



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de ensayo o artículo académico previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Satisfacción del cliente: perspectiva de medición en el sector hotelero”

AUTOR: Bryan Alexander Pazos Gacitua

TUTORES:

Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

Dr. Hernán Mauricio Quisimalin Santamaría

AMBATO-ECUADOR

Febrero, 2019



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Satisfacción del cliente: perspectiva de medición en el sector hotelero**” presentado por el señor **Bryan Alexander Pazos Gacitua** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 26 de febrero del 2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'JCA', is written over a horizontal line. The signature is fluid and cursive.

Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

C.I. 0201801768

APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Hernán Mauricio Quisimalin Santamaría

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Satisfacción del cliente: perspectiva de medición en el sector hotelero**” presentado por el señor **Bryan Alexander Pazos Gacitua** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 26 de febrero del 2019



Dr. Hernán Mauricio Quisimalin Santamaría

C.I. 1802643898

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Bryan Alexander Pazos Gacitua**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

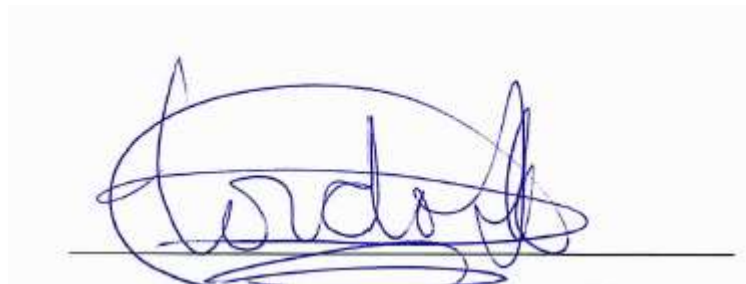


Bryan Alexander Pazos Gacitua

C.I. 1850371681

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dr. Víctor Hugo Córdova Aldas
C.I. 1802301562



Ing. Mg. Cesar Maximiliano Calvache Vargas
C.I. 1802862498

Ambato, 26 de febrero del 2019

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Bryan Alexander Pazos Gacitua

C.I. 1850371681

RESUMEN EJECUTIVO

El auge hotelero, según el Ministerio de Turismo, determinó que los empresarios privados inviertan 211 millones de dólares en este sector, esto advierte oportunidades de mercado. Esto hace visible un crecimiento económico en el sector turístico y consolida el desarrollo del sector hotelero en la ciudad de Ambato, que se aprecia íntegramente por la capacidad de satisfacción generada del usuario.

El abordaje de la metodología, se planteó mediante el método Kano, herramienta de medición dirigido a la excelencia de los productos y servicios, en función de las características de la satisfacción del consumidor, y el intercambio de experiencias.

Se dirigió a los usuarios que frecuentan servicios hoteleros en la provincia de Tungurahua, y se identificó las necesidades que manifestaron la mayor satisfacción de los servicios. Se consideró 100 huéspedes de hoteles del cantón Ambato. Finalmente, se priorizó elementos estratégicos del cliente como factores: atractivos, unidimensionales, indiferentes, obligatorios y de rechazo.

Esto dio lugar a identificar los coeficientes de satisfacción e insatisfacción, basados en veinticinco requerimientos básicos del cliente fundamentados en los atributos del método Kano, mediante diagramas de dispersión y se destaca requerimientos de mayor impacto como: atención rápida, amabilidad en el trato, wifi, promociones, ambiente agradable, parqueadero, publicidad en radio, televisión e internet.

PALABRAS CLAVE: MODELO KANO, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, SECTOR HOTELERO.

ABSTRACT

The hotel boom, according to the Ministry of tourism, determined that private entrepreneurs invest 211 million dollars in this sector, these notes market opportunities. This makes the economic growth visible in the tourism sector and it consolidates the development of the hotel sector in the city of Ambato, which is fully appreciated by the User's generated satisfaction capacity.

The approach of the methodology was raised by the Kano method, a measuring tool aimed at the excellence of products and services, depending on the characteristics of consumer satisfaction, and the exchange of experiences.

It addressed the users who frequent hotel services in the province of Tungurahua, and identified the needs that expressed the greatest satisfaction of the Services. It was considered 100 guests of hotels in the Ambato Canton. Finally, strategic elements of the client were prioritized as attractive, one-dimensional, indifferent, obligatory and rejection factors.

This resulted in identifying the coefficients of satisfaction and dissatisfaction, based on twenty-five Basic customer requirements based on the Kano method attributes. By means of dispersion diagrams and it emphasizes requirements of greater impact such as: quick attention, kindness in the treatment, Wi-Fi, promotions, pleasant atmosphere and parking, publicity in radio, television and Internet.

KEYWORDS: KANO MODEL, CUSTOMER SATISFACTION, HOTEL SECTOR.