



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS QUE OFERTAN LOS
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN CATEGORÍA 4
ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE MACHALA

ERIQUE DURAN FABRIZZY ALEXANDER
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS QUE OFERTAN LOS
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN CATEGORÍA 4
ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE MACHALA

ERIQUE DURAN FABRIZZY ALEXANDER
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS QUE OFERTAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE
ALOJAMIENTO EN CATEGORÍA 4 ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE MACHALA

ERIQUE DURAN FABRIZZY ALEXANDER
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

AMAIQUEMA ILLESCA LOURDES DOLORES

MACHALA, 28 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA
28 de agosto de 2019

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Análisis de los servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento en categoría 4 estrellas de la Ciudad de Machala, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



AMAIQUEMA ILLESCA LOURDES DOLORES
0701775512
TUTOR - ESPECIALISTA 1



LAZO SERRANO CARMEN ARLENE
0703017780
ESPECIALISTA 2



SOTO ARMIJOS SANDY TATIANA
0705099299
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: martes 27 de agosto de 2019 - 20:51

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ERIQUE DURAN FABRIZZY ALEXANDER_PT-010419.pdf
(D54780014)
Submitted: 8/12/2019 5:49:00 AM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

Tesis final 12.docx (D54441705)
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15149/Arias_AMA.pdf?
sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15149/Arias_AMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456144904002>
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181541051007>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6881879>

Instances where selected sources appear:

5

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, ERIQUE DURAN FABRIZZY ALEXANDER, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Análisis de los servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento en categoría 4 estrellas de la Ciudad de Machala, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 28 de agosto de 2019



ERIQUE DURAN FABRIZZY ALEXANDER
0704409671

RESUMEN

Este trabajo hace énfasis en los análisis de servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento considerados por el reglamento de alojamiento turístico, calificados en categoría 4 estrellas en la ciudad de Machala, siendo ello los únicos hoteles como el Adriand's y Regal los que cumplen con diversas estipulaciones y normativas para ser considerados en esta categoría y por lo tanto contribuyen a un mejor y eficiente servicio para sus huéspedes. En consecuencia el resultado mostrará el cumplimiento en los servicios y para ello se utilizará la metodología cuantitativa como la herramienta para obtener dicha información real, precisa y oportuna que contribuya al aporte esencial en esta investigación. Determinando así la satisfacción que recibe el cliente por el producto adquirido para su beneficio cumpliendo de esta manera sus necesidades como consumidor, esto permitirá la fidelización en los clientes por el servicio adquirido en un futuro.

PALABRAS CLAVES: Servicio al Cliente – Satisfacción al Cliente – Servicios Hoteleros – Fidelización.

ABSTRACT

This work emphasizes the analysis of services offered by accommodation establishments considered by the tourist accommodation regulation, classified in a 4-star category in the city of Machala, being the only hotels such as Adriand's and Regal those that comply with various stipulations and regulations to be considered in this category and therefore contribute to a better and efficient service for its guests. Consequently, the result will show compliance in the services and for this purpose the quantitative methodology will be used as the tool to obtain such real, accurate and timely information that contributes to the essential contribution in this investigation. Thus determining the satisfaction that the customer receives for the product purchased for their benefit, thus fulfilling their needs as a consumer, this will allow customer loyalty for the service acquired in the future.

KEYWORDS: Customer Service - Customer Satisfaction - Hotel Services – Loyalty.

ÍNDICE GENERAL

	Pág
INTRODUCCIÓN	5
JUSTIFICACIÓN	6
BASES TEÓRICAS	8
Servicio al Cliente	8
Satisfacción al Cliente	9
Servicios Hoteleros	9
OBJETIVOS	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
METODOLOGÍA	10
DESARROLLO	11
ANÁLISIS DE RESULTADOS	12
Entrevista a la recepcionista del Hotel Adriand's para conocer los servicios ofertados.	12
Entrevista a la recepcionista del Hotel Regal para conocer los servicios ofertados.	19
Encuesta a los Huéspedes del Hotel Adriand's para conocer los servicios ofertados.	26
Encuesta a los Huéspedes del Hotel Regal para conocer los servicios ofertados.	36
Cuadro comparativo de los servicios que ofertan los establecimientos de categoría 4 estrellas de la ciudad de Machala	44
CONCLUSIÓN	45
BIBLIOGRAFÍA	46

LISTA DE TABLAS

	Pág
Tabla 1: Datos generales	6
Tabla 2: Servicios y atención al cliente	10
Tabla 3: Planificación para capacitaciones	11
Tabla 4: Tipo de capacitación.	11
Tabla 5: Incentivo al personal	13
Tabla 6: Servicios ofrecidos	14
Tabla 7: Estrategias para una mayor demanda de clientes	14
Tabla 8: Diferencia de servicios	16
Tabla 9: Programa de capacitación	17
Tabla 10: Tipo de capacitación	17
Tabla 11: Técnicas que aplican para incentivar al personal	19
Tabla 12: Satisfacción del cliente	20
Tabla 13: Estrategias para una mayor demanda	20
Tabla 14: Satisfacción del servicio	22
Tabla 15: Percepción precio / servicio	23
Tabla 16: Listado de servicios	24
Tabla 17: Personal del hotel	26
Tabla 18: Atención y servicio del cliente	27
Tabla 19: Servicios a implementar	28
Tabla 20: Satisfacción del servicio	29
Tabla 21: Percepción precio / servicio	30
Tabla 22: Listado de servicios	31
Tabla 23: Desempeño de personal del hotel	32
Tabla 24: Atención y servicio del cliente	33
Tabla 25: Servicios a implementar	34
Tabla 26: Cuadro comparativo de los servicios ofertados	35

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág
Ilustración 1: Servicio y atención al cliente	11
Ilustración 2: Planificación para capacitaciones	12
Ilustración 3: Tipo de capacitación	13
Ilustración 4: Incentivo al personal	14
Ilustración 5: Servicios ofrecidos	15
Ilustración 6: Estrategias para una mayor demanda de clientes	16
Ilustración 7: Diferencia de servicios	17
Ilustración 8: Programa de capacitación	18
Ilustración 9: Tipo de capacitación	19
Ilustración 10: Técnicas que aplican para incentivar al personal	20
Ilustración 11: Satisfacción del Cliente	21
Ilustración 12: Estrategias para una mayor demanda	22
Ilustración 13: Satisfacción del servicio	23
Ilustración 14: Percepción precio / servicio	24
Ilustración 15: Listado de servicios	25
Ilustración 16: Personal del hotel	27
Ilustración 17: Atención y servicio del cliente	28

Ilustración 18: Servicios a implementar	29
Ilustración 19: Satisfacción del servicio	30
Ilustración 20: Percepción precio / servicio	31
Ilustración 21: Listado de servicios	32
Ilustración 22: Desempeño de personal del hotel	33
Ilustración 23: Atención y servicio del cliente	34
Ilustración 24: Servicios a implementar	35

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo investigativo, se trata de dar a conocer los servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento en categoría 4 estrellas de la Ciudad de Machala. Para ello se ha determinado que los establecimientos que cumplen con esta normativa son los hoteles, Adriand's y Regal. Sobre todo el servicio que ofrecen estos establecimientos, invita a que los huéspedes realicen una mayor demanda en la compra de sus servicios.

Por lo tanto estos hoteles cuentan con los servicios establecidos en el reglamento de alojamiento turístico, siendo considerados 4 estrellas, para brindar un mejor servicio y satisfacción a sus clientes o visitantes, quienes pernoctan en la ciudad. Sobre todo el nivel de satisfacción radica en la excelencia del servicio obtenido, en lo concerniente a buenas prácticas de atención a los clientes.

El objetivo principal es analizar los servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento en categoría 4 estrellas de la Ciudad de Machala, para determinar si cumple con las características que indica el reglamento de alojamiento turístico. Lo que va a permitir verificar los servicios ofertados en los hoteles de categoría 4 estrellas, para así determinar si los servicios ofertados cumplen con la satisfacción del cliente.

Su importancia radica en el servicio que ofrecen, siendo un pilar fundamental para atraer al cliente, dándoles a conocer una buena atención y servicio al cliente, haciéndolos sentir a gustos. De manera que van a recomendar a futuros clientes, para que se hospeden y gocen de los servicios a disposición con los que cuentan estos hoteles. Por esta razón los establecimientos deberán prestar todas las condiciones necesarias, del mismo modo se deberán encontrar en buen estado, para brindar un servicio óptimo y de calidad certificada.

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se produce a raíz de un estudio de caso práctico, el cual servirá para proporcionar información necesaria sobre el servicio ofrecido en los hoteles considerados de categoría 4 estrellas, puesto que son basados en el reglamento de alojamiento turístico, para un mejor servicio. (Suplemento: Registro Oficial Órgano Del Gobierno Del Ecuador, 2015, págs. 15-20). Por lo tanto para obtener dicha información, se utilizara el método de aplicación de encuesta, el cual permitirá conocer las percepciones de los huéspedes al momento de adquirir sus servicios. Así mismo se analiza si el servicio cumple con las expectativas y necesidades de los clientes en una escala satisfactoria.

Por tal motivo es vital importancia conocer que el servicio debe cumplir con las exigencias de los clientes, ya que son ellos quienes van a consumir los servicios de manera significativa a una medida creciente, esto se debe a que si el servicio ofertado por los hoteles, es de muy buena calidad, la demanda será mayor. Si su servicio es personalizado significa que el huésped es muy importante para el hotel. Siendo partícipes del desarrollo y progreso de dichos establecimientos, los cuales brindan un servicio exclusivo de forma rápida, oportuna y eficiente. Manteniendo un estatus privilegiado a la hora de comprar un servicio por los hoteles de categoría 4 estrellas es la Ciudad de Machala.

Tabla 1: Datos generales

DATOS GENERALES	
· Cantón	Machala
· Población	245.972 habitantes
· Año de Fundación.	25 de Junio de 1824
· Límites	Al norte con el cantón El Guabo, al sur con el cantón Santa Rosa, al Este con los cantones Pasaje y Santa Rosa y al oeste con el cantón Santa Rosa y canal de Jambelí.
· Parroquias	Machala, El Cambio, Puerto Bolívar, Providencia, 9 de Mayo. Parroquia rural El Retiro.
· Actividades Económicas	Productores de banano y cacao.
· Clima	Clima tropical que varían entre 22°C – 35°C.

Fuente: (Machala Alcaldía, 2018, pág. 11)

BASES TEÓRICAS

Servicio al Cliente

Es importante destacar que el servicio al cliente se enfoca al trato cordial, a cambio de haber recibido un producto, cumpliendo de esta manera sus necesidades la cuales tienen mucha expectativa por qué se generé un servicio satisfactorio al cliente. “El servicio al cliente lo perciben como una unidad perceptiva, donde la medición de la satisfacción del cliente depende de elementos cualitativos, especialmente perceptivos, tales como la amabilidad y el buen trato”. (Rubio, Flórez, & Rodríguez, 2018, pág. 5). Por tal razón se hace referencia a que el servicio es indispensable, por lo que el cliente siempre tiene la razón, sobre todo deben tomar en cuenta que si el servicio es excelente, permitirá satisfacer las necesidades de los clientes de una manera

significativa, por lo que se patenta un nombre y reputación honorable en lo que respecta al servicio para el cliente.

Desde el punto de vista el servicio va estar ligado siempre al buen trato y cordial atención que recibirá el cliente, por lo tanto los establecimientos de alojamiento deben precautelar ese buen trato hacia sus huéspedes, siendo ellos los van a comprar sus servicios para cubrir sus necesidades. “Las expectativas de los clientes, así como de la competencia”. (Frías, González, Almenares, & Ruiz, 2017, pág. 15). En este apartado se hace referencia, al buen servicio que deben brindar siempre. De esta forma la importancia que tiene la marca en sí, de un establecimiento que brinde un servicio totalmente diferente y único al resto de su competencia, será el que mayor fidelización de clientes tendrá en un futuro frente a los competidores. Permitiendo mantenerse en el mercado laboral, por su buena atención y servicio que brindan a sus clientes.

Satisfacción al Cliente

En efecto la satisfacción al cliente se desarrolla a partir de que se genera un servicio, ya sea este de forma tangible o intangible, es decir que cumple con las expectativas del cliente al momento de adquirir dicho servicio. “Satisfacción general del cliente”. (González, Batista, Hernández, Ayala, & Leyva, 2017, pág. 24). En este apartado se hace referencia a la opinión que genera el cliente por la satisfacción que le genera el servicio recibido, por consiguiente se hará énfasis en la mejora del mismo para lograr experiencias únicas, hacia huésped.

