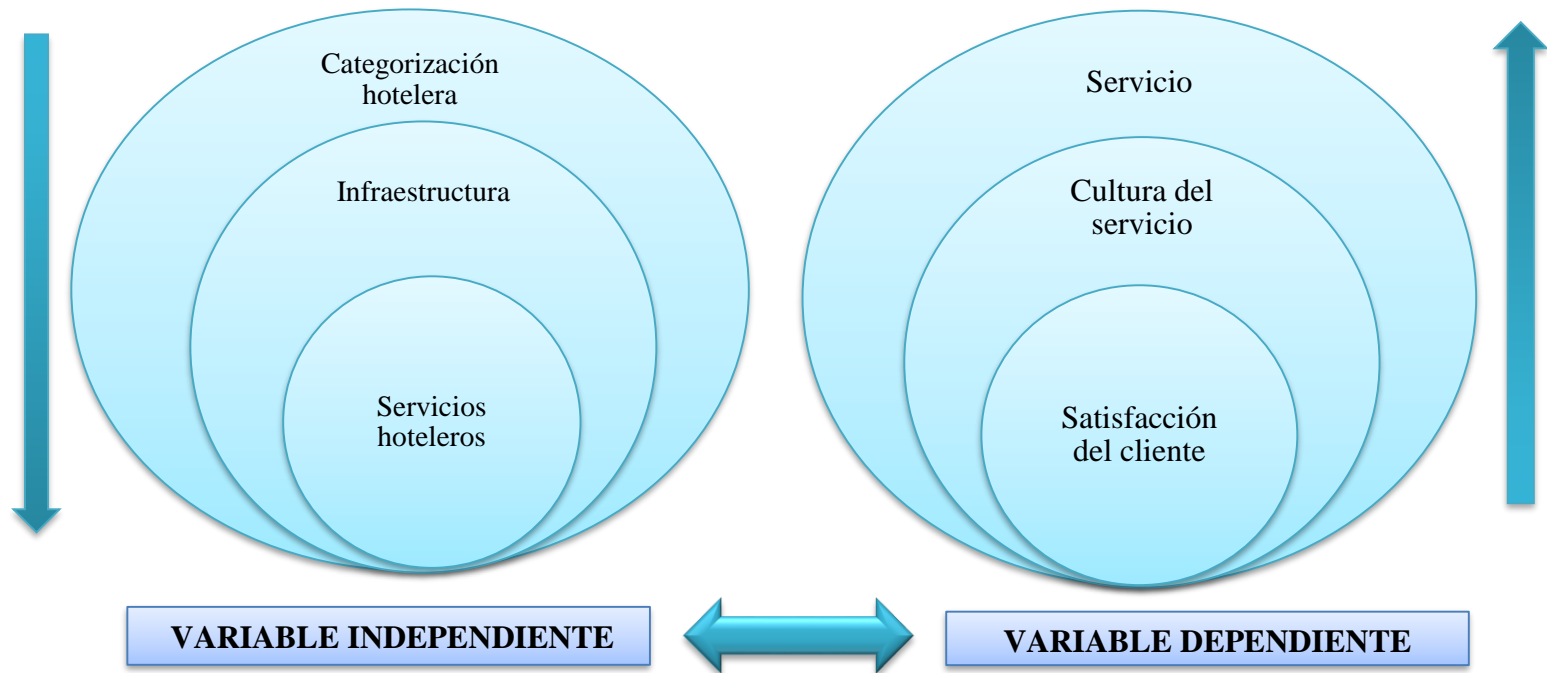


Gráfico N°4: Superordinación Conceptual

Elaborado por: SILVA, Victoria (2016)

Subordinación Conceptual (Variable Independiente)

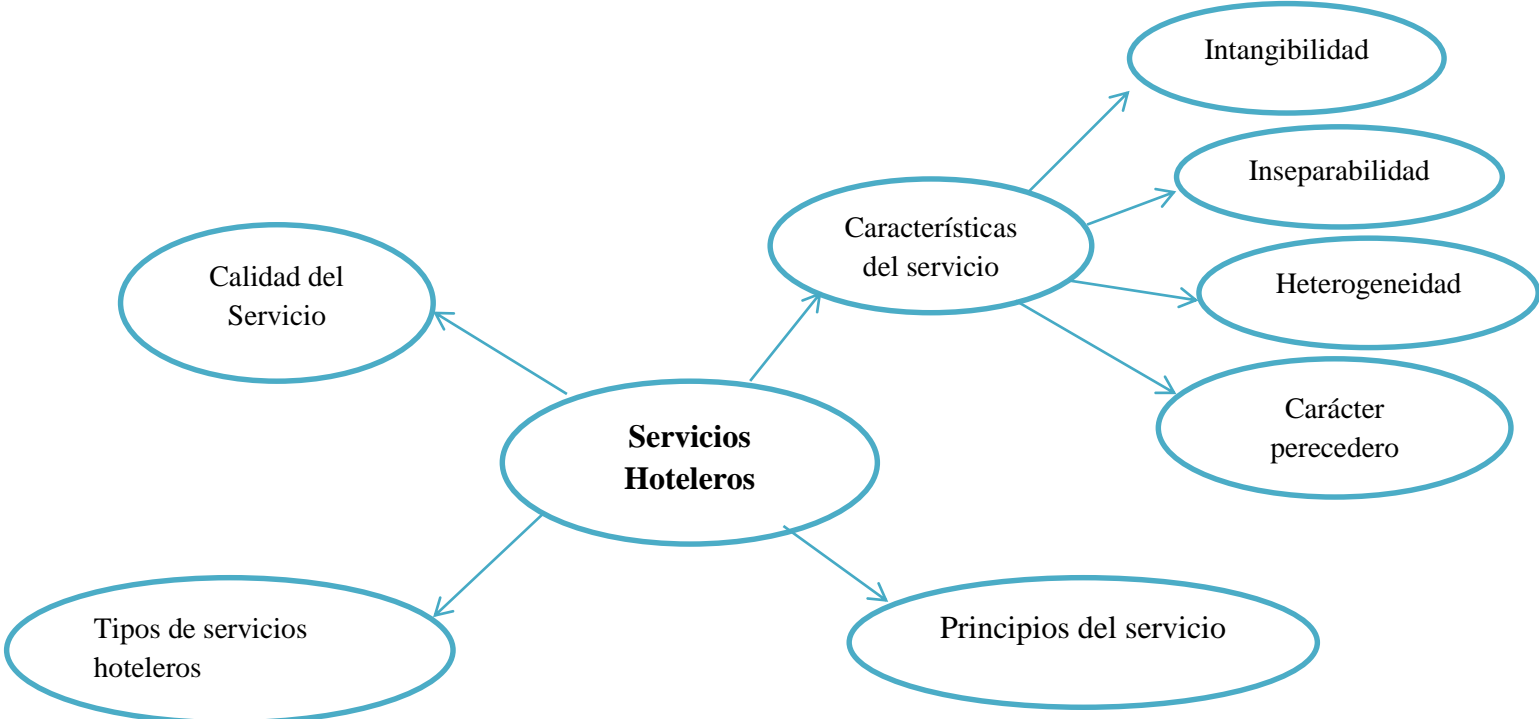


Gráfico N°5: Superordinación conceptual

Elaborado por: SILVA, Victoria (2016)

Subordinación Conceptual (Variable Dependiente)

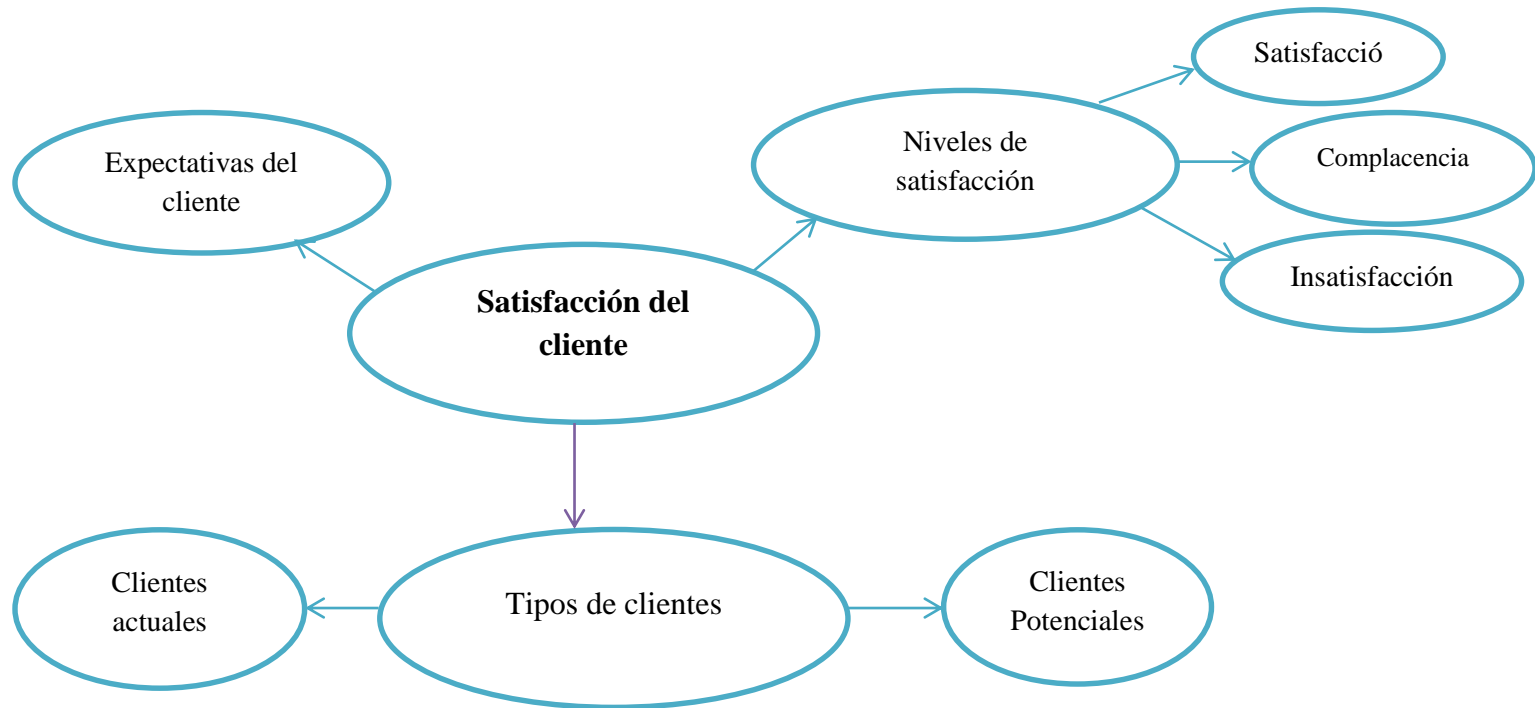


Gráfico N°6: Superordinación conceptual (Variable Dependiente)

Elaborado por: SILVA, Victoria (2016)

2.4.1.- Fundamentación Teórica de la Variable Independiente

Categorización Hotelera

La categorización hotelera es un medio por el cual se determina las reglas y normas de calidad que los hoteles deben cumplir “Es el proceso aplicado a los establecimientos hoteleros para medir la calidad y cantidad de servicios que prestan a los huéspedes, el cual los ubicará en una categoría determinada, según el tabulador de servicios que corresponda a su clasificación”. Bechara (2012)

Por otro lado Cordero (2016), sostiene que la categorización hotelera consiste en:

Una herramienta metodológica sustentada a través de un mecanismo de autoevaluación regulado por la Secretaría de Turismo, que permitirá que los establecimientos de hospedaje conocer la situación de sus instalaciones y de los servicios ofrecidos, así como identificar áreas de oportunidad, hecho mediante el cual será reconocido a través de una categoría representado por estrellas.

El Instituto Hondureño de Turismo (2010), manifiesta que la “Categorización Hotelera se entiende por el conjunto de normas mínimas de equivalencia internacional por la cual los turistas y visitantes se informan de las características y los servicios de los diferentes establecimientos de alojamiento de un país”.

El objetivo de la categorización Hotelera es dar a conocer la clasificación de las diferentes categorías hoteleras en el mundo, su beneficio para el sector y los usuarios, la necesidad de iniciar de forma sistemática la clasificación de hoteles a escala mundial, con miras a conciliar las demandas y las preocupaciones legítimas de los consumidores y del sector con las obligaciones de las administraciones públicas. Henríquez, (2014)

Se puede afirmar que la categorización hotelera es un punto fundamental para todos los establecimientos hoteleros, ya que por medio de esta herramienta se puede analizar y verificar la situación en que se encuentra la infraestructura y todas las instalaciones; observando parámetros de calidad en los servicios hoteleros, generando consistencia en el servicio.

Infraestructura

Para Platform (2015), “La infraestructura constituye instalaciones públicas que unen partes de la ciudad y proporcionan los servicios básicos que la ciudad necesita para el funcionamiento, como la red de caminos y servicios públicos”.

Por otro lado autores como Pópulo, Romero y Delgado (2002), mencionan que infraestructura es:

Un conjunto de bienes de capital que aun no siendo utilizado directamente en el proceso de producción, sustenta la estructura productiva y contribuye a mejorar de forma efectiva las relaciones sociales, las actividades económicas individuales y colectivas, y los intercambios de bienes y servicios; teniendo además la peculiaridad, de suministrar servicios simultáneamente a múltiples usuarios o al conjunto de la sociedad o personas privadas.

Un significado diferente de la infraestructura hace referencia “al conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera, en el caso del turismo, son la planta turística y la superestructura”. Castro, (2013)

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística permite el desarrollo turístico, es por ello que deben exigir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera. (Ramírez, s.f)

Realizadas las consideraciones anteriores se determina que uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura por que es el conjunto de servicios e instalaciones que permite el desarrollo y funcionamiento de una actividad, en el ámbito turístico se liga a diferentes tipos de infraestructura importantes para el mejoramiento de la actividad.

Servicios Hoteleros

La empresa hotelera esta está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y de restauración, donde Redbull (2012), menciona que “los Servicios hoteleros pueden fijarse, en general, dentro del marco siguiente: empresas dedicadas de modo profesional o habitual al alojamiento de las personas, con o sin otros servicios de carácter complementario”.

El conocimiento de servicio hotelero es prioritario para proporcionar instrumentos precisos en la mejora de estrategias, ya que se está produciendo una reorientación de los tradicionales modelos hoteleros desde una perspectiva de la oferta, basada en los recursos del hotel, hacia una concepción basada en las preferencias y expectativas de la demanda, con una orientación clara al cliente como consumidor, aportando valores añadidos al hotel para lograr su identificación y diferenciación frente a la competencia. Angellois, (2016)

Sin embargo Estrada (2014), manifiesta que servicios hoteleros representan:

El conjunto de calidad, ciertas particularidades y beneficio condicionado que ofrecen los hoteles a los huéspedes. La calidad comercial, así como la calidad técnica dependen una de la otra. Con particularidades nos referimos a las características físicas lo que le brinda identidad propia a un hotel, como lo son su estilo arquitectónico, su mobiliario, su decoración, el tamaño de sus habitaciones entre otros.

Los servicios hoteleros son aquellos que proporcionan un establecimiento en este caso nos referimos a los hoteles, para ello estos deben cumplir con requisitos mínimos para que se los pueda considerar como servicios; y que estos cumplan con las necesidades y expectativas del cliente.

Características del Servicio

Los servicios tienen características únicas que los diferencian fundamentalmente de los productos físicos que implican e implican otras formas de pensar en el negocios; para entender y plantear el enfoque de la empresa, es fundamental analizar cuatro características de fondo que son propias del servicio.

Intangibilidad

Una de las primeras características de los servicios es la intangibilidad que significa que no se pueden ver, saborear, sentir, oír ni oler antes de comprarlos, los clientes buscan señales de la calidad del servicio; por consiguiente, la tarea del proveedor de servicios es hacer que el servicio sea tangible en una o más formas.

Para Osés (2016), los servicios no son objetos, más bien son resultados de un proceso, no se pueden ver, sentir, degustar, oír ni oler antes de su adquisición. No hay forma de mostrarle al cliente una idea previa, ni enviar una muestra, ni diferenciarse de la competencia, por aspectos tangibles: la comodidad, la atención, la tranquilidad, la rapidez, el buen servicio, no pueden demostrarse con facilidad; si bien las experiencias previas y las de otros clientes permiten dar una idea del resultado y crear una reputación, el servicio en si solo se presta cuando se contrata.

Por otro lado Grande (2014), menciona que un servicio es intangible:

Cuando no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido. Incluso Cabe hablar de una doble intangibilidad, puesto que resulta difícil imaginarse el servicio. Los servicios no se pueden patentar, por ser intangibles; esto significa que quienes los proporcionan tienen más dificultades para poner barreras de entrada a su sector. Tampoco se puede juzgar a priori, antes de adquirirlos, la calidad o el precio, como sucede con los bienes.

Inseparabilidad

Como menciona Leiva (2011), “la inseparabilidad obliga a que el comprador y el vendedor entren necesariamente en contacto, produciéndose cierta participación del cliente en la prestación de servicio”.

Por su parte Muñoz, (2012) manifiesta que los servicios con frecuencia no se pueden separar del vendedor, si realmente se quisiera ser estricto, dicha inseparabilidad afecta no solo al vendedor sino también al entorno que envuelve el proceso de consumo, y al propio estado de anímico o circunstanciales personales del cliente, por lo que es importante la sintonía entre cliente y vendedor, ya que, como se menciona son muchas las variables que interactúan y pueden afectar de diferente grado al desarrollo del consumo del servicio.

En muchas ocasiones, la producción de servicio y el consumo son indisociables y se dan simultáneamente, principalmente en aquellos servicios intensivos del capital humano, esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación.

Heterogeneidad

La variabilidad del servicio, significa que la calidad de los servicios depende de quiénes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan, como señala Mendoza:

La heterogeneidad se refiere a la variabilidad inherente a la prestación de servicios que es lo que dificulta la calidad en la prestación del mismo. Un servicio nunca será igual al otro, aunque lo presten los mismos empleados y sean los mismos clientes, es decir, el nivel de la calidad del servicio será el resultado de la interacción entre el proveedor y el cliente y de todos los factores culturales, psicológicos y ambientales los cuales son altamente viables y personales; E igualmente mientras más empleados tenga que tratar el cliente durante la prestación de servicios, menos probabilidades tendrá de quedar satisfecho, por una sencilla razón: más empleados implica mayor riesgo de variabilidad en el servicio. Mendoza, (2012)

Por otro lado Gonzáles (2016), manifiesta que:

Muy superior a los bienes, por simultaneidad en la producción y consumo, al interactuar con los clientes en el proceso de producción del servicio, al ser el entorno mucho menos controlable y al no poderse almacenar los servicios el grado de heterogeneidad de los servicios es muy considerable. Esto hace muy difícil gestionar la calidad de los servicios y proveerlos de manera totalmente controlada, por ello para reducir la variabilidad es preciso dedicar esfuerzos en la formación del personal, aplicación de procedimientos y medidas específicas encaminadas al seguimiento de la satisfacción del cliente.

Carácter Perecedero

Según Rivadeneira (2012), afirma que “los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en un inventario. La característica de imperdurabilidad depende de una demanda constante y representa un reto para la empresa”.

“Un servicio no se puede almacenar para un consumo posterior. La prestación de servicio tienen un lugar y un momento, si no se consume se pierde”. Lamas, (2013)

Para Pérez (2016), “los servicios no pueden almacenarse; para que los servicios aumenten su ganancia al máximo, deben manejar la capacidad y la demanda y que no pueden vender el inventario vendido”.

Principios del Servicio

Según Rosa (2015), “el servicio es una práctica que muchas empresas reconocidas tienen perfeccionando desde hace mucho y que creo, vale la pena que lo tomemos en cuenta si queremos comenzar y/o mantener un negocio que tenga impacto y valor en la vida de nuestros clientes”.

A continuación se darán a conocer estos ocho principios para las buenas prácticas en servicio a clientes se refiere.

1. El cliente se merece un trato cortés y respetuoso siempre.
2. El cliente no depende de nosotros; nosotros dependemos de nuestro cliente.
3. El cliente no interrumpe nuestro trabajo; él es el propósito de éste.
4. Es un honor cuando un cliente nos da retro-alimentación; nuestro negocio no le está haciendo un favor.
5. El cliente es parte de nuestro negocio, no alguien externo.
6. El cliente es un ser humano con emociones y sentimientos como nosotros. Hay que ser empáticos.
7. El cliente no es alguien con quien se tiene una discusión.
8. El cliente es la persona más importante para nuestro negocio.

Por su parte Silary (2013), menciona que son doce principios que se deben seguir al llevar acabo al servicio al cliente, estos pueden facilitar la visión que se tienen acerca del aspecto más importante del servicio, el cliente.

1. La razón fundamental del éxito de su empresa son los clientes.
2. La mejor forma de dar un servicio es que usted y la empresa conozcan bien a sus clientes.

3. Todos los miembros de su empresa son responsables de la atención al cliente, y no solo quienes están en contacto directo con los clientes.
4. La satisfacción del cliente es altamente subjetiva y se basa en la percepción.
5. Cada cliente es diferente.
6. Usted debe tratar a los clientes como a usted le gustaría que lo traten.
7. El servicio al cliente no solo se trata de estudiar y aplicar varios procesos, manuales o sistemas.
8. Una empresa que cuida a sus empleados, sin duda está preparando el camino para que sus empleados cuiden a sus clientes.
9. Medir la satisfacción del cliente debe ser un proceso continuo.
10. Construya la lealtad de sus clientes ofreciéndole más de que esperan.
11. La relación de los clientes debe estar basada en una actitud positiva.
12. El servicio al cliente debe ser oportuno, sincero y coherente ya que el cliente debe ser escuchado.

Tipos de Servicios Hoteleros

La característica de los servicios supone que éstos sean más difíciles de clasificar que los productos tangibles. Se han seguido diferentes criterios de clasificación con relación a la naturaleza del servicio, al sector de actividad, a la función que desempeñan o al comportamiento del consumidor.

Como menciona Fernández (2013), “las clasificaciones realizadas siempre acaban siendo incompletas por lo que se debe seleccionar el criterio de acuerdo con el objetivo de la investigación que se pretenda. Atendiendo a su naturaleza estableció una clasificación descriptiva según los siguientes grupos”:

1. Servicios de salud.
2. Servicios financieros.

3. Servicios profesionales.

4. Servicios de hostelería, viajes y turismo.

5. Servicios relacionados con el deporte, el arte y la diversión.

6. Servicios proporcionados por organizaciones sin ánimo de lucro.

7. Servicios de distribución, alquiler y leasing

8. Servicios de educación e investigación.

9. Servicios de telecomunicaciones.

10. Servicios personales y de reparaciones y mantenimiento.

Por su parte Rizzo (2009), sostiene un negocio que pretenda triunfar, atrapar clientes y que ellos vuelvan a elegirlos, habrá que escucharlos y prestar atención a sus necesidades, quejas y gustos. Tras analizar sobre los tipos de servicios estos son los mas importantes que un cliente toma en cuenta a la hora de elegir un hotel.

- ✓ El servicio de desayuno
- ✓ Servicio y amabilidad en trato
- ✓ Aparcamiento
- ✓ Ruido
- ✓ Tamaño de la habitación
- ✓ Servicio de Internet
- ✓ Limpieza en la habitación
- ✓ Comodidad
- ✓ Separación de sectores para fumadores
- ✓ Categoría de Estrellas

Calidad del Servicio

Calidad

La calidad puede referirse a diferentes aspectos de la actividad de una organización: el producto o servicio, el proceso, la producción o sistema de prestación del servicio o bien, entenderse como una corriente de pensamiento que impregna toda la empresa. El objetivo fundamental de la calidad, como filosofía empresarial, es satisfacer las necesidades del consumidor, como menciona Varo (2012), “la calidad está relacionada con los costes, las necesidades y expectativas del usuario; está ligada fundamentalmente a la aptitud y la actitud de quienes deben priorizarla, mejorar la calidad no es solo cuestión de automatización, tecnología y nuevos equipos, lo importante son las personas”.

Se define calidad al conjunto de propiedades y características que definen su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas, se incluyen múltiples dimensiones, no solamente la dimensión productiva. De esta manera un producto o un servicio, que es técnicamente perfecto, puede ser de calidad baja por que no es capaz de cubrir las necesidades para lo que fue creado (Sanchis & Ribeiro, 2013).

Otra definición acertada referente a la calidad afirma que:

Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa. Rodríguez, (2012)

Calidad de Servicio

La calidad en el servicio al cliente han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias. Para Gardein (2013), “la calidad en el servicio es el grado en que un servicio satisface o sobrepasa las necesidades o expectativas que el cliente

tiene respecto al servicio. Es la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones”.

Sin embargo Berry (2015), afirma que “La calidad de servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y de sus percepciones en función de la tangibilidad, la confianza, la capacidad de respuesta, la seguridad y de la empatía”.

La calidad del servicio se define como un compuesto de numerosos elementos o características de calidad (cortesía, oportunidad o rapidez en la entrega, producto libre de defectos, precios justos) evaluados por los clientes en relación a un servicios según como haya sido la satisfacción de sus necesidades y expectativas, por tanto, un servicio de calidad no solo es ajustarse a las especificaciones, como se la define, sino más bien ajustarse a las especificaciones del cliente. Requema, (2014)

Por otro lado Gallego y Meleno (2014), manifiestan que existen cuatro puntos importantes que es una sencilla guía para lograr la calidad en el servicio:

- 1.- Saber que quiere el cliente
- 2.- Enfocar el servicio en esas necesidades
- 3.- Saber cómo lo recibió
- 4.- Hacer los cambios necesarios para mejorar dichos servicios.

La importancia en la calidad de servicio no solo es para beneficio de la empresa y de la lealtad de los clientes, sino también como un factor que influye en la toma de decisiones de las personas.

2.4.2- Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente

Servicio

Se define servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico, como manifiesta Gronross (2012), “el servicio es una forma de expresar la idea que la organización tiene respecto a la manera como se propone resolver ciertos tipos de problemas de los clientes de una manera determinada”.

Los servicios son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados, almacenados y casi inmediatamente perecederos, los productos de servicio son a menudo difíciles de identificar, porque vienen en existencia en el mismo tiempo que compra y que se consume. Abarcan elementos intangibles que implican generalmente la participación del cliente en cierta manera importante; no pueden ser vendidos en el sentido de la transferencia de la propiedad; y no tienen ningún título. American Marketing Association, (2012)

Los autores Lovelock & Patterson (2015), definen al servicio como “una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener un valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad”.

Para Bloom, Hayes & Kotler (2013), “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo, su creación puede estar relacionada o no con un producto físico”.

Los servicios son un conjunto de actividades identificables, intangibles, y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos y tecnológicos que produce un desempeño, en donde generalmente existe la participación del cliente y que no es posible poseerlos, almacenarlos o transportados. Los servicios son practicados por personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con los requerimientos y expectativas para lograr la satisfacción al momento de recibirlos.

Cultura del Servicio

Cultura

Para Jaramillo, (2012) la cultura es el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época; de forma general se puede decir que los progresos logrados por los seres humanos en diferentes campos, desde la remota antigüedad hasta la presente, se les asigna el nombre de cultura.

Por su parte Taylor (2015), menciona que “Cultura es aquel todo complejo que incluye el conocimiento las creencias, los valores, la moral, el derecho las costumbres, el arte, las tradiciones, los hábitos y toda manifestación de capacidades adquiridas por el hombre siendo este un miembro de la sociedad”.

Cultura es todo lo que existe en el mundo y que ha sido producido por la mente y la mano humana; por ejemplo, las fiestas, la manera de pensar, los medios de convivencia los actos humanitarios, todos estos son productos culturales porque han surgido de la creación humana y de su manera de entender, sentir y vivir el mundo ya sea para el bien o para el mal; dependiendo de cómo vaya modificando la naturaleza el ser humano. Portugal, (2014)

Cultura del servicio

La cultura de servicio es una forma de hacer las cosas que valora el logro superior de calidad en el servicio, teniendo como eje principal al cliente. Según Lozano (2015), define la cultura de servicio como “la utilización de mejores estrategias del recurso humano, técnico y tecnológico que permitan una adecuada y creciente relación e integración entre todos los agentes sociales comprometidos: personas, empresas y comunidades”.

Sin embargo Solsys (2015), establece que cultura de servicios es:

El conjunto de valores, creencias, ideologías, y normas que comparten los individuos de un grupo humano, encaminados a satisfacer una necesidad, los cuales surgen en la interrelación social generando patrones de comportamiento tanto individual como colectivo que establecen una identidad entre sus miembros y los identifica de otra.

Para Ossa, Aguirre y Ghisays (2012), la cultura de servicio es una forma de hacer las cosas en las que interviene y se compromete a todos las jerarquías de la organización. Es una forma de hacer las cosas, donde las empresas que lo aplican, terminan, en un

conjunto, por convertirse en un valor que realzan las ventajas y que tienen acceso los usuarios industriales, los consumidores finales al adquirir los bienes y servicios y es algo que se percibe.

En el sentido la cultura abarca a un grupo determinado de personas compartiendo valores y creencias, y en este punto, es donde la cultura y los servicios tienen se relacionan e interactúan; ya que aquellas personas que trabajan en una empresa deben compartir valores comunes que vayan en una misma dirección y en donde la cultura en el servicio se vea reflejada.

Satisfacción del Cliente

Según Jones & Sasser (2012), La satisfacción del cliente se define identificando cuatro factores que afectan a esta; dichos factores se sacian las preferencias, necesidades o valores personales estos son: aspectos esenciales del producto o servicio que los clientes esperan de todos los competidores, servicios básicos de apoyo como la asistencia al consumidor, un proceso de reparación, en el caso de que se produzca una mala experiencia y la personalización del producto o servicio.

Como menciona Terry (2015), “Se entiende por satisfacción del cliente como una respuesta emocional del mismo ante su evaluación de la discrepancia recibida entre la experiencia previa/expectativas del producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con la empresa y el producto”

Feigenbaum (2015), menciona que la satisfacción es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

La satisfacción del cliente se refiere al estado de ánimo de una persona al momento de recibir un servicio o un producto y que resulta de la comparación entre el recibimiento percibido y sus expectativas.

Niveles de Satisfacción

Una vez que el cliente ha recibido el producto o servicio solicitado, este comienza a experimentar ciertas sensaciones, como menciona, IsoTools (2013), existe tres niveles de satisfacción explican a continuación:

Insatisfacción: Es aquel cliente en el que las expectativas superan a la percepción de la calidad del producto o servicio que ha recibido. Este es un obstáculo para el futuro de la organización, ya que el cliente puede actuar de la siguiente manera: Cambia de empresa/producto/servicio. Esto supone pérdidas para la organización. No comunica su insatisfacción, por lo que no se tienen referencias para la mejora y competitividad. Proporciona una mala publicidad sobre la calidad de los servicios o productos que la organización ofrece y, por lo tanto, ejerce un efecto multiplicador

Satisfacción: Esto ocurre cuando coinciden las expectativas y la percepción de la calidad del producto o servicio que recibe. El cliente será fiel a la organización mientras se encuentre satisfecho y no existan otros productos o servicios de la competencia que se adecúen mejor a sus necesidades.

Complacencia: La percepción de la calidad satisface las necesidades del cliente siendo superior a las expectativas del cliente. Esto proporciona una mayor lealtad del cliente y menores costes para la organización. Estos clientes son fieles a la marca y pueden llegar a actuar como evangelizadores de otros potenciales clientes.

Tipos de Clientes

Por lo general, las empresas u organizaciones que ya tienen cierto tiempo en el mercado suelen tener una amplia variedad de clientes, quienes esperan servicios de calidad, y excelente atención al cliente, como menciona Thompson (2012), es importante que los empresarios conozcan a profundidad los tipos de clientes que tiene la organización, estos se clasifican en 2 grupos principales:

Clientes Potenciales: Los clientes potenciales son todas aquellas personas, empresas, y organizaciones, que si bien no realizan la compra de un producto o servicios en la actualidad, si se tiene la posibilidad de que en un futuro requieran a corto, mediano o largo plazo, se les denomine clientes potenciales.

Clientes Actuales: Se refiere a todas las personas, empresas u organizaciones que realizan compras periódicamente, o lo han hecho en fechas recientes, así como, las personas que ocasionalmente compran o adquieren un servicio, siendo en quienes se realiza las ventas de bienes y servicios actuales de una empresa, es decir, estas personas

y empresas (clientes)son el mercado actual de la empresa quienes generan los ingresos actuales de la misma.

Según Martínez, (2014) menciona que en un negocio y de forma general existen dos tipos de clientes: potenciales y actuales.

Cientes Potenciales: “Son aquellos que no realizan compras en el negocio en la actualidad, pero que son vistos como como posibles clientes en el futuro, porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar”.

Cientes Actuales: “Son aquellos que generan el volumen de ventas actual, por tanto, constituyen la fuente de los ingresos que percibe el establecimiento en la actualidad”.

Expectativas del cliente

Según Martin, Payne y Ballantyne, (2014) mencionan que “las expectativas de los clientes se pueden definir como los deseos y necesidades de los clientes; es decir, lo que ellos piensan que debería suministrarles la oferta y no lo podría suminístrales”

Por otro lado Melara, (2103) afirma que “Las expectativas de los clientes son creencias relacionados con la prestación de servicios que funcionan como estándares o puntos d referencia contra los cuales se juzga su desempeño”.