Desde la perspectiva del huésped, la satisfacción que percibe por el servicio adquirido debe ser superior e inmensamente gratificante, de este modo cumple con todas sus necesidades y expectativas, quedando contento y satisfecho por el buen servicio. “La satisfacción de los clientes, así como potenciar la eficacia y la efectividad”. (Romero & Chávez, 2015, pág. 9). Los autores hacen referencia a la satisfacción que producen en el cliente por el buen servicio y atención personalizada que generan. Como consecuencia se garantiza que el cliente sea fiel al producto que adquiere; de esta manera permitiendo una solidez a la hora de brindar el servicio, mostrando una diferencia en cuanto a la competencia por el servicio de calidad que se produce hacia los clientes.

Servicios Hoteleros

Haciendo énfasis sobre los servicios hoteleros, ciertamente se conoce que es una actividad en la cual, se muestra como los servicios intangibles que se pone a disposición, para la satisfacción de sus necesidades de alojamiento para huéspedes y demás clientes. “La importancia de los atributos de los servicios en los hoteles se incrementó a medida que incluía más estrellas de clasificación”. (Martinez & Berrios, 2018, pág. 312). Los autores se refieren a la importancia de los servicios en los hoteles, es decir que las exigencias de los huéspedes por obtener un mejor servicio hoy en día por su estadía en los establecimientos de alojamiento. En efecto se debe generar un plus adicional, para que se sientan cómodos y satisfechos. Logrando así una marca, un nombre por el servicio ofrecido en forma eficaz y eficiente.

Por lo tanto el servicio hotelero enmarca muchos aspectos comprendidos en una buena atención y servicio al cliente. Asimismo permitirá que el huésped quede satisfecho cumpliendo sus necesidades. “Prestación de servicio y atención al cliente, con la finalidad de que el huésped quede satisfecho con la atención solicitada”. (Lemoine, Reyes, & Valls, 2019, pág. 45). Por tal razón se hace referencia que el entorno laboral donde se produzca un servicio para brindar a los clientes, estos deberán sentirse seguros y confortables en su ambiente laboral, ya que a la hora de brindar el servicio esto se transmitirá y hará que el cliente satisfaga sus necesidades recibiendo un servicio excelente con una calidad inigualable, siendo el punto de equilibrio importante con respecto a la competencia, fidelizando a los clientes de manera única para sus aspiraciones en el mercado laboral.

METODOLOGÍA

En este apartado se hace referencia a la metodología, en la cual se aplicará el método cuantitativo, el mismo que está dirigido para desarrollar este caso práctico, de igual modo la relación de los establecimientos de categoría 4 estrellas, siendo estos los hoteles Regal y Adriand's, los únicos que cumplen con este tipo de categoría en la ciudad de Machala, de acuerdo al reglamento de actividades turísticas. Por otro lado se determinará además el nivel de satisfacción de los huéspedes de acuerdo a los servicios recibidos, el mismo que se aplicará la metodología de tipo encuesta y entrevistas. Reforzando aún más dichos resultados obtenidos por información real y confiable.

Es importante destacar que para realizar esta investigación se utilizara el método cuantitativo, por lo que la información será confiable en el transcurso de este caso práctico. “Los métodos cuantitativos examinan los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la Estadística”. (Acosta, Roldán, García, & Bon, 2016, pág. 72). En referencia a lo mencionado por los autores, el aporte esencial que alcanzará esta investigación, gracias a los métodos cuantitativos, utilizando las encuestas y entrevistas para una mayor veracidad en cuanto al análisis de los servicios que ofertan dichos establecimientos, en función al servicio que ofertan a los clientes.

La metodología que se utilizara para obtener resultados reales y satisfactorios, se basará en los porcentajes numéricos arrojados por los entes de recopilación de datos. En efecto se permitirán tomar decisiones, de las cuales existirán varias opciones. Para analizar y generalizar dichos resultados, mostrando así que la información recopilada es real y de fuente confiable. Siendo un soporte importante para lograr resultados satisfactorios que al final refuercen la investigación.