Es aquella previsión o suposición sobre el futuro que afecta el comportamiento presente. Las decisiones económicas raramente se toman sobre la base exclusiva de los datos del presente: todo agente tiene, por lo general, alguna idea de cómo evolucionarán los precios en el futuro, y de acuerdo a ella decide su conducta. Sobre la base de las expectativas es que se realiza la especulación, se efectúan inversiones, se solicitan y otorgan préstamos y se desarrollan muchas otras acciones básicas de la vida económica (Sabino, 2013).

Según Martínez, (2014) “Una expectativa es la ilusión o esperanza de realizar o haber cumplido un determinado propósito. En el contexto comercial, sería la anticipación que un cliente hace la experiencia que vivirá comprar un determinado producto o servicio”.

2.5.- Hipótesis

Los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua inciden en la satisfacción del cliente.

2.6.- Señalamiento de Variables

✓ **Variable Independiente**

Servicios hoteleros

✓ **Variable Dependiente**

Satisfacción del cliente

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.-Enfoque de la investigación

La presente investigación mantiene un enfoque cualitativo – cuantitativo. Cualitativo porque busca establecer cuáles son las cualidades que tiene cada cliente al obtener los servicios hoteleros; considerando aspectos muy importantes como el servicio prestado, la atención, la calidad, con la determinación de estos elementos se busca diferentes alternativas que ayuden a medir la satisfacción del cliente; y a la vez se integrara el enfoque cuantitativo porque recoge información de datos estadísticos para garantizar la calidad de los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato para de esta manera demostrar la verificación y comprobación de la hipótesis.

3.2.- Modalidad dela Investigación

Las modalidades que se utilizaran para la elaboración del presente trabajo de investigación serán:

✓ **Investigación de campo:**

La presente investigación se lo realizara en el lugar donde ocurren los hechos, en este caso el cantón Ambato, porque se pone en contacto con la realidad actual y obtener información relevante que permitirá dar soluciones para mejorar la calidad en los servicios hoteleros.

✓ **Investigación bibliográfica – documental**

La investigación es bibliográfica porque su propósito es profundizar en conceptos, teorías y criterios de varios autores relacionados al problema de investigación, que contribuyen, sustentan y garantizan la calidad de los fundamentos teóricos recopilados para la investigación.

3.3.- Nivel o tipo de investigación

Para la estructuración del presente trabajo de investigación será de tipo exploratorio, pues permite recabar datos e información, relevantes, reales, verídicos e importantes para realizar la comprobación de la hipótesis expuesta; Además será de tipo descriptivo, porque se realiza un análisis minucioso y profundo de las variables planteadas a través de la contextualización del tema y el marco teórico; Finalmente será de tipo explicativo porque va más allá de la descripción de los conceptos ya que se centra en la problemática y en qué condiciones se manifiesta; mediante el desarrollo y de la posterior comprobación de la hipótesis, será posible establecer conclusiones y recomendaciones que servirán para generar una propuesta pertinente a la solución del problema.

3.4.- Población y Muestra

3.4.1.- Población

El actual trabajo de investigación involucra empresarios hoteleros del cantón Ambato, provincia de Tungurahua la población investigada son 28 hoteles.

3.4.2.- Muestra

La presente muestra fue dirigida únicamente a las personas involucradas en ámbito hotelero y cuyo aporte será de importante relevancia para la investigación.

Debido aquello la población es reducida y no se extraerá una muestra y la encuesta se aplicará al total de la población para obtener un alto nivel de veracidad de la información requerida para la investigación.

La presente investigación tomo como universo a 28 gerentes de los hoteles del cantón Ambato.

Entidades	N° De entidades	N° de representantes
Hotel Ambato	1	1
Hotel Miraflores	1	1
Hotel Emperador	1	1
Hotel boutique Mary Carmen	1	1
Roka Plaza Hotel Boutique	1	1
Hotel Gran Hotel	1	1
Hotel Oro Blue	1	1
Sahra Inn Hotel	1	1
Hotel Royal	1	1
Hotel de las Américas	1	1
Hotel Tungurahua	1	1
Hotel Señorial	1	1
Hotel de las Flores	1	1
Hotel Guayaquil	1	1
Hotel Imperial	1	1
Hotel del Sol	1	1
Hotel Acapulco	1	1
Grand Hotel Madrigal	1	1
Hotel La Posada del Gaucho	1	1
Pizzería Hotel La Fornace	1	1
Gran Hotel Madrigal	1	1

Hotel Florida	1	1
Hotel Miraflores	1	1
Hotel París	1	1
Hotel Confortel Cosmopolita	1	1
Hotel Ficoa Real Suites	1	1
Colony Inn Hotel	1	1
Hotel Versailles	1	1
Hotel El Jardín	1	1
Hotel San Ignacio	1	1
TOTAL		30

Tabla N°1: Hoteles de Ambato
Fuente: (CAPTUR, 2015)
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Por lo tanto se aplicarán 28 encuestas, las mismas que tendrán un 100% de autenticidad en la información ya que el universo al que se realizó las encuestas son personas que están inmersas en el sector hotelero y por lo tanto tienen vastos conocimientos sobre el tema y la información brindada será de suma importancia para la realización del proyecto de investigación.

3.5.- Operacionalización de variables

3.5.1.-Variable Independiente: Los servicios hoteleros

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES BÁSICOS	TÉNICAS	INSTRUMENTOS
Servicios Hoteleros El servicio hotelero es una actividad esencialmente intangible, ligada en su prestación a un soporte físico, que se ofrece para satisfacer las necesidades de alojamiento de los turistas. Figueroa, (2013)	Actividad	Medidas Acciones Oferta de nuevos servicios	¿Cómo calificaría usted la gestión de actividades realizada por los gerentes, que se presentan en los hoteles de ciudad de Ambato?	Encuesta	Cuestionario
	Intangible	Personal capacitado Clientes conformes Sistemas de calidad adecuados	¿Se encuentra satisfecho con la calidad del servicio que usted brinda a su empresa y a sus clientes?		
	Soporte físico	Estructura Infraestructura Instalaciones	¿Usted considera que el soporte físico (estructura e infraestructura) reúne las condiciones óptimas de calidad?		

Satisfacción de necesidades	Nivel de cumplimiento Procesos de calidad	¿En qué nivel considera usted que los servicios hoteleros, satisface las necesidades de los clientes?
Alojamiento	Porcentaje de ocupación Índice de alojamiento Estadía	¿Cómo calificaría el servicio de alojamiento que ofrece los hoteles del cantón Ambato?

Tabla N°2: Operacionalización de la Variable Independiente
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Producto y/o servicio	<p>¿Cómo calificaría usted la atención y el servicio brindado por el personal que labora en los establecimientos de alojamiento?</p> <p>¿Cuáles son los principales servicios ofertados en los hoteles del cantón Ambato?</p>
Expectativas	<p>Variedad de producto</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Eficacia en el servicio</p> <p>¿Usted considera que los mencionados servicios, satisfacen al cliente de una manera?</p> <p>¿Considera usted que es necesario una innovación continua de los servicios y/o productos ofertados en los hoteles del cantón Ambato?</p>

Tabla N°3: Operacionalización de la Variable Dependiente

Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

3.6.- Recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
2.- ¿Sobre qué aspecto?	Los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua y su incidencia en la satisfacción del cliente.
3.- ¿Quién? ¿Quiénes?	Victoria Vanessa Silva Jara
4.- ¿A quiénes?	Turistas que visitan la ciudad.
5.- ¿Cuando?	Periodo Octubre 2016 – Marzo 2017
6.- ¿Donde?	Cantón Ambato, provincia de Tungurahua.
7.- ¿Cuántas veces?	Una vez
8.- ¿Cómo? ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9.- ¿Con qué?	Cuestionario

Tabla N°4: Recolección de Información
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

3.7.- Plan de procesamiento de la información

El trabajo de investigación se desarrollará siguiendo los siguientes pasos:

- 1.- Revisión crítica de la información la misma que debe ser fuentes confiables de autores los cuales dan la búsqueda correcta acerca del tema.
- 2.- Categorización, organización, sistematización y filtrado de información.
- 3.- Tabulación de datos.
- 4.- Análisis, revisión, y revisión de la hipótesis.
- 5.- Esquema, interpretación, y presentación de resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1.- Análisis de los resultados

Encuesta dirigida a personas del sector hotelero del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

Pregunta N° 1: ¿Cómo calificaría usted, la gestión de actividades administrativas realizada por los accionistas y gerentes del sector hotelero de la ciudad de Ambato?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
EXCELENTE GESTIÓN	10	33.33
BUENA GESTIÓN	11	36.67
INEFICIENTE GESTIÓN	9	30
TOTAL	30	100.00

Tabla N°5: Tabulación Pregunta
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

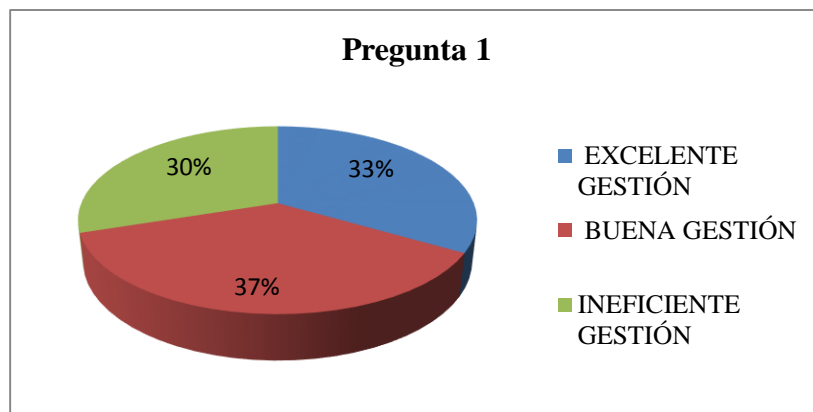


Gráfico N°7: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

Luego de realizada la encuesta, el 37% de los gerentes hoteleros, es decir 11 respondieron que la gestión de actividades administrativas realizada por los accionistas y gerentes es buena, mientras que el 33% respondió que la gestión es excelente y un 30% respondió que es ineficiente.

Interpretación

La mayor parte de los accionistas y gerentes hoteleros encuestados realizan una buena gestión de actividades administrativas dentro del sector hotelero de la ciudad de Ambato.

Pregunta N°2: ¿Usted considera que el soporte físico (estructura e infraestructura) reúne las condiciones óptimas de calidad?

ALTERNATIVA		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
EN ALTO PORCENTAJE	16	53.33
EN MEDIANO PORCENTAJE	9	30.00
EN BAJO PORCENTAJE	5	16.67
TOTAL	30	100.00

Tabla N°6: Tabulación Pregunta 2
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

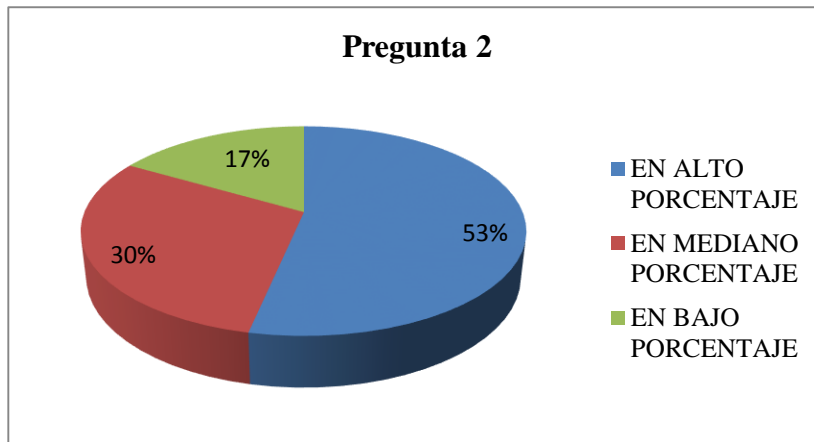


Gráfico N°8: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

Del total de los gerentes encuestados, el 53% respondieron que el soporte físico (estructura e infraestructura) está un alto porcentaje en cuanto a condiciones óptimas de calidad se refiere, el 30% respondió que en mediano porcentaje; mientras que el 17% expresaron que hay un bajo porcentaje.

Interpretación

Existe un porcentaje similar entre los gerentes que piensan que el soporte físico reúne las condiciones óptimas de calidad es alto, y los gerentes que piensan que el soporte físico está en mediano porcentaje.

Pregunta N° 3: ¿Se encuentra satisfecho con la calidad del servicio que usted brinda a su empresa y a sus clientes?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SATISFECHO	14	46.67
POCO SATIAFECHO	9	30.00
INSATISFECHO	7	23.33
TOTAL	30	100.00

Tabla N°7: Tabulación Pregunta 3
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

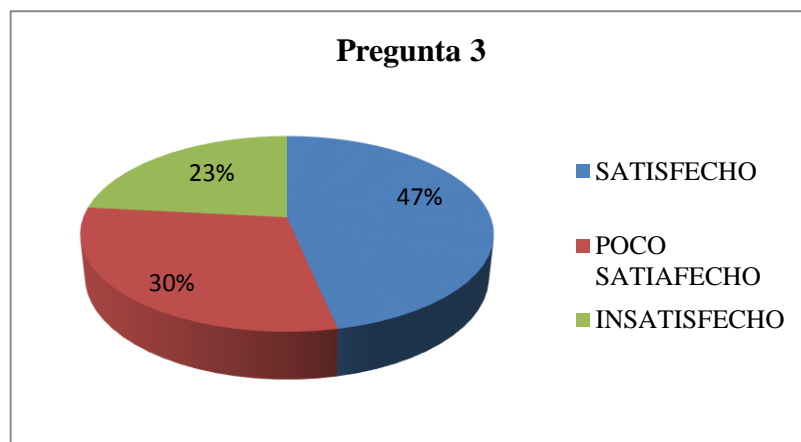


Gráfico N°9: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis:

El 47% de los gerentes encuestados manifestaron que se encuentran satisfechos con la calidad de servicio que brinda a la empresa y a sus clientes, el 30% está poco satisfecho con lo realizado y el 23% está insatisfecho con lo ejecutado.

Interpretación

Hay un gran porcentaje de gerentes que afirman que se encuentran satisfechos con la calidad de servicios que brinda a la empresa y a sus clientes.

Pregunta N° 4: ¿En qué nivel considera usted que los servicios hoteleros, satisface las necesidades de los clientes?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTO NIVEL	11	36.67
MEDIO NIVEL	13	43.33
BAJO NIVEL	6	20.00
TOTAL	30	100.00

Tabla N°8: Tabulación Pregunta 4
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

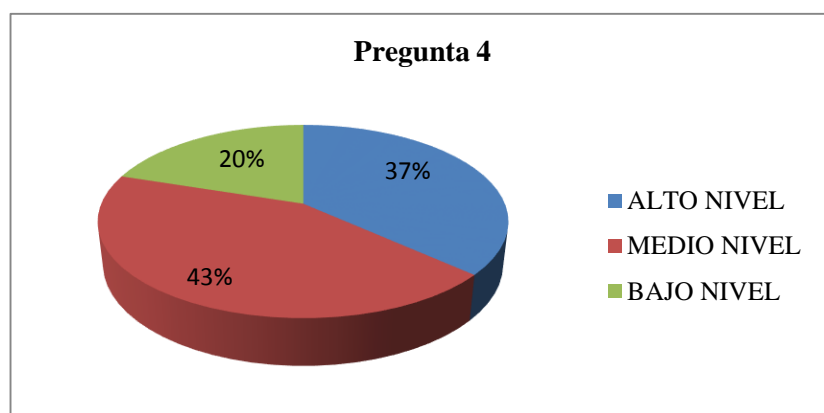


Gráfico N°10: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

Del total de los encuestados el 43% expresan que el nivel de los servicios hoteleros, satisface las necesidades es alto, el 37% menciona que el 47% satisface las necesidades en un mediano nivel, mientras que el 20% piensa que el nivel de satisfacción es bajo.

Interpretación

Se puede concluir que el nivel de los servicios hoteleros que satisfice las necesidades de los clientes se encuentra en un medio nivel por los que los clientes no están 100% satisfechos con los servicios brindados.