DESARROLLO

El diagnóstico sobre los análisis de servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento en categoría 4 estrellas de la ciudad de Machala, permite identificar con exactitud el cumplimiento de los servicios estipulados por el reglamento de alojamiento turístico, con la finalidad de conocer la satisfacción de los clientes respecto al servicio adquirido, tal es así que la información obtenida proporcionará resultados que contribuyan al aporte en esta investigación. “La medición de la satisfacción del cliente, mediante la identificación y evaluación de sus expectativas y percepciones”. (Pérez, Martínez, Noda, & Guzmán, 2015, pág. 3). Los autores hacen referencia al grado de satisfacción del cual el cliente manifiesta su agrado en la prestación del servicio, manteniendo en gran medida sus expectativas y percepciones contribuyendo al desarrollo de los establecimientos considerados 4 estrellas.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Entrevista a la recepcionista del Hotel Adriand's para conocer los servicios ofertados.

1. ¿Creé usted que existe una diferencia, entre los servicios ofrecidos por el hotel, respecto a la competencia?

Tabla 2: Servicios y atención al cliente

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	0	0,00%
NO	1	100,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor



Ilustración 1: Servicio y atención al cliente
Elaboración: Autor

Análisis

Respecto al resultado obtenido, para conocer el grado de competitividad en los hoteles de categoría 4 estrellas de la ciudad de Machala, indica en un 100% que no existe competencia alguna respecto al Hotel Regal, el cual es considerado de la misma

categoría que el Hotel Adriand´s. Por lo tanto no lo considera una competencia directa, siendo estos de la misma categoría.

2. ¿Existe un programa de planificación para capacitaciones al personal que labora en este alojamiento? Si la respuesta es sí, conteste las siguientes opciones de los tipos de capacitación.

Tabla 3: Planificación para capacitaciones

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	1	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor

- **Qué Tipo de Capacitación:**

Tabla 4: Tipo de capacitación.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Atención al Cliente	1	100,00%
Contabilidad	0	0,00%
Gastronomía	0	0,00%
Eventos	0	0,00%
Camaristas	0	0,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor

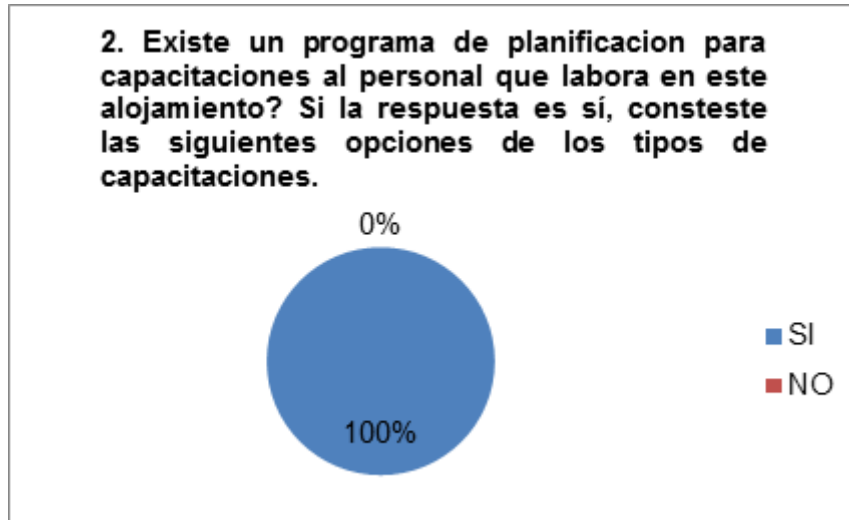


Ilustración 2: Planificación para capacitaciones
Elaboración: Autor



· **Qué Tipo de Capacitación:**

Ilustración 3: Tipo de capacitación
Elaboración: Autor

Análisis

En función a que si existe un programa de capacitación para el personal que labora en este establecimiento hotelero, menciona el recepcionista del Hotel Adriand's que si se realizan programas de capacitación por lo cual se refleja en un 100%, manifestando que la capacitación programada que reciben es sobre la Atención al Cliente con el resultado de 100%, por lo cual el personal tiende a estar capacitado para ofrecer y

brindar un buen servicio. “Es clave lograr su eficiencia para que el cliente reconozca el trabajo y la dinámica en que la organización se ocupa en satisfacer sus necesidades”. (Miranda, Cruz, Valle, & Flores, 2015, pág. 17).

3. ¿Qué técnicas aplican para incentivar al personal a ofrecer un mejor servicio?

Tabla 5: Incentivo al personal

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Elección del Mejor Empleado	1	100,00%
Incentivo Económico	0	0,00%
Ofrece Tarjeta de Descuento	0	0,00%
Celebración de Cumpleaños a Empleados	0	0,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor



Ilustración 4: Incentivo al personal
Elaboración: Autor

Análisis

Sintetizando los resultados se muestra que el Hotel Adriand's, menciona que sí aplican técnicas por lo que el resultado es 100%. Por su parte el hotel se enfoca en el resultado dentro del desempeño laboral de su personal, para ello realizan una Elección del Mejor Empleado, teniendo así un ambiente laboral saludable. "Calidad es multidimensional, puesto que las necesidades de los consumidores son múltiples y diversas". (Torres, Caballero, Sanabria, & Manzo, 2018, pág. 78)

4. Es importante la satisfacción del cliente, respecto a los servicios ofrecidos por el Hotel.

Tabla 6: Servicios ofrecidos

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	1	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor

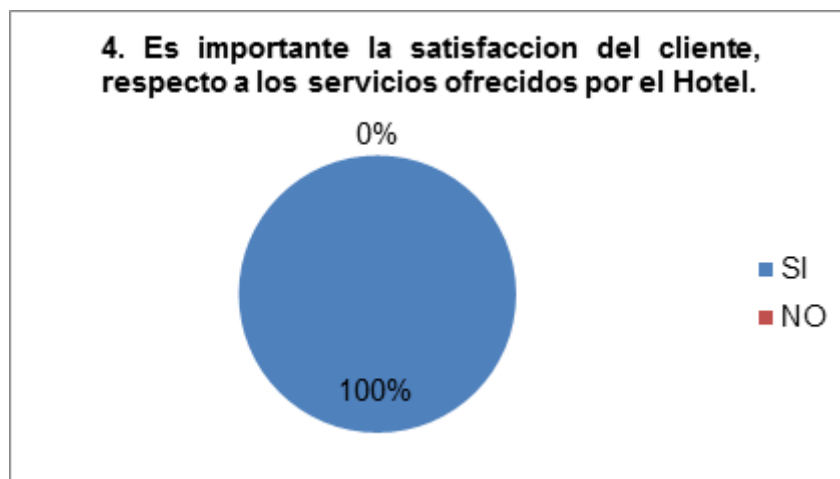


Ilustración 5: Servicios ofrecidos
Elaboración: Autor

Análisis

En mención a los resultados obtenidos, se evidencia en un 100% que sí es importante la satisfacción del cliente, respecto a los servicios ofrecidos por el Hotel Adriand's para sus huéspedes, por ello el brindar un mejor servicio impulsará a un desarrollo eficiente en cuanto a la satisfacción del cliente. "La satisfacción del cliente está influida de manera significativa por la evaluación que se hace del producto o servicio". (Zárraga, Molina, & Corona, 2018).

5. ¿Qué tipo de estrategias utilizan, para lograr una mayor demanda de los clientes en su hotel?

Tabla 7: Estrategias para una mayor demanda de clientes

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Descuentos Frecuentes	1	100,00%
Llamadas al Cliente para Conocer sus Inquietudes	0	0,00%
Atención Personalizada	0	0,00%
Proveer de Productos Saludables para el Snack	0	0,00%
Entretenimiento para Niños y Adultos.	0	0,00%
Proveer Productos Estéticos	0	0,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor



Ilustración 6: Estrategias para una mayor demanda de clientes
Elaboración: Autor

Análisis

Para detallar el resultado obtenido sobre qué tipo de estrategias utiliza el hotel Adriand's, para lograr una mayor demanda de los clientes. Este indica en un porcentaje supremamente mayor con un 100% respecto a las demás opciones, manifestando que utilizan como herramienta principal la aplicación de Descuentos Frecuentes a cualquier tipo de cliente.

Entrevista a la recepcionista del Hotel Regal para conocer los servicios ofertados.

1. ¿Creé usted que existe una diferencia, entre los servicios ofrecidos por el hotel, respecto a la competencia?