Pregunta N° 5: ¿Cómo calificaría el servicio de alojamiento que ofrecen los hoteles del Cantón Ambato?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
EXLENTE	6	20.00
BUENO	18	60.00
MALO	6	20.00
TOTAL	30	100.00

Tabla N°9: Tabulación Pregunta 5
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

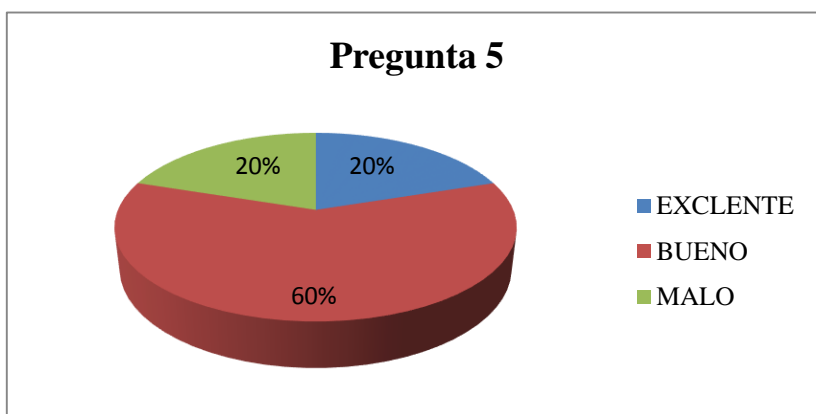


Gráfico N°11: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

El 22% de los encuestados califica el servicio de alojamiento de una manera excelente, el 64% opina que el servicio de alojamiento es bueno y finalmente el 14% expresa que es malo.

Interpretación

La mayor parte de los gerentes encuestados opinan que el servicio de alojamiento que ofrecen los diferentes hoteles del cantón Ambato son buenos.

Pregunta N° 6: ¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con la prestación de servicios?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SATISFECHO	8	26.67
POCO SATISFECHO	18	60.00
INSATISFECHO	4	13.33
TOTAL	30	100.00

Tabla N°10: Tabulación Pregunta 6
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

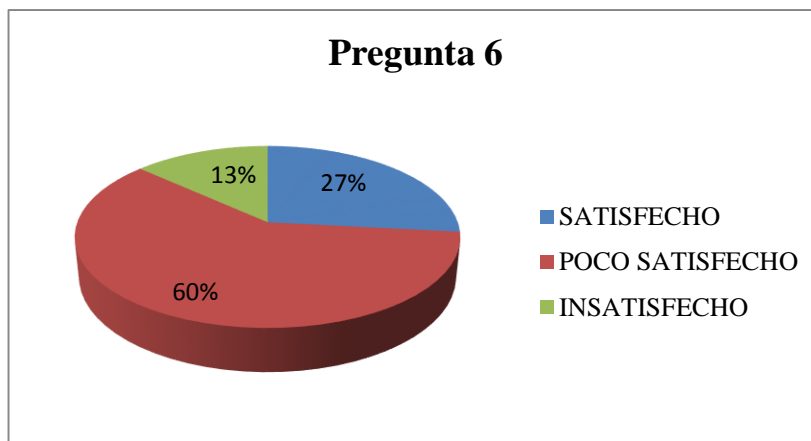


Gráfico N°12: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

En las encuestadas realizadas el 22% de los gerentes consideran que los clientes se encuentran satisfechos con la prestación de servicios, el 64% piensan que los clientes están poco satisfechos y que el 14% se encuentran insatisfechos con la prestación de servicios.

Interpretación

La mayor parte de los clientes no se encuentran completamente satisfechos con prestación de servicios; lo que causa malestar e incomodidad en el mismo.

Pregunta N° 7: ¿Cree usted que los servicios y/o productos ofertados en los hoteles del cantón Ambato son de calidad?

ALTERNATIVA		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTO PORCENTAJE	8	26.67
MEDIANO PORCENTAJE	12	40.00
BAJO PORCENTAJE	10	33.33
TOTAL	30	100.00

Tabla N°11: Tabulación Pregunta 7
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

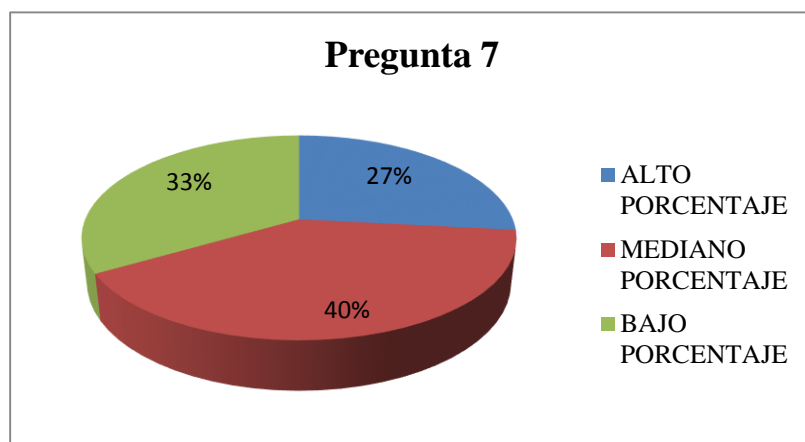


Gráfico N°13: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

El 28% de encuestados opina que los servicios y/o productos ofertados en los hoteles del cantón Ambato se encuentra en un alto porcentaje de calidad, el 43% considera que existe un mediano porcentaje de calidad y el 29% expresa que el porcentaje de calidad es bajo.

Interpretación

Los servicios y/o productos que se ofrecen en los hoteles del cantón Ambato no cuentan con un nivel alto de calidad, provocado disgusto en los clientes.

Pregunta N° 8: ¿En qué porcentaje considera usted que se cumple las expectativas del cliente al recibir los servicios?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTO PORCENTAJE	10	33.33
MEDIANO PORCENTAJE	11	36.67
BAJO PORCENTAJE	9	30.00
TOTAL	30	100.00

Tabla N°12: Tabulación Pregunta 8
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

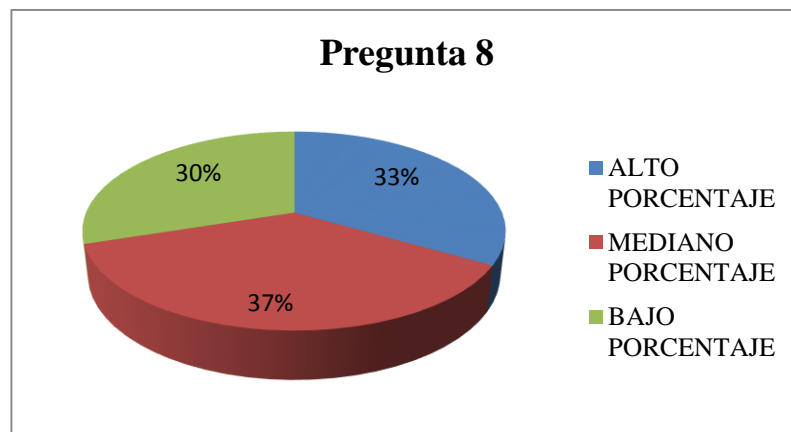


Gráfico N°14: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

Del total de los encuestados el 37% piensa que el porcentaje en que se cumplen las expectativas del cliente al recibir los servicios es alto, el 33% manifiesta que el porcentaje es mediado y el 30% opina que el porcentaje en que se cumplen las expectativas del cliente es bajo.

Interpretación

El nivel en que se cumplen las expectativas del cliente al recibir los servicios es mediado por lo que no se encuentra totalmente satisfecho con lo recibido.

Pregunta N° 9: ¿De qué manera considera usted que el personal soluciona inmediatamente cualquier inconveniente que surja con el cliente?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTO PORCENTAJE	10	33.33
MEDIANO PORCENTAJE	15	50.00
BAJO PORCENTAJE	5	16.67
TOTAL	30	100.00

Tabla N°13: Tabulación Pregunta 9
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

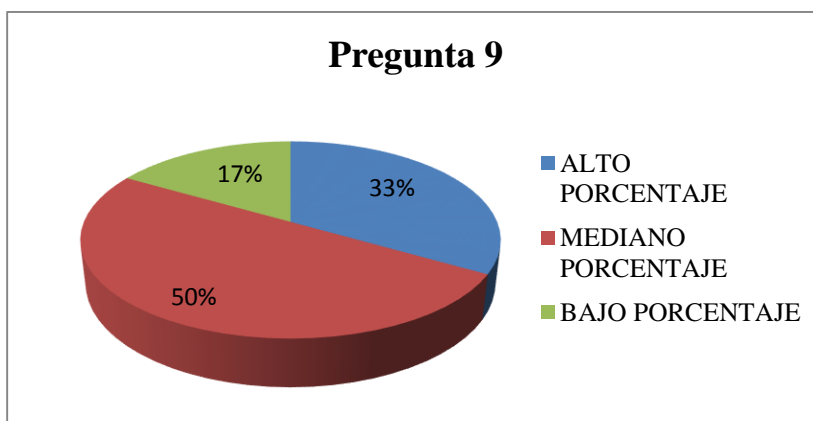


Gráfico N°15: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

EL 50% de los gerentes encuestados expresa que el personal que labora en los establecimientos de alojamiento soluciona los inconvenientes en un alto porcentaje, mientras que el 33% opina que lo soluciona en un mediano porcentaje y el 17% piensa el personal lo soluciona en bajo porcentaje.

Interpretación

El personal que labora en los establecimientos de alojamiento no soluciona completamente los inconvenientes que surja con el cliente de una manera eficaz y eficiente.

Pregunta N° 10: ¿Cómo calificaría usted la atención y el servicio brindado por el personal que labora en los establecimientos de alojamiento?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
EXCELENTE	10	33.33
BUENO	13	43.33
MALO	7	23.33
TOTAL	30	100.00

Tabla N°14: Tabulación Pregunta 10
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

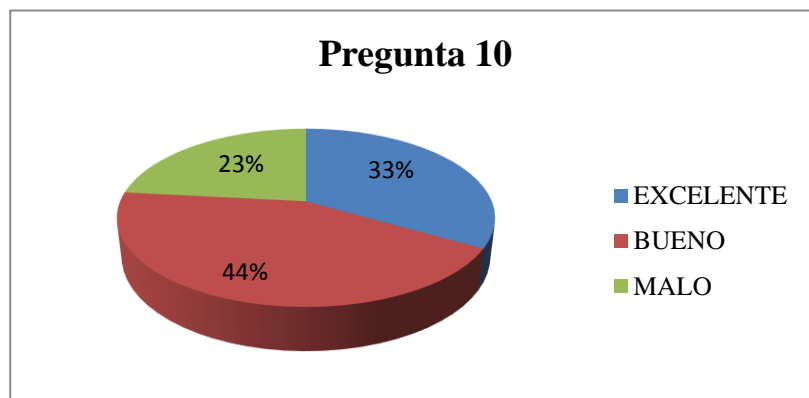


Gráfico N°16: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

El 44% de los gerentes encuestados califican que la atención y servicios brindado por el personal que labora en los establecimientos de alojamiento es excelente, el 33% opina que es buena y finalmente el 23% manifiestan que es malo.

Interpretación

La atención y el servicio brindado por el personal que labora en los establecimientos de alojamiento son bueno pero es importante dar una atención de alta calidad para que el cliente se sienta complacido y se haya cumplido con los requerimientos del mismo.

Pregunta 11.- ¿Cuáles son los principales servicios ofertados en los hoteles del cantón Ambato?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Conexión wifi	20	66.67
Aire acondicionado		
Buffet libre		
Late check-out		
Restaurant	8	26.67
Transporte		
Lavandería		
Piscina	2	6.67
Gimnasio		
Aceptación de mascotas		
Guardería		
Total	30	100.00

Tabla N°15: Tabulación Pregunta 11
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

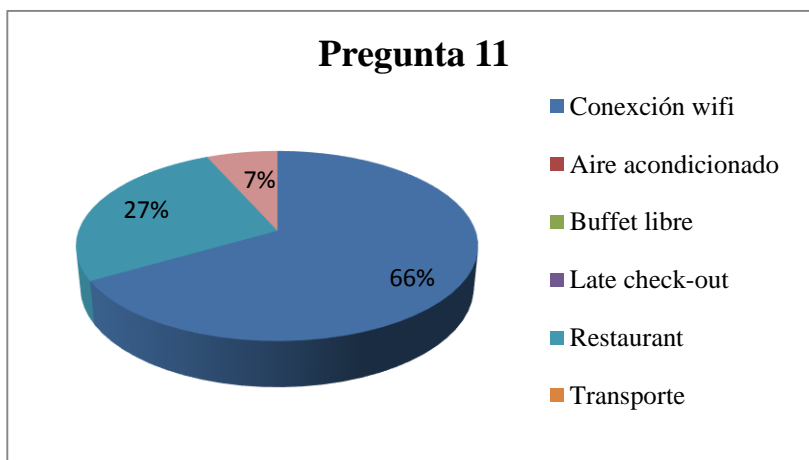


Gráfico N°17: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

Según los datos de la encuesta, el 66% considera que el principal servicio en los hoteles del cantón Ambato es conexión wi - fi, el 27% opina que es la lavandería y el 7% manifiesta que es la piscina.

Interpretación

Las personas encuestadas expresaron que el principal servicio que se ofrece en los hoteles del cantón Ambato es la conexión wi - fi, porque es indispensable para los clientes que necesitan estar siempre actualizados.

PREGUNTA 12.- ¿Usted considera que los mencionados servicios, satisfacen al cliente de una manera?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY SATISFACTORIA	27	90.00
SATISFACTORIA	2	6.67
INSATISFACTORIA	1	3.33
TOTAL	30	100.00

Tabla N°16: Tabulación Pregunta 12
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

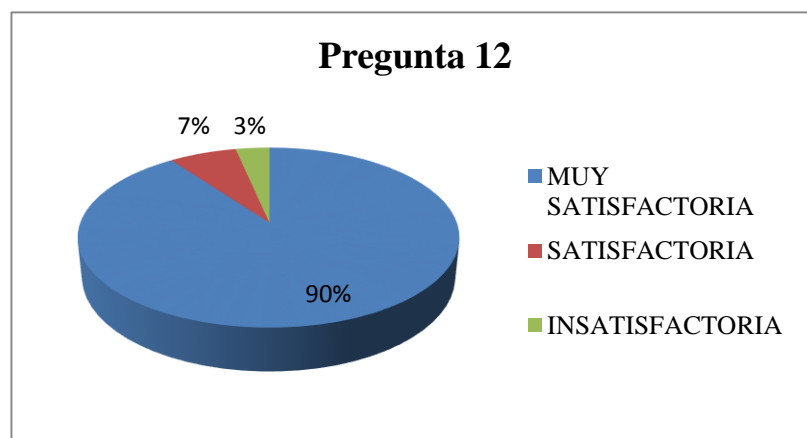


Gráfico N°18: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis:

El 90% de los encuestados manifestaron que los mencionados servicios satisfacen al cliente de una manera muy satisfactoria, el 7% expresaron que es satisfactoria y el 3% opinaron que es insatisfactoria.

Interpretación

Existe un alto porcentaje de personas que afirmaron que los principales servicios hoteleros que se ofertan en el cantón Ambato satisfacen favorablemente todas las necesidades que tenga el cliente.

PREGUNTA 13: ¿Considera usted que es necesario una innovación continua de los servicios y/o productos ofertados en los hoteles del cantón Ambato?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY NECESARIA	25	83.33
NECESARIA	3	10.00
INNECESARIA	2	6.67
TOTAL	30	100.00

Tabla N°17: Tabulación Pregunta 13
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

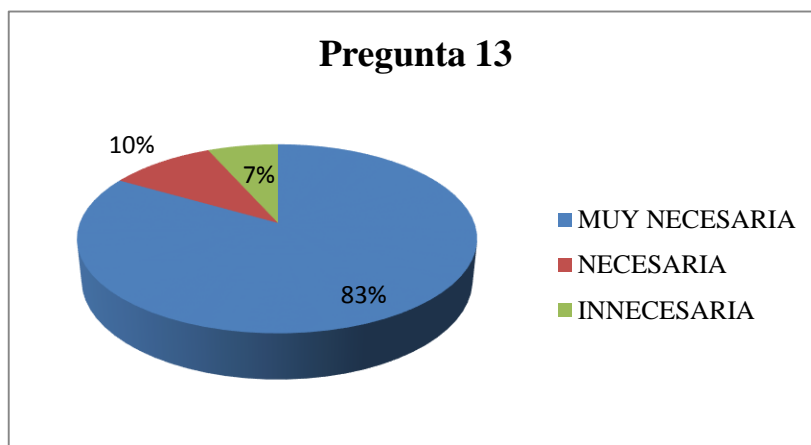


Gráfico N°19: Representación Gráfica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

Análisis

El 83% de los gerentes encuestados expresa que es muy necesaria una innovación continua de los servicios y/o productos ofertados en los hoteles del cantón Ambato, el 10% opina que es necesario y el 7% opina que es innecesaria.

Interpretación

La mayor parte de los encuestados manifiesta que es muy necesario e importante que se realice una innovación continua e los servicios y/o productos que se ofrecen en los hoteles del cantón Ambato, para que los clientes se sientan realmente satisfechos con la prestación de servicios.

4.2.- Verificación de la Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo investigativo se utilizara el siguiente método estadístico conocido como Chi Cuadrado (χ^2).

4.2.1- Planteamiento de la Hipótesis

Ho: Los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua **NO** incide en la satisfacción del cliente.

H1: Los servicios hoteleros ofertado en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua **SI** incide en la satisfacción del cliente.