Tabla 8: Diferencia de servicios

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	0	0,00%
NO	1	100,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor



Ilustración 7: Diferencia de servicios

Elaboración: Autor

Análisis

Respecto a una diferencia en cuanto a brindar un servicio a los clientes se debe, el Hotel Regal, menciona que en realidad no existe una diferenciación en cuanto al servicio que brinde el Hotel Adriand's como resultado indicó en un 100% que no es similar la prestación del servicio al cliente. Pero manifiesta que su competencia principal es el Hotel Veuxor, considerando la cercanía que existe entre ambos hoteles.

2. ¿Existe un programa de planificación para capacitaciones al personal que labora en este alojamiento? Si la respuesta es sí, conteste las siguientes opciones de los tipos de capacitación.

Tabla 9: Programa de capacitación

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	1	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración : Autor

Qué Tipo de Capacitación:

Tabla 10: Tipo de capacitación

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Atención al Cliente	1	100,00%
Contabilidad	0	0,00%
Gastronomía	0	0,00%
Eventos	0	0,00%
Camaristas	0	0,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor

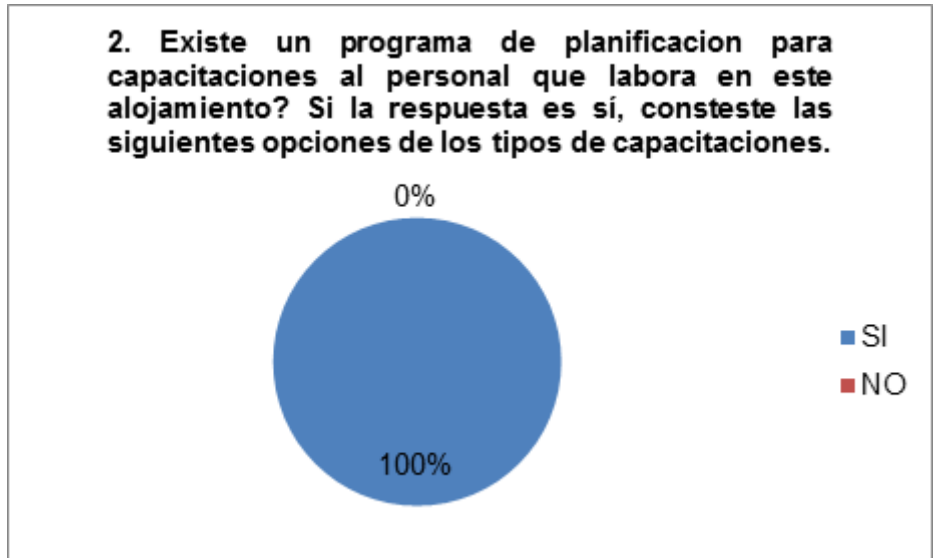


Ilustración 8: Programa de capacitación
Elaboración: Autor

· **Qué Tipo de Capacitación:**

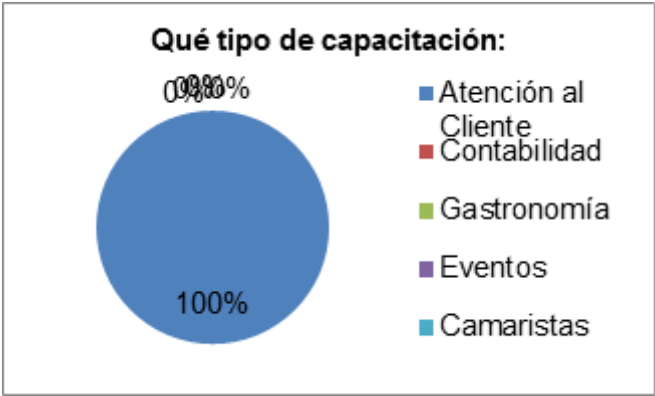


Ilustración 9: Tipo de capacitación
Elaboración: Autor

Análisis

Haciendo énfasis sobre qué tipo de programa de capacitación realizan para el personal que labora en el Hotel Regal, su recepcionista manifestó que Si se realizan capacitaciones mostrando así un resultado de 100%. Y para ello el tipo de capacitación que se realiza es sobre la Atención al Cliente. Mostrando así la importancia por cumplir satisfactoriamente las necesidades de los clientes mientras cumplen en su estadía.