4.2.2.- Selección de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizara un nivel de significación de $\alpha=0.05$.

4.2.3.- Descripción de la población

La población investigada son personas que tienen alto grado en conocimientos hoteleros, las cuales asciende a 28.

Muestra de personas involucradas en el área hotelera del cantón Ambato	Porcentaje
30	100%

Tabla N°18: Descripción de la población
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

4.2.4.- Especificación de lo estadístico

Para el efecto se utilizara la siguiente fórmula.

X^2 = Chi Cuadrado

Σ = Sumatoria

O= Frecuencias Observadas

E= Frecuencias Esperadas

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Para lo cual se especificará un cuadro de contingencia de 6 filas por 3 columnas con lo cual se determinará las frecuencias observadas.

4.2.5.- Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

GRADOS DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(5 - 1)	(3 - 1)
gl=	4	2
gl=	4*2	
gl=	8	

X²T: 15,507

Tabla N°19: Grados de Libertad
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

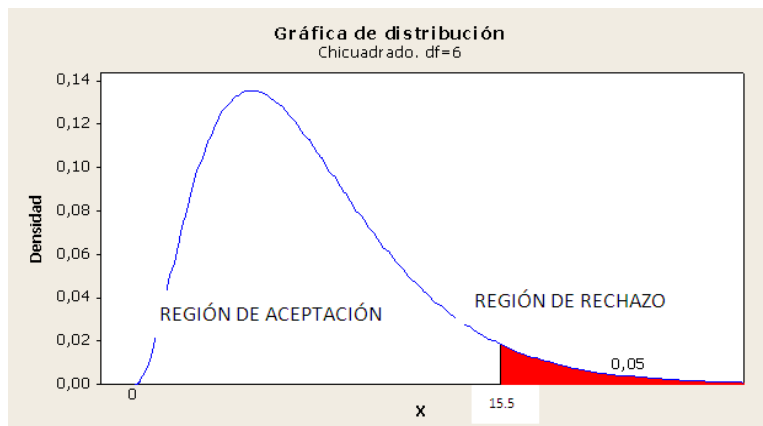


Gráfico N°20: Gráfico de Gauss

Entonces con 8gl y un nivel de 0,05 tenemos en la tabla X^2 el valor de 15,507 por consiguiente se acepta la hipótesis nula para todo valor de chi cuadrado que se encuentra hasta el valor de 15,507 y se rechaza la hipótesis cuando los valores calculados son mayores a 15,507.

4.2.6.- Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

PREGUNTAS	CATEGORIAS			SUBTOTAL
	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	OPCIÓN 3	
2	14	12	4	30
3	16	9	5	30
11	20	8	2	30
12	27	2	1	30
13	25	3	2	30
TOTAL	102	34	14	150

Tabla N°20: Especificación de lo estadístico (Frecuencias Obtenidas)
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017).

Una vez determinadas las frecuencias observadas y con los resultados obtenidos se proceden a establecer las frecuencias esperadas.

FRECUENCIAS ESPERADAS	
$(102*30)/150$	20.4
$(34*30)/150$	6.8
$(14*30)/150$	2.8

Tabla N°21: Frecuencias Esperadas
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017)

4.2.7.- Cálculo de Chi Cuadrado

FRECUENCIAS OBTENIDAS	FRECUENCIAS ESPERADAS	O – E	(O - E)^2	(O - E)^2/E
14	20.4	-6.4	40.96	2
12	6.8	5.2	27.04	3.97
4	2.8	1.2	1.44	0.51
16	20.4	-4.4	19.36	0.94
9	6.8	2.2	4.84	0.71
5	2.8	2.2	4.84	0.71
20	20.4	-0.4	0.16	0.03
8	6.8	1.2	1.44	0.21
2	2.8	-0.8	0.64	0.22
27	20.4	6.6	43.56	2.13
2	6.8	-4.8	23.04	3.38
1	2.8	1.8	3.24	1.15
25	20.4	4.6	21.16	1.01
3	6.8	-3.8	14.44	2.12
2	2.8	-0.8	0.64	0.22
150	150			19.31

Tabla N°22: Cálculo de Chi-Cuadrado
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017).

4.2.8.- Decisión

Como se puede observar X^2 (19,31) es mayor X^2_T (15,507) por tanto se acepta la hipótesis alternativa H_1 (Los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua **SI** incide en la satisfacción del cliente) y con esto se ha verificado la hipótesis satisfactoriamente.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

5.1.-Conclusiones

- ✓ Del diagnóstico realizado a los servicios hoteleros sobre la satisfacción al cliente que brindaría el desarrollo del sector se concluye que se necesita un análisis exhaustivo que refleje el trabajo técnico de los gerentes, accionistas y administradores específicamente en la cultura del servicio al cliente para mejorar los resultados basados en: la comodidad, la estadía, el confort y el servicio.
- ✓ Una vez analizada la situación actual sobre los servicios hoteleros en la ciudad de Ambato se interpreta que dichos prestaciones no satisfacen las expectativas y necesidades, puesto que sus requisitos primordiales basados en la cultura del servicio, no cumplen con la atención y seguridad del cliente.
- ✓ Se establece que el personal en los hoteles debe mejorar el servicio por medio de la aplicación de las normas de calidad y capacitación continua logrando un cambio de actitud y aptitud, con el fin de priorizar la excelencia.
- ✓ Finalmente se determina que los hoteles en la ciudad de Ambato deben brindar a sus clientes un valor agregado innovando continuamente sus servicios en todas sus áreas para cumplir con las expectativas y necesidades nacionales e internacionales.

5.2.- Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que cuando se practique el servicio hotelero es necesario mantener un control de calidad con tiempo determinado, analizando la oferta de la empresa en los servicios con el fin de obtener un ritmo adecuado evitando inconveniente que molesten a los clientes.

- ✓ Se recomienda para la implementación de las normas de calidad es necesario que los trabajadores de los hoteles se capaciten con temas pertinentes para brindar un servicio de calidad y para la formación de conocimientos centrados en la satisfacción del cliente.

- ✓ Se recomienda realizar el mantenimiento continuo de las instalaciones que permitan la interacción entre cliente y servicio de una manera más directa cumpliendo los requerimientos y expectativas de los mismos

- ✓ A través de la implementación de la página web se ofertará los servicios de los hoteles mencionado en la investigación, donde se detalla cada uno de ellos como costos, alimentación, alojamiento entre otros.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1.- Datos Informativos

Tema: Diseño de una página web para promocionar los servicios hoteleros ofertados en la ciudad de Ambato Provincia de Tungurahua.

Investigadora: Victoria Silva Jara

Beneficiario:

- Hoteles de la ciudad de Ambato
- Clientes de los Hoteles

Ubicación:

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Ambato

Tiempo estimado para la ejecución: Octubre 2016 – Marzo 2017.

Equipo Técnico Responsable: Investigadora

6.2.- Antecedentes de la Propuesta

De acuerdo a la investigación realizada y datos obtenidos, es factible la ejecución de esta propuesta ya que por medio de la elaboración de una página web en la cual se incluyan todos los servicios hoteleros ofertados en el cantón Ambato, los turistas tanto nacionales como extranjeros obtengan un conocimiento más amplio y adecuado acerca de la ubicación y los servicios que ofertan los hoteles en el Cantón

Ambato, además de permitir un mejoramiento en cuanto a la satisfacción de las necesidades de los turistas y el perfeccionamiento en cuanto a la atención al cliente, que proporcionan los prestadores de servicios que a su vez son los responsables de que la afluencia de turistas y número de visitas a los establecimientos hoteleros aumente.

6.3.- Justificación de la Propuesta

A través de la investigación se determina que en la ciudad Ambato no existe una página web que abarque información sobre los hoteles con costos y servicios ofertados, simplemente existen páginas individuales de los diferentes establecimientos hoteleros que causan molestias a los clientes en el momento de comparar precios y servicios de cada uno, mediante la elaboración de la página web se dará a conocer los servicios de los hoteles del cantón Ambato beneficiando a los usuarios, ya que permite un mayor acceso a la información de los servicios en los hoteles. Con el estudio realizado es importante tener en cuenta que es indispensable ir perfeccionando estrategias que ayuden al desarrollo hotelero implementando un canal de comunicación y difusión que permitan a los clientes conocer el lugar, los servicios, las promociones y al mismo tiempo estar en contacto las 24 horas, 7 días a la semana utilizando las bondades que ofrece la tecnología. De esta manera la presente propuesta se muestra como un aporte al desarrollo del sector hotelero para dar a conocer todas las actividades que se realizan en los diferentes establecimientos de hoteleros del cantón, a través de una página web afable que proporcionará una variedad de opciones para que el cliente este bien informado sobre los servicios ofertados.

6.4.- Objetivos de la Propuesta

6.4.1.- Objetivo General

- ✓ Diseñar una página web para la oferta de los servicios hoteleros del cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

6.4.2.- Objetivos Específicos

- ✓ Recabar información básica de los servicios que oferta el sector hotelero.
- ✓ Sintetizar la información más relevante que ofertan los hoteles en el Cantón Ambato.
- ✓ Diseñar un sitio accesible y de fácil navegación para que el cliente encuentre a su disposición la información que requiera del sector hotelero.

6.5.- Análisis de Factibilidad

6.5.1.- Factibilidad Operativa

La presente propuesta es totalmente factible, ya que cuenta con la instrucción necesaria para la ejecución de la misma, así como también existe la colaboración de los Establecimientos Hoteleros. Es importante recalcar que existe el respaldo y conocimiento técnico del tutor encargado de la presente investigación, el mismo que vigilara constantemente el desarrollo y finalización de la propuesta.

6.5.2.- Factibilidad Económica

Para analizar la factibilidad económica se utilizara una matriz basada en indicadores económicos con su respectiva ponderación con una escala que va del 1 al 5. En la cual va desde el puntaje menor al mayor.

ETAPAS DE DISEÑO DE LA PAGINA WEB	ESCALA DE VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
Recabar información básica de los servicios que oferta el sector hotelero.			X		
Sintetizar la información más relevante que ofertan los hoteles en el Cantón Ambato.			X		
Diseñar un sitio accesible y de fácil navegación para que el cliente encuentre a su disposición la información que requiera del sector hotelero.				X	

Tabla N°23: Factibilidad Económica
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017).

Establecidos todos los indicadores se concluye que el proyecto es económicamente factible ya que todos los gastos del Diseño de la Pagina Web serán cubiertos por la autora de la investigación.

6.6.- Fundamentación Teórica

Página web

Se considera página web a un documento disponible en internet, codificado según estándares y con lenguaje específico; a estos sitios se puede llegar a través de los navegadores de internet, que reciben la información del documento entregando al usuario la información necesaria. Dichos sitios pueden ofrecer textos, imágenes, animaciones y sonidos. Una página necesitan donde colocarse para que cuando el usuario solicite la información desde el navegador, y aparezca la información en el computador (Oliver, 2014).

Hotel

Se denominan hoteles a los establecimientos comerciales abiertos al público que ofreciendo alojamiento turístico con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y que reúnen los requisitos técnicos mínimos de establecidos en la legislación vigente de cada país (Paniagua, 2014).

Servicio

Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede estar o no relacionada con un producto físico. (Kotler , Bloom , & Hayes , 2004)

Calidad

Tiene sus inicios en el término griego kalos, que significa “lo bueno, lo apto”, y también en la palabra qualitatem, que significa “cualidad o propiedad”. En este sentido, calidad es una palabra de naturaleza subjetiva, una apreciación que cada individuo define según sus expectativas y experiencias, es un adjetivo que califica alguna acción, materia o individuo. (Carbellido, 2005).

6.7- Modelo Operativo

FASES	METAS	ACTIVIDADES	RECURSO	PRESUPUESTO	TIEMPO	RESPONSABLE
Levantamiento de Información	Recabar información básica de los servicios que oferta el sector hotelero.	Asistir a cada hotel del cantón para la recolección de información.	Transporte Recurso Humano Recursos tecnológicos Material de oficina	\$50,00	4 semanas	Autora de la propuesta
Análisis	Sintetizar la información más relevante que ofertan los hoteles en el Cantón Ambato.	Establecer los servicios que incluirán en la página.	Transporte Recurso Humano Recursos tecnológicos Material de oficina	\$15,00	3 semanas	Autora de la propuesta
Diseño	Diseñar una página web para ofertar los servicios de los hoteles del cantón Ambato.	Presentar la propuesta establecida.	Recurso Humano Recursos tecnológicos	\$200.00	1 semana	Autora de la propuesta

Tabla N°24: Modelo Operativo
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017).

6.7.1.- Desarrollo Operativo de la Propuesta

DISEÑO DE UN PAGINA WEB PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

Para la ejecución de la propuesta es primordial establecer los siguientes pasos los mismos que proporcionarán el cumplimiento de los objetivos establecidos según las actividades realizadas.

1.-Recabar información básica de los servicios que oferta el sector hotelero.

- ✓ Visita a los diferentes establecimientos hoteleros del cantón Ambato.
- ✓ Recolección de los servicios ofertados por los hoteles.

N°	Establecimientos Hoteleros	Disponibilidad de Información	
		SI	NO
1	Hotel Emperador	X	
2	Hotel Ambato	X	
3	Hotel Boutique Mary Carmen	X	
4	Hotel de las Flores	X	
5	Hotel de las Américas	X	
6	Hotel Florida	X	
7	Hotel La Kapital	X	
8	Hotel La Florida	X	
9	Hotel Versailles	X	
10	Hotel Colony Inn	X	

Tabla N°25: Disponibilidad de Información

Elaborado por: SILVA, Victoria (2017).

2.- Sintetizar la información más relevante que ofrecen los hoteles en el cantón Ambato.

- ✓ Diseño de la página web para los huéspedes.
- ✓ Presentar la propuesta establecida.

HOTEL	SERVICIOS
EMPERADOR	<p>Hotel Emperador es un prestigioso hotel de cuatro estrellas, situado en Ambato, jardín del Ecuador, se levanta frente al Parque Cevallos en pleno corazón financiero y comercial de la ciudad.</p> <p>Las habitaciones y suites tienen un estilo contemporáneo y están equipadas con muebles modernos, telas suaves y detalles para su confort. Los salones están diseñados especialmente para reuniones, eventos sociales, conferencias. Cuenta con seis salones y el principal de 610m cuadrados.</p> <p>Cuenta además con una excelente gastronomía en Julio Cesar Restaurant, ubicado en el último piso.</p> <p>El Spa Emperador cuenta con piscinas, saunas húmedo y seco, gimnasio, hidromasaje y jacuzzi.</p>
AMBATO	<p>Está ubicado en el centro comercial de la ciudad, Cuenta con habitaciones cómodas y confortables con servicios tecnológicos que permitan una estadía placentera. Es el único hotel en la ciudad que posee una vista sin igual del Rio Ambato, los Barrios Miraflores y Ficoa la misma que se puede disfrutar desde el lado suroeste de las instalaciones.</p> <p>Ofrece 41 habitaciones confortables dobles, además de 17 matrimoniales y 1 suite presidencial decoradas con un estilo ecuatoriano, Las habitaciones cuentan con una variedad de servicios y comodidades como televisión, TV Cable, radio, teléfono y baño</p>

	<p>privado. También ofrece equipamiento audiovisual y tecnológico, amplificación, proyector, pantalla para cualquier evento social, Hay conexión Wi-Fi gratis en todo el establecimiento, estacionamiento privado las con guardianía 24 horas del día y para deleitarse con la mejor gastronomía está El Restaurant Ficoa.</p>
<p>BOUTIQUE MARY CARMEN</p>	<p>Es un hotel ubicado en pleno centro ilustre de la ciudad de Ambato. El hotel cuenta con 59 habitaciones exclusivas calificadas de la siguiente manera: habitaciones simples, dobles, matrimoniales, familiares, ejecutivas y presidenciales, igualmente cuenta con variados servicios como televisión satelital, baños con agua caliente y diseños particulares, mini bar, tina de hidromasaje, vista panorámica de la ciudad.</p> <p>Además ofrece spa, servicio de peluquería, gimnasio, dos hidromasajes, piscina polar, sauna, turco, sala de masajes.</p> <p>Para la degustación de platos típicos e internacionales está a disposición el Café del Parque Restaurant.</p> <p>Para eventos sociales, reuniones familiares, convenciones, el hotel se encarga de la organización y de todos los detalles de su evento porque cuenta con sonidos, luces, cámaras de Djs, pasarela, pantalla gigante, camerinos, servicio de alimentación y bebidas, 2 bares y zona Vip.</p>
<p>DE LAS FLORES</p>	<p>Está ubicado en la zona comercial de la ciudad de Ambato. Brindando el mejor servicio y atención personalizada que garantizara una cálida bienvenida y agradable estancia.</p> <p>El hotel ofrece 30 habitaciones, decoradas y amuebladas con estilo moderno, están dotadas de aire acondicionado, baño privado con agua caliente y fría todo el tiempo, televisión por cable, teléfono con servicio de llamadas internacionales y nacionales, servicio a la habitación, caja de seguridad, servicio de lavandería. También ofrece</p>

	<p>restaurant, parqueadero privado, salones para seminarios y convenciones, teléfono/fax centro de negocios, centro médico las 24 horas.</p>
<p>DE LAS AMERICAS</p>	<p>Un nuevo concepto hotelero al servicio de la hermosa Ciudad de Ambato y su visitante, la estratégica ubicación lo comunica rápidamente con el terminal terrestre; así como el terminal ferroviario en los cuales cuenta con planes turísticos y apoyo de las mejores operadoras del país.</p> <p>Los servicios que ofrece el hotel son cafetería restaurant, desayuno continental incluido en la tarifa de hospedaje, estacionamiento las 24 horas sin recargo, información turística de la provincia y sus cantone, servicio de lavandería, salón social con capacidad de 120 personas, Wi-Fi en todo el establecimiento. El hotel tiene la capacidad de alojar a 80 personas, distribuidas en 27 habitaciones: sencillas, dobles, triple y suites junior. Todas las habitaciones son confortablemente amobladas con los siguientes servicios teléfono, baño privado con agua caliente, televisión por cable, internet inalámbrico, cerraduras con tarjeta electrónica.</p>
<p>LA CAPITAL</p>	<p>Ubicado en el corazón de Ambato, En uno de los lugares más privilegiados y seguros de Ambato, las instalaciones son versátiles, frescas y confortables. Se conecta con facilidad con todo tipo de locales comerciales.</p> <p>Cuenta con 32 habitaciones, entre sencillas, dobles, triples, cuádruples, quíntuples, suite sencilla, suite presidencial, suite del amor, suite clásica, se encuentran equipadas para su mayor comodidad con tv plasmas, Wi-Fi, agua caliente, caja de seguridad, teléfono. Para deleitarse de la exquisita gastronomía está el Restaurant Tierra Mía, con calidad, versatilidad y atención sin igual, ofreciendo una amplia</p>

	<p>variedad de platos nacionales e internacionales. El hotel pone a disposición 4 salones con el equipo necesario para cualquier tipo de eventos. Además el hotel ofrece city tour, un recorrido a través de los lugares más emblemático de la ciudad y los alrededores, cuentan con los mejores guías.</p>
LA FLORIDA	<p>Este hotel ofrece los siguiente servicios: WiFi en todo el hotel, parqueadero, recepción las 24 horas, recepción de paquetería liviana sin costo adicional, room service, servicio de lavandería, servicio de planchado, sauna, turco, hidromasaje.</p> <p>También cuenta con salones para evento de estilo elegante, ya sea grande o pequeño, los eventos son realizados proporcionan comodidad y calidad, la capacidad de los salones son ; 80 personas y 120 personas, cada uno de los salones cuentan con servicio de almuerzos, cenas, cocteles corporativos y planes de seminarios y eventos con estadía incluida.</p>
VERSAILLES	<p>Está situado en la entrada Sur de la ciudad de Ambato, en la avenida Bolivariana a 100 metros de la Universidad UNIANDES y a 5 minutos del centro de la ciudad, en donde se puede disfrutar del confort de las instalaciones así como de una excelente gastronomía y un ambiente tranquilo acogedor.</p> <p>Cuenta con servicios de: servicio de WiFi en todo el hotel, restaurante con la mejor gastronomía nacional e internacional, amplios salones de eventos, cancha de césped natural, seguridad las 24 horas, parqueadero seguro, habitaciones con camas confortables.</p>

<p>COLONY INN</p>	<p>Está situado en la avenida 12 de Noviembre y avenida el rey, diagonal al redondel de Cumandá. El Hotel Colony Ambato, está ubicado en una de las mejores zonas de la ciudad de Ambato, disponen de habitaciones cómodas para todos los turistas extranjeros y nacionales. El Hotel cuenta con 19 habitaciones amplias y placenteras y cuentan con baño privado, TV de pantalla plana por cable, recepción 24 horas. Además el Hotel Colony Inn ofrece servicios de parqueadero privado, servicio a la habitación, restaurante, baño privado, duchas eléctricas, aire acondicionado, servicio de guardianía, internet.</p>
<p>ROKA PLAZA HOTEL BOUTIQUE</p>	<p>Está ubicado en la calle Bolívar, entre las calles Quito y Guayaquil. Roka Plaza Hotel Boutique, el primero y único Hotel Boutique de la ciudad de Ambato. Se encuentra estratégicamente en el centro de la ciudad en una casa histórica declarada como patrimonio y restaurada manteniendo su majestuosidad e imponente estructura de roca y elegancia. Los servicios principales que ofrece este hotel son: 7 habitaciones; todas las habitaciones disponen de TV de pantalla plana, algunas tienen una zona de estar donde relajarse; además, disponen de baño privado, restaurante, bar, recepción disponible las 24 horas, servicio de limpieza diario, servicio de lavandería, servicio de tintorería, salas de reuniones, resguardo de equipaje, desayuno gratis, Wifi, estacionamiento, baño privado, artículos de tocador gratuitos y servicio de televisión por cable, tienda de recuerdos, habitaciones familiares, individuales, dobles, triples y cuádruples.</p>

Tabla N°26: Información Hoteles
Elaborado por: SILVA, Victoria (2017).

3.-Diseñar un sitio accesible y de fácil navegación para que el cliente encuentre a su disposición la información que requiera del sector hotelero.



file:///C:/Users/HP/Desktop/Hoteles%20de%20Ambato/Hotel-Emperador.html

Inicio

Contactos:
 Av. Cevallos 10-14,
 Ambato, Ecuador.
 1801433.
 Tel: + 593 3 2424460.
 Fax: + 593 3 2424461.
 reservas@hotelemperador.es

HOTEL EMPERADOR

HOTEL *****

EMPERADOR

Ambato • Ecuador

Hospedaje

Cuenta con 59 habitaciones estándar, 3 suites ejecutivas y 1 suite ejecutiva. Todas excelentemente decoradas y equipadas, alfombradas, caja de seguridad, frigo bar, TV Cable y conexión inalámbrica a Internet.

Disponen de baño privado con tina y secador de cabello.

Cierre de las habitaciones con tarjetas magnéticas único en la ciudad.

Sala de Convenciones

Salones de uso múltiple Tres Juanes y Acrópolis: para seminarios, conferencias, reuniones sociales entre otros.

Piscina y Spa

Con hidromasaje, gimnasio, sala de masajes, sala de relax, sauna y turco. Disponemos de memberships especialmente diseñadas de acuerdo a su requerimiento.

Restaurante - Cafetería JULIO CÉSAR

Con capacidad para 100 personas.

Ubicado en la última planta con una vista espectacular de la ciudad.

Ofertamos excelentes vinos y coctelería internacional.

Hotel Emperador pioneros en el mercado Hotelero cuatro estrellas en las mejores ciudades del mundo pone a sus órdenes los servicios de hospedaje, alimentación, spa y organización de eventos.





10:17 p. m. 11/11/2017

https://www.facebook.com

Documento sin título x

file:///C:/Users/HP/Desktop/Hoteles%20de%20Ambato/Hotel-Kapital.html

Inicio

Contactos:
 Dirección: Olmedo y Francisco Flor
 Teléfonos: +593 3 28 22 984 - +593 9 87 43 0346
 Email: www.hotelkapital.com

HOTEL LA CAPITAL



Hospedaje

Cuenta con 32 habitaciones, entre sencillas, dobles, triples, cuádruples, quintuples, suite sencilla, suite presidencial, suite del amor, suite clásica, se encuentran equipadas para su mayor comodidad con tv plasmass, Wi-Fi, agua caliente, caja de seguridad, teléfono.

Servicios

Para deleitarse de la exquisita gastronomía está el Restaurant Tierra Mia, con calidad, versatilidad y atención sin igual, ofreciendo una amplia variedad de platos nacionales e internacionales. El hotel pone a disposición 4 salones con el equipo necesario para cualquier tipo de eventos. Además el hotel ofrece city tour, un recorrido a través de los lugares más emblemáticos de la ciudad y los alrededores, cuentan con los mejores guías.


Ubicado en el corazón de Ambato, En uno de los lugares más privilegiados y seguros de Ambato, las instalaciones son versátiles, frescas y confortables. Se conecta con facilidad con todo tipo de locales comerciales.



10:18 p. m. 11/11/2017

<p>Inicio</p> <p>Contactos: <i>Dirección: Pedro Fermín Cevallos y Luis a. Martínez Telf: (03) 242-0908 Whatsapp: 098 470 2757</i></p>	<h2 style="text-align: center;">HOTEL BOUTIQUE MARY CARMEN</h2> <div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center;"><u>Hospedaje</u></p> <p><i>El Hotel cuenta con 59 habitaciones exclusivas clasificadas de la siguiente manera: Habitaciones simples, dobles y matrimoniales, Suites Senior, familiares, ejecutivas y presidenciales. En cada una de las suites y habitaciones usted podrá encontrar variados servicios como los siguientes: Televisión satelital, Baños con diseños particulares y agua caliente, Mini Bar, Tina de Hidromasaje, Dos tipos de ambientes, social e íntimo, Vistas panorámicas de la ciudad.</i></p> <p style="text-align: center;"><u>Spa</u></p> <p><i>Ponemos a disposición nuestro servicio de SPA dentro del hotel. Servicio de Peluquería, Gimnasto, 2 Hidromasajes, Piscina polar, Sauna y Turco, Sala de masajes, manual o cama biónica, Alimentos y bebidas.</i></p> <p style="text-align: center;"><u>Café del Parque Restaurante</u></p> <p><i>Usted no tendrá necesidad de salir del hotel para disfrutar exquisitos platos de gastronomía ecuatoriana e internacional. Platos nacionales, Platos internacionales, Platos especiales, Menús ejecutivos, Comida Buffet.</i></p> <p style="text-align: center;"><u>Eventos en el Hotel Boutique Mary Carmen</u></p>	<p>Es un Hotel de Lujo ubicado en pleno centro de la ilustre ciudad de Ambato.</p> <div style="display: flex; flex-direction: column;"></div>
---	--	--

<p>Inicio</p> <p>Contactos: <i>Dirección: Av. del Rey 333 y Muñ Muñ - Ambato Teléfono: (03) 252-0479 hoteldelasflores@gmail.com (Reservas)</i></p>	<h2 style="text-align: center;">HOTEL DE LAS FLORES</h2> <div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center;"><u>Hospedaje</u></p> <p><i>El hotel ofrece 30 habitaciones, decoradas y amuebladas con un estilo moderno, están dotadas de aire acondicionado, baño privado con agua caliente y fría todo el tiempo, televisión por cable, teléfono con servicio de llamadas nacionales e internacionales, servicio a la habitación, caja de seguridad, servicio de lavandería.</i></p> <p style="text-align: center;"><u>Servicios</u></p> <p style="text-align: center;"><i>Restaurante Parquedero privado Salones para seminarios y convenciones Teléfono / Fax Centro de Negocios Centro Médico las 24 horas Servicio a la habitación Reservación 24 horas</i></p>	<p>El Hotel de las Flores está ubicado en Ambato, capital de la provincia del Tungurahua, en la zona comercial de la ciudad, brindando el mejor servicio y atención personalizada, que garantizarán una cálida bienvenida y una agradable estancia.</p> <div style="display: flex; flex-direction: column;"></div>
--	--	---

<p>Inicio</p> <p>Contactos: <i>Dirección: Av. Las Américas y Colombia Teléfonos: (593) 03-2523219 - 03-2522547 - 0987325836 Email: www.hoteldelasamericas.ec</i></p>	<h2 style="text-align: center;">HOTEL DE LAS AMERICAS</h2>  <p style="text-align: center;">Hospedaje</p> <p style="text-align: center;"><i>El hotel tiene la capacidad de alojar a 80 personas, distribuidas en 27 habitaciones: sencillas, dobles, triple y suites junior. Todas las habitaciones son confortablemente amobladas con los siguientes servicios teléfono, baño privado con agua caliente, televisión por cable, internet inalámbrico, cerraduras con tarjeta electrónica.</i></p> <p style="text-align: center;">Servicios</p> <p style="text-align: center;"><i>Los servicios que ofrece el hotel son cafetería restaurant, desayuno continental incluido en la tarifa de hospedaje, estacionamiento las 24 horas sin recargo, información turística de la provincia y sus cantones, servicio de lavandería, salón social con capacidad de 120 personas, Wi-Fi en todo el establecimiento.</i></p>	<p><i>Un nuevo concepto hotelero al servicio de la hermosa Ciudad de Ambato y su visitante, la estratégica ubicación lo comunica rápidamente con el terminal terrestre; así como el terminal ferroviario en los cuales cuenta con planes turísticos y apoyo de las mejores operadoras del país.</i></p> 
--	---	---

<p>Inicio</p> <p>Contactos: <i>Dirección: Av. Miraflores (11-31), frente al colegio "La Inmaculada" Teléfonos: (593) - 32422-007 / 32421-877 Email: www.hotelflorida.com.ec</i></p>	<h2 style="text-align: center;">HOTEL LA FLORIDA</h2>  <p style="text-align: center;">Hospedaje</p> <p style="text-align: center;">Las habitaciones del hotel están equipadas con el confort necesario para que los huéspedes disfruten plenamente y se sienta como en casa. Todas las habitaciones son alfombradas, con TV. cable, baño privado con agua caliente, teléfono.</p> <p style="text-align: center;">Servicios</p> <p style="text-align: center;"><i>Este hotel ofrece los siguiente servicios: Wi-Fi en todo el hotel, parqueadero, recepción las 24 horas, recepción de paquetería liviana sin costo adicional, room service, servicio de lavandería, servicio de planchado, sauna, turco, hidromasaje. También cuenta con salones para evento de estilo elegante, ya sea grande o pequeño, los eventos son realizados proporcionan comodidad y calidad, la capacidad de los salones son ; 80 personas y 120 personas, cada uno de los salones cuentan con servicio de almuerzos, cenas, cocteles corporativos y planes de seminarios y eventos con estadia incluida.</i></p>	<p><i>El Hotel Florida está ubicado en la Av. Miraflores, frente al Colegio La Inmaculada, a solo cinco minutos del centro de la ciudad, en la mejor zona residencial de Ambato ofrece a sus huéspedes excelente servicio y gran hospitalidad.</i></p> 
---	---	--

Inicio

Contactos:

Dirección: Av. Bolivariana, Vía a Baños, a 200m de la Universidad UNIANDES
Teléfonos: 032-488996 | 032-488321
Email: reservaciones@versailleshotel.com.ec

HOTEL VERSAILLES



Hospedaje

Cuenta 32 habitaciones bien equipadas; además cuenta con servicios de WiFi en todo el hotel.

Servicios

Restaurante con la mejor gastronomía nacional e internacional, amplios salones de eventos, cancha de césped natural, seguridad las 24 horas, parqueadero seguro, habitaciones con camas confortables.

Está situado en la entrada Sur de la ciudad de Ambato, en la avenida Bolivariana a 100 metros de la Universidad UNIANDES y a 5 minutos del centro de la ciudad, en donde se puede disfrutar del confort de las instalaciones así como de una excelente gastronomía y un ambiente tranquilo acogedor.



Inicio

Contactos:

Dirección: Calle Bolívar, entre calles Quito y Guayaquil
Teléfonos: +593 32423845
Email: ventas@hoteiropaplaza.com

HOTEL ROKA PLAZA



Hospedaje

El Hotel cuenta con 19 habitaciones amplias y placenteras y cuentan con baño privado, TV de pantalla plana por cable, recepción 24 horas. Además el Hotel Colony Inn ofrece servicios de parqueadero privado, servicio a la habitación, restaurante, baño privado, duchas eléctricas, aire acondicionado, servicio de guardianía, internet.

Servicios

Los servicios principales que ofrece este hotel son: 7 habitaciones para no fumadores, restaurante, bar, recepción disponible las 24 horas, servicio de limpieza diario, servicio de lavandería, servicio de tintorería, salas de reuniones, resguardo de equipaje, desayuno gratis, Wifi, estacionamiento, baño privado, artículos de tocador gratuitos y servicio de televisión por cable, tienda de recuerdos, habitaciones familiares, individuales, dobles, triples y cuádruples.

Está ubicado en la calle Bolívar, entre las calles Quito y Guayaquil.



Inicio	<i>Análisis</i>				
	SPA	RESTAURANTE	SALONES DE EVENTOS	PARQUEADERO	PISCINA
EMPERADOR	X	X	X	X	X
AMBATO		X	X	X	
BOUTIQUE MARY CARMEN	X	X	X	X	X
DE LAS FLORES		X	X	X	
DE LAS AMERICAS		X	X	X	
LA KAPITAL		X	X		
LA FLORIDA		X	X		
VERSAILLES		X	X	X	
CLONNY IN		X		X	
ROKA PLAZA		X	X		

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Jones, T., & Sasser, E. (2012). Putting the Service-Profit. *BUSINESS REVIEW* .

Diccionario de Informática y Tecnología . (05 de 07 de 2016). Recuperado el 19 de 07 de 2017, de Diccionario de Informática y Tecnología :
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

Ahotec. (s.f.). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Ecuador.

ALTAMIRANO, H. (2014). Ambato, Tungurahua, Ecuador.

Altamirano, H. (2014). *La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente e la ciudad de Baños de Agua Santa*. Ambato.

American Marketing Association. (22 de agosto de 2012). *Dictionary of Marketing Terms*. Recuperado el 16 de octubre de 2017, de Dictionary of Marketing Terms: <http://www.marketingpower.com/>

Angellois. (2016). *Foro Tourism*. Madrid: Diaz de Santos.

Arcos, F. J. (2007). *Codigo Turismo*. España: La ley.

BARAHONA, R. (Mayo de 2012). Ambato, Tugurahua, Ecuador.

Barahona, R. (2012). *La calidad del servicio y su incidencia en la demnada de clientes del hotel Ambato de la ciudad de Ambato*. Ambato.

Berry. (2015). *Sodexo* . Recuperado el 15 de octubre de 2017, de Sodexo :
<http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/brindar-un-servicio-de-calidad-excepcional.aspx>

- Bloom, P., Hayes, T., & Kotler, P. (2013). *El marketing de Servicios Profesionales*. Editorial Paidós SAICF.
- CAPTUR. (10 de agosto de 2015). *Cámara de Turismo de Tungurahua*. Recuperado el 20 de abril de 2017, de Cámara de Turismo de Tungurahua.
- Carbellido, V. M. (2005). *Qué es la calidad?: conceptos, gurús y modelos fundamentales*. México: Limusa Noriega.
- Carmen, O. (2011). *SISTEMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOTEL ANDINO REAL DE LA CIUDAD DE AMBATO*". . Ambato.
- Castro, R. (2013). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Cordero, E. d. (12 de septiembre de 2016). *gob.mx*. Recuperado el 03 de julio de 2017, de gob.mx: <http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/sistema-de-clasificacion-hotelera>
- Couso, R. P. (2007). *Atención al Cliente*. España: Ideas Propias .
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, Productividad y Competencia*. Madrid: Diaz Santos .
- Denton, D. K. (1991). *Calidad en el Servicios a los Clientes*. Madrid: Diaz de Santo .
- Estrada, E. (23 de junio de 2014). *city of hotels*. Recuperado el 20 de 07 de 2017, de city of hotels: <http://www.city-of-hotels.es/165/servicios-hoteleros.html>
- Feigenbaum, A. (15 de abril de 2015). *Calidad y Gestión*. Recuperado el 16 de octubre de 2017, de Calidad y Gestión: http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html
- Fernandez, A. (2013). *Muanual de Marketing de Servicios*. Madrid.

- Figueroa, C. (20 de mayo de 2013). *Industria Hotelera*. Recuperado el 11 de enero de 2017, de Industria Hotelera:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrera_f_me/capitulo4.pdf
- Gallego, J. F., & Melendo, R. (2014). *Diccionario de hostelería: hotelería y turismo, restaurante y gastronomía, cafetería y bar*. Thomson Paraninfo.
- Gardein, J. (28 de agosto de 2013). *Calidad en el Servicio*. Madrid, España.
- Gonzales , C., Gonzales , L., Juaneda, E., & Pelegrin, J. (2014). *La Calidad en la Organizaciones Turísticas*. España: Paraninfo.
- González, P. (2016). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Editorial Tutor Formación.
- Grande, I. (2014). *Marketing de los Servicios*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Gronross, C. (2012). *Service Management and Marketing*.
- Henriquez, E. M. (2014). *Categorización hotelera*. España.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrera_f_me/capitulo4.pdf.
(s.f.). Recuperado el 11 de enero de 2017, de
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrera_f_me/capitulo4.pdf.
- Instituto Hondureño de Turismo. (05 de marzo de 2010). *Clasificación y Categorización Hotelera*. Recuperado el 03 de julio de 2017, de Clasificación y Categorización Hotelera: <http://cedturh.iht.hn/docs/Clasificacion-y-Categorizacion-Hotelera.pdf>
- Ishikawa, K. (1990). *¿Qué es control total de calidad?* Colombia: Norma.

- IsoTools. (noviembre de 2013). *IsoTools*. Recuperado el 16 de octubre de 2017, de IsoTools: <https://www.isotools.org/soluciones/procesos/satisfaccion-de-clientes>
- Jaramillo, J. (2012). *La evolución de la Cultura* . Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Jones, T., & Sasser, E. (2012). Putting the Service Profit. *Business Review*.
- Kotler , P., Bloom , P., & Hayes , T. (2004). *El marketing de Servicios Profesionales*. España: Paidós SAICF.
- Kotler, P. (2001). *Mecadotecnica*.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales* . México: Pearson Educacion de Mexico.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. México: Pearson Educacion.
- Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educacion.
- Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Mexico: Prentice Hall.
- Lamb, C., Hair , J., & McDaniel, C. (2012). *Marketing*. International Thomson Editores.
- Laos, E. H. (2012). *La Competitividad Industrial en México*. México: Plaza y Valdez.
- Leiva, F. (2011). *Marketing Financiero*. España: Cpocentro Granada S.L.
- Llamas, C. (2013). *Marketing y Gestión de Calidad Turística* . Madrid: Liber Factory.

- Lovelock, C., & Patterson, P. (2015). *Sevices Marketing*. Pearson Australia.
- Lozano, A. (29 de mayo de 2015). *Focus*. Recuperado el 10 de julio de 2017, de Focus: <http://www.focusinternacional.org/2015/05/29/la-cultura-de-servicio-en-las-organizaciones/>
- Martin, C., Payne, A., & Ballantyne, D. (2014). *Mrketing Relacional*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S.A.
- Martínez, E. R. (2007). *Competencia, Crecimiento y Capitalización de las Regiones Españolas*. Bilbao: Fundación BBVA.
- Martinez, M. P. (2014). *Atención al Cliente* . Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Matínez, C. (2014). *Expectativa de Cliente* .
- Mazón, P. (2013). *La gestión de calidad y su incidencia en la satisfacción del cliete de la hostería Monte Seva de la ciudad de Baños de Agua Santa*. Ambato.
- Melara, M. (2013). *Expectativas del Cliente en el Servicio*.
- Mendoza, J. (23 de enero de 2012). *Soluciones de Calidad de Servicio*. Recuperado el 15 de octubre de 2017, de Soluciones de Calidad de Servicio: <http://solucionesdecalidadasuservicio.blogspot.com/2012/01/caracteristicas-de-los-servicios.html>
- MINTUR. (26 de septiembre de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 20 de octubre de 2016, de Ministerio de Turismo: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/entradas-y-salidas-internacionales/3>
- Moyano, C. M. (2012). Marketing de servicios:las características de los servicios y su influencia. *Revista de Marketing y Comunicación de IMUR*, 10.

- Muñoz, L. (2012). *Características Del Marketing de Servicios*.
- Nacimba, A. (19 de septiembre de 2014). *La inversión turística hotelera en Ecuador se fortalece*. Recuperado el 15 de octubre de 2016, de La inversión turística hotelera en Ecuador se fortalece: <http://www.elciudadano.gob.ec/la-inversion-turistica-hotelera-en-ecuador-se-fortalece/>
- OIT. (08 de Agosto de 2014). *Organización del trabajo*. Recuperado el 15 de octubre de 2016, de Organización del trabajo: <http://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/lang--es/index.htm>
- Oliver, B. (12 de septiembre de 2014). *about en español*. Recuperado el 19 de 07 de 2017, de about en español: <http://tendenciasweb.about.com/od/nociones-basicas/a/Que-Es-Una-Pagina-Web.htm>
- OPTUR. (13 de junio de 2014). *Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador*. Recuperado el 15 de octubre de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- ORTIZ, C. (Agosto de 2011). Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Ortiz, C. (2011). *Sistema de gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio del hotel andino real de la ciudad de ambato*. Ambato.
- Osés, J. (2016). *Buenos Negocios* .
- Ossa Aguirre, R., & Ghisays Angulo, A. M. (Junio de 2012). *La Cultura de Servicio al Cliente Como Medio Gerencial*. Cartagena de Indias, Bolivar, Colombia.
- Paniagua, J. (03 de octubre de 2014). *SlideShare* . Recuperado el 19 de 07 de 2017, de SlideShare : <https://es.slideshare.net/tonypaniagua94/conceptos-y-tipos-de-hotel>

- PEAPT. ((s.f.)). Recuperado el 19 de 07 de 2017, de <http://peapt.blogspot.com/p/ques-la-tecnologia.html>
- Perez, A. (2016). *Características de la Mecadotecnia de Servicios* . Madrid.
- Pérez, R., Ceballos, M., Llodrá, F., Roca, M. L., & Vilasau, M. (2006). *Derecho de las Actividades Turísticas*. Barcelona: UOC.
- Platform, I. R. (30 de marzo de 2015). *Infraestructura* . Recuperado el 18 de octubre de 2017, de Infreestructura:
<http://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>
- Pópulo, M., Romero, P., & Delgado, G. (2002). *La Exposición Universal de Sevilla 1992: efectos sobre el crecimiento Económico Andaluz*. España: Focus abengoa.
- Portugal, M. (10 de octubre de 2014). *Promonegocios*. Recuperado el 16 de octubre de 2017, de Promonegocios:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>
- PromoNegocios.net. (Julio de 2015). *PromoNegocios.net*. Recuperado el 10 de Julio de 2017, de PromoNegocios.net:
<https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Rafael, E., Torres , E., Fuentes , R., & Martin, M. d. (2006). *Estructura de Mercados Turisticos*. Barcelona: UOC.
- Ramírez, R. C. (s.f). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. Mexico: Universidad de Colima.
- Rebull, P. (2012). *Sector Hotelero*. Australia.

- Requena, M. (10 de marzo de 2014). *La calidad del servicio*. Recuperado el 15 de octubre de 2017, de La calidad del servicio:
<http://www.uru.edu/fondoeditorial/libros/pdf/calidaddelservicio/TEXTO.%20Gerencia%20del%20Servicio.%201ra.Edic.%20-%20CAp%20III.pdf>
- Rivadeneira, E. (2012). *Mercadotecnia de Bienes y Servicios*. Mexico: Red Tercer Milenio.
- Rizzo, M. S. (30 de 04 de 2009). *Diario del Viajero*. Recuperado el 19 de 07 de 2017, de Diario del Viajero: <https://www.diariodelviajero.com/alojamiento/los-10-servicios-de-un-hotel-mas-valorados-por-los-clientes>
- Rodríguez, A. (2013). *La calidad de servicio que se ofertan en los establecimientos de tres estrellas, en la parroquia la Mtriz del cantón Baños*. Ambato.
- Rodriguez, P. (20 de septiembre de 2012). *Calidad*. Recuperado el 15 de octubre de 2017, de Calidad: <https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- Rosa, A. d. (19 de abril de 2015). *Medium* . Recuperado el 16 de octubre de 2017, de Medium: <https://medium.com/@abdelarosab/8-principios-b%C3%A1sicos-para-un-buen-servicio-de11d9c2567c>
- Sabino, C. (2013). *Diccionario de Economía y Finanzas*. Venezuela: Ed. Panapo.
- Sánchez, J. C. (2012). *La Tecnología* . Madrid: DiaZ De Santos .
- Sanchis, J., & Ribeiro, D. (2013). *Creación y Dirección de PYMES*. Madrid: Diaz de Santos.
- Sandhusen, R. L. (2012). *Mercadotecnia*. Compañía Editorial Continental.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Prentice Hall Mexico.

- Silary, D. (01 de 12 de 2013). *Prezi*. Recuperado el 04 de 07 de 2017, de Prezi:
<https://prezi.com/ywui2g8hn6gk/los-12-principios-del-servicio/>
- Solsys, W. (01 de febrero de 2015). *Modulo de Cultura de Servicios*. Bogotá, Colombia.
- Stanton, W., Etzel , M., & Walker, B. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.
- Taylor, E. (2015). *Primitive Culture*. New York: Dove Plublications.
- Terry, V. (2013). *Como Medir la Satisfaccion del cliente, segun la ISO 9001-2000*. Madrid: FC Editorial Fundación Confemetal.
- Thompson, I. (2012). *Tipos de clientes*.
- Torres, V. C. (2006). *Calidad Total en la Atección del Cliente* . España: Ideas propias.
- Trivago.com. (s.f.). *Trivago.com*. Recuperado el 17 de 07 de 2017, de Trivago.com:
https://www.trivago.com.ec/?iSemThemeId=54866&iPathId=159416&sem_keyword=hoteles%20en%20ambato&sem_creativeid=198203652397&sem_matchtype=e&sem_network=g&sem_device=c&sem_placement=&sem_target=&sem_adposition=1t2&sem_param1=&sem_param2=&sem_campaignid=6448
- Varo, J. (2012). *Gestión Estrategicas de Calidad* . España: Diaz de Santos .
- Vavra, T. G. (2013). *Como Medir la Satisfaccion del cliente, segun la ISO 9001-2000*. Madrid: FC Editorial Fundación Confemetal.
- Vertice, P. (2008). *Aspectos Practicos de la Calidad en el Servicio*. España: Vertice.

Anexos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE

AMBATO

FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELRÍA

Encuesta dirigida a los Gerentes Hoteleros

Objetivo: Analizar la importancia de los servicios hoteleros del cantón Ambato, Provincia de Tungurahua y su incidencia en la satisfacción del cliente.

1. ¿Cómo calificaría usted, la gestión de actividades administrativas realizada por los accionistas y gerentes del sector hotelero de la ciudad de Ambato?

EXCELENTE GESTION

BUENA GESTION

INEFICIENTE GESTION

2. ¿Usted considera que el soporte físico (estructura e infraestructura) reúne las condiciones óptimas de calidad?

EN ALTO PORCENTAJE

EN MEDIANO PORCENTAJE

EN BAJO PORCENTAJE

3. ¿Se encuentra satisfecho con la calidad del servicio que usted brinda a su empresa y a sus clientes?

SATISFECHO

POCO SATIAFECHO

INSATISFECHO

4. ¿En qué nivel considera usted que los servicios hoteleros, satisface las necesidades de los clientes?

ALTO NIVEL

MEDIO NIVEL

BAJO NIVEL

5. ¿Cómo calificaría el servicio de alojamiento que ofrecen los hoteles del Cantón Ambato?

EXLENTE

BUENO

MALO

6. ¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con la prestación de servicios?

SATISFECHO

POCO SATISFECHO

INSATISFECHO

7. ¿Cree usted que los servicios y/o productos ofertados en los hoteles del cantón Ambato son de calidad?

ALTO PORCENTAJE

MEDIANO PORCENTAJE

BAJO PORCENTAJE

8. ¿En qué porcentaje considera usted que se cumple las expectativas del cliente al recibir los servicios?

EN ALTO PORCENTAJE

EN MEDIANO PORCENTAJE

EN BAJO PORCENTAJE

9. ¿De qué manera considera usted que el personal soluciona inmediatamente cualquier inconveniente que surja con el cliente?

EFICIENTE

POCO EFICIENTE

DEFICIENTE

10. ¿Cómo calificaría usted la atención y el servicio brindado por el personal que labora en los establecimientos de alojamiento?

EXCELENTE

BUENO

MALO

11. ¿Cuáles son los principales servicios ofertados en los hoteles del cantón Ambato?

Conexión wifi	
Aire acondicionado	
Buffet libre	
Late check-out	
Restaurant	
Transporte	
Lavandería	
Piscina	
Gimnasio	
Aceptación de mascotas	
Guardería	

12. ¿Usted considera que los mencionados servicios, satisfacen al cliente de una manera?

MUY SATISFACTORIA

SATISFACTORIA

INSATISFACTORIA

13. ¿Considera usted que es necesario una innovación continua de los servicios y/o productos ofertados en los hoteles del cantón Ambato?

MUY NECESARIA

NECESARIA

INNECESARIA

**“EL USO DE LA TECNOLOGÍA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN
EL SECTOR HOTELERO”**

“THE USE OF THE TECHNOLOGY AND THE SATISFACTION OF THE
CLIENT IN THE HOTEL SECTOR”

Victoria Vanessa Silva Jara

Ing. Mg. Diego Melo

vicky-s-j@hotmail.com

Octubre 2016 – Marzo 2017

Tungurahua – Ecuador

RESUMEN

El presente artículo muestra la importancia del uso de la tecnología de la información y comunicación por que juegan un papel muy significativo e importante, en el incremento de la competitividad, mejora de la productividad y el aumento de la satisfacción de los clientes, teniendo en cuenta la calidad en los servicios que ofertan los establecimientos hoteleros y el incremento de los ingresos económicos. Este trabajo se sustenta en la metodología aplicada, con enfoques cualitativos y cuantitativos, dichas acciones se sustentan con un trabajo de campo mediante la aplicación de encuestas, los resultados que arrojaron dichas encuestas cubren los requerimientos de los turistas tanto nacionales como extranjeros con la propuesta de los servicios hoteleros ofertados en el Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua y su incidencia en la satisfacción al

cliente, orientado a las personas y prestadores de servicios se proyecta en contribuir en la necesidad de mejorar los servicios para satisfacer las expectativas del cliente en los hoteles, en especial la implementación de una página web con información básica que permita el incremento progresivo del número de visitantes que recibe cada establecimiento a través de este canal de comunicación.

PALABRAS CLAVES

Tecnología, Competitividad, Establecimientos Hoteleros, Satisfacción del Cliente.

ABSTRACT

The present article shows the importance of the use of the technology of the information and communication for which they play a very significant and important paper, in the increase of the competitiveness, improvement of the productivity and the increase of the satisfaction of the clients, having in tells the quality in the services that they offer the hotel establishments and in turn to increase the economic income. This work is sustained in the applied methodology, with qualitative and quantitative approaches, the above mentioned actions are sustained by a fieldwork by means of the application of surveys, The results that threw the above mentioned surveys cover the requirements of the tourists so much national as foreigners with the offer of the hotel services offered in the Canton Ambato, Tungurahua's Province and his incident in the satisfaction to the client, orientated the persons and lenders of services are projected by it in contributing in the need to improve the services to satisfy the expectations of the client in the hotels, especially the implementation of a web page that increases the number of visitors that it receives every establishment across this channel of communication.

KEY WORDS

Technology, Competitiveness, Hotel Establishments, Satisfaction of the Client.

INTRODUCCIÓN

En lo que respeta al sector hotelero la utilización de la tecnología está siendo cada vez más imprescindible por su capacidad de recopilar, analizar y ordenar información; y en donde existe una estrecha relación entre la empresa y el cliente. La capacidad de obtener y extraer gran cantidad de información significativa sobre los hoteles

proporciona un mejor conocimiento a los huéspedes, lo que conlleva a la posibilidad de ofrecerles aquello que realmente desean, punto importante que influye en un mejor servicio y por consiguiente la satisfacción de los clientes. La importancia de ofrecer servicios de calidad es complicada, ya que es necesario que se conozca mejor cuáles son las preferencias y necesidades de los huéspedes; por no todos los que visitan los establecimientos hoteleros se encuentran conformes con las prestaciones que se reciben, esto se debe a que los gustos de las personas por realizar de los individuos por recibir servicios no es igual, sino que varía dependiendo de la edad, condición social, género, país y región. Es primordial el mejoramiento continuo de dichos servicios; por este motivo es indispensable el implemento de la tecnología de la información y la comunicación pueden abastecer de instrumentos necesarios para obtener beneficios, tanto para los clientes como para los empresarios hoteleros; por lo que será necesario poner un esfuerzo en mejorar la gestión de tecnología; además contribuirá al crecimiento y desarrollo de las empresas enfocadas en el ámbito hotelero.

Tecnología

La palabra tecnología proviene del griego tekne(técnica u oficio) y logos (ciencia o conocimiento), es un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer las necesidades humanas (Diccionario de Informática y Tecnología , 2016).

La tecnología se puede definir como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos. Cada tecnología tiene un lenguaje propio, exclusivo y técnico, de forma que los elementos que la componen queden perfectamente definidos, de acuerdo con el léxico adoptado para la tecnología específica (Sánchez, 2012).

Por otra se define a la tecnología como el conjunto de conocimientos y técnicas, aplicados de forma lógica y ordenada, que permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades esto es, un proceso combinado de pensamiento y acción con la finalidad de crear soluciones útiles. De acuerdo a lo anteriormente mencionado se puede distinguir a la tecnología como el conjunto de habilidades y conocimientos con el propósito de crear una solución que le permita al ser humano satisfacer sus necesidades, resolviendo los problemas y transformado el lugar donde permanece (PEAPT, 2014).

Competitividad

La competitividad es un concepto bien definido en relación con el mundo de las empresas, ya que puede entenderse como la capacidad por parte de éstas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado. El hecho de que la ganancia de cuota de mercado, por parte de una empresa, deba ser necesariamente a costa de las demás empresas que operan en el mismo sector otorga la idea de competitividad empresarial la connotación habitual de rivalidad en el logro de unos determinados resultados económicos. (Martínez, Competencia, Crecimiento y Capitalización de las Regiones Españolas, 2014).

La competitividad es la capacidad de las empresas de vender productos y/o servicios y de mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. Para que realmente sea competitiva una empresa, el mercado en que mantienen o fortalece su posición tiene que ser abierto y razonablemente competitivo. La competitividad puede entenderse como la búsqueda de la eficiencia, eficacia y efectividad de las distintas empresas o entidades para posicionarse como una de las mejores, a través de estrategias y métodos con el fin de obtener mejores resultados tanto en la parte empresarial como en la parte económica (Laos, La Competitividad Industrial en México, 2013).

Calidad

Conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes. Es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave; representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. (Vertice, Aspectos Prácticos de la Calidad en el Servicio, 2012).

La calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pague, la calidad puede estar definida solamente en términos del agente. (Deming, Calidad, Productividad y Competencia, 2013).

La calidad significa calidad del producto. Más específico, calidad e calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente,

calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de los objetivos, etc. (Ishikawa, ¿Qué es control total de calidad?, 2012).

La calidad está relacionada con las percepciones de cada individuo, al adquirir un producto, bien o servicio que se diferencie tanto cualitativamente como cuantitativamente uno del otro, en cuanto al cliente, implica el grado en que se satisface las necesidades, gustos, preferencias, y si cumple o sobrepasa las expectativas del consumidor.

Establecimientos Hoteleros

Los establecimientos hoteleros son establecimientos que prestan servicio de alojamiento a los usuarios turísticos de forma habitual y mediante precio, como establecimiento único o como unidad empresarial de explotación, tanto si disponen de servicios complementarios como si no disponen de ellos. (Arcos, Código Turismo, 2014).

Los establecimientos hoteleros son tipos de alojamiento más tradicionales y emblemáticos, que se han adaptado a la diversificación que ha ido presentando la demanda turística a lo largo del tiempo hasta tal punto que es difícil efectuar un análisis sistemático y completo del conglomerado de tipologías que actualmente lo componen. La unidad de explotación hotelera es viable desde tamaños muy reducidos, hecho que facilita la aparición de variedades en función de las más diversas circunstancias y lugares. (Rafael, Torres, Fuentes, & Martín, Estructura de Mercados Turísticos, 2013).

Son establecimientos abiertos al público en general, que ocupando la totalidad de uno o varios edificios comunicados entre sí o una parte independizada de los mismos, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo con accesos exclusivos, y reuniendo los requisitos técnicos mínimos en función de su categoría, facilitan, de manera profesional y habitual, el servicio de alojamiento, con o sin servicios complementarios, mediante precio y con ánimo de lucro. (Pérez, Ceballos, Llodrá, Roca, & Vilasau, Derecho de las Actividades Turísticas, 2015).

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente aparece cuando una compañía se concentra en la calidad del servicio. La satisfacción de los clientes se origina recompensas muy reales para la compañía, en forma de lealtad de los clientes y de imagen corporativa. (Denton, Calidad en el Servicios a los Clientes, 2013).

La satisfacción del cliente es una cadena de la cumplimentación eficiente a lo largo de todo el proceso, de manera que es un eslabón se rompe afecta el resultado final. (Couso, Atención al Cliente, 2012).

La satisfacción del cliente es uno de los principales indicadores de la calidad de un servicio. Dada las características y expectativas es relativa a cada cliente en particular. Existen métodos directos e indirectos de obtener información acerca de la satisfacción que posee una organización el cliente sobre el servicio que brinda. Los métodos directos incluyen el desarrollo de cuestionarios cuyo análisis ayuda a conocer mejor y acercarse más a la identificación de las necesidades y expectativas de los clientes. Los métodos indirectos son acciones sistemáticas y estructuradas que llevan a cabo las organizaciones para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de los clientes. (Torres, Calidad Total en la Atención del Cliente, 2014).

Metodología

Para esta investigación se aplicará el enfoque cualitativo puesto que se buscara establecer preguntas de investigación para conocer el criterio de los especialistas del sector hotelero, para así web averiguar la importancia de la implementación de una página web. Y es cuantitativa porque examina los hechos numéricos, para definir resultados y demostrar la verificación los mismos que deberán ser comprobados a través de la recolección de información.

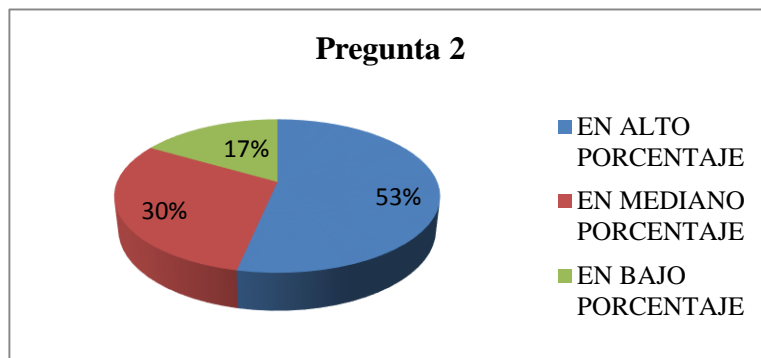
La modalidad de la investigación es de campo, por el deber de visitar los lugares donde ocurren los hechos para desarrollar el debido estudio en el cual se obtendrá importante información consiguiendo resultados que ayudaran a comprender el problema planteado, igualmente es bibliográfica por la necesidad de acudir a información oportuna, a documentos, libros electrónicos, sitios web entre otros artículos científicos.

Resultados

Mediante las encuestas realizadas a personas involucradas directa en el ámbito hotelero se obtuvo datos relevantes como se especifican a continuación:

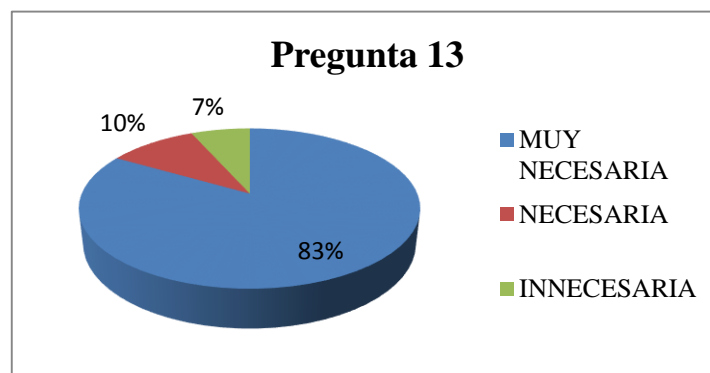
La primera interrogante que se utilizó para analizar los distintos criterios de las personas dice:

¿Usted considera que el soporte físico (estructura e infraestructura) reúne las condiciones óptimas de calidad?



Del total de los encuestados el 53% de los encuestados considera que el soporte físico (estructura e infraestructura) se encuentra en un alto porcentaje, el 30% considera que existe un mediano porcentaje y el 17% opina un bajo porcentaje.

Así mismo tenemos los datos de otra interrogante: ¿Considera usted que es necesario una innovación continua de los servicios y/o productos ofertados en los hoteles del cantón Ambato?



Se evidencia que el 83% del total de los encuestados considera que una innovación continua de los servicios y/o productos es muy necesaria, mientras que 10% expresa que es necesaria y el 7% opina que es innecesaria.

Gracias a la investigación realizada se puede establecer que la implantación de una página web cumple un papel muy importante en la orientación del turista o visitante y a su vez contribuye al desarrollo local. El sector turístico se halla inmerso en un proceso de transformación que ha convertido a la calidad en uno de los elementos más importantes tanto por los turistas como por las organizaciones turísticas; hoy en día, más del 60% de las personas que realizan compras a través de comercio electrónico, adquieren servicios relacionados con el sector turístico. Los hoteles no son ajenos a esta realidad y en la actualidad más del 95% de establecimientos tiene web corporativa, medio que se consolida como canal esencial de la comercialización y marketing. (Gonzales , Gonzales , Juaneda, & Pelegrin, 2014).

El Ecuador muestra una tendencia constante en el ámbito hotelero como la calidad de los servicios, convirtiéndose en un factor importante para las empresas hoteleras y propiciando que se utilicen instrumentos o herramientas que permita garantizar la calidad en una forma estable, sistemática y con una adecuada administración.

Conclusiones

La utilización de la tecnología para ofertar los servicios de los hoteles es un aspecto fundamental con el objetivo de ayudar al cliente a que encuentre de una manera más eficiente y ágil la información que desee.

La implementación de una página web es fundamental para exponer los servicios que ofrecen los diferentes establecimientos hoteleros, ya que será un punto clave hacia el éxito de esta industria, debido a que los clientes cada día, demandan un espacio confortable, innovador y sobretodo con la modernidad tecnológica que está formando parte del diario convivir.

Bibliografía

- Diccionario de Informática y Tecnología* . (05 de 07 de 2016). Recuperado el 19 de 07 de 2017, de Diccionario de Informática y Tecnología :
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>
- Arcos, F. J. (2014). *Codigo Turismo*. España: La ley.
- Couso, R. P. (2012). *Atención al Cliente*. España: Ideas Propias.
- Deming, W. E. (2013). *Calidad, Productividad y Competencia*. Madrid: Diaz Santos.
- Denton, D. K. (2013). *Calidad en el Servicios a los Clientes*. Madrid: Diaz de Santos.
- Gonzales , C., Gonzales , L., Juaneda, E., & Pelegrin, J. (2014). *La Calidad en la Organizaciones Turísticas*. España: Paraninfo.
- Ishikawa, K. (2012). *¿Qué es control total de calidad?* Colombia: Norma.
- Laos, E. H. (2013). *LaCompetitividad Industrial en México*. México: Plaza y Valdez.
- Martínez, E. R. (2014). *Competencia, Crecimiento y Capitalización de las Regiones Españolas*. Bilbao: Fundación BBVA.
- PEAPT. (2013). Recuperado el 19 de 07 de 2017, de <http://peapt.blogspot.com/p/ques-la-tecnologia.html>
- Pérez, R., Ceballos, M., Llodrá, F., Roca, M. L., & Vilasau, M. (2015). *Derecho de las Actividades Turísticas*. Barcelona: UOC.
- Rafael, E., Torres , E., Fuentes , R., & Martin, M. d. (2013). *Estructura de Mercados Turisticos*. Barcelona: UOC.
- Sánchez, J. C. (2012). *La Tecnología* . Madrid: DiaZ De Santos .
- Torres, V. C. (2014). *Calidad Total en la Atección del Cliente*. España: Ideas propias.

Vertice, P. (2012). *Aspectos Practicos de la Calidad en el Servicio*. España: Vertice.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD PRESENCIAL

Ambato agosto 02, 2017

Ingeniero
Eduardo Calvache
DIRECTOR EJECUTIVO
Presente.-

De mi consideración.

Estimado Director Ejecutivo de la Cámara de Turismo de Tungurahua reciba un cordial y atento saludo por parte de la Universidad Técnica de Ambato, a través de la Carrera de Turismo y Hotelería, me permito poner en su conocimiento que la señorita SILVA JARA VICTORIA VANESSA, con número de cédula 1805065602, estudiante de décimo semestre de la carrera, realizará el siguiente tema de investigación:

“LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA E LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”

En este texto solicito de la manera más comedida pueda extender una carta de aceptación, con el objetivo de que la estudiante pueda contribuir y apoyar con este trabajo de investigación, que seguramente también contribuirá con los intereses de su institución que usted muy acertadamente dirige.

La Universidad Técnica de Ambato, a través de sus estudiantes fomenta y fortalece la vinculación interinstitucional y contribuyen con su investigación el desarrollo del turismo en la provincia.

Seguros de contar con su apoyo me suscribo no sin antes expresar mis más sinceros agradecimientos


.....
Lic. Mg. Oscar Abril
COORDINADOR DE CARRERA



Ambato, 7 de agosto de 2017.
Of. 0193-CPTT-2017

Licenciado Mg.
Oscar Abril
COORDINADOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
Presente.-

De mi consideración:

En atención a su solicitud referente al tema de investigación, "LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTON AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE", realizado por la señorita **SILVA JARA VICTORIA VANESSA**, nos permitimos expresar su beneplácito en aceptar esta petición, a la vez comprometerse a facilitar la información que la Cámara disponga para este propósito, y sobre todo, pueda servir esta investigación para los fines propuestos.

Hago propicia la ocasión para saludarle y reiterarle el sentimiento de nuestra consideración.

Atentamente,



Eduardo Calvache
DIRECTOR EJECUTIVO