3. ¿Qué técnicas aplican para incentivar al personal a ofrecer un mejor servicio?

Tabla 11: Técnicas que aplican para incentivar al personal

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Elección del Mejor Empleado	0	0,00%
Incentivo Económico	0	0,00%
Ofrece Tarjeta de Descuento	0	0,00%
Celebración de Cumpleaños a Empleados	1	100,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor

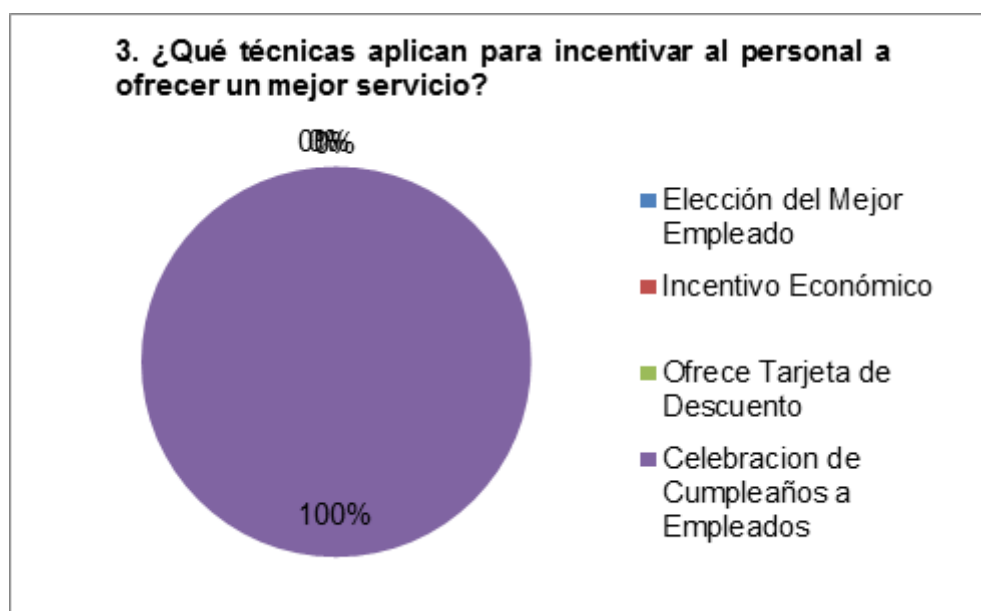


Ilustración 10: Técnicas que aplican para incentivar al personal

Elaboración: Autor

Análisis

Haciendo referencia al resultado manifestado por el Hotel Regal en cuanto a que técnicas aplican para incentivar al personal a ofrecer un mejor servicio, ellos

mencionan con un 100% que la Celebración de Cumpleaños a Empleados, es un motivo por el cual el personal brinda un servicio eficiente y de calidad hacia sus huéspedes.

4. Es importante la satisfacción del cliente, respecto a los servicios ofrecidos por el Hotel.

Tabla 12: Satisfacción del cliente

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	1	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	1	100,00%

Elaboración: Autor



Ilustración 11: Satisfacción del Cliente
Elaboración: Autor

Análisis

En cuanto a la obtención del resultado por conocer si en el Hotel Regal, le interesa la satisfacción que sus clientes obtienen gracias a sus servicios, este se evidenció en su

respuesta muy clara con un porcentaje de 100% que sí es importante para ellos la satisfacción del cliente, considerando que la calidad en el servicio es primordial.

5. ¿Qué tipo de estrategias utilizan, para lograr una mayor demanda de los clientes en su hotel?

Tabla 13: Estrategias para una mayor demanda

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Descuentos Frecuentes	1	33,34%
Llamadas al Cliente para Conocer sus Inquietudes	1	33,33%
Atención Personalizada	0	0,00%
Proveer de Productos Saludables para el Snack	1	33,33%
Entretenimiento para Niños y Adultos.	0	0,00%
Proveer Productos Estéticos	0	0,00%
TOTAL	3	100,00%

Elaboración : Autor



Ilustración 12: Estrategias para una mayor demanda
Elaboración: Autor

Análisis

En lo que respecta a la utilización de estrategias para lograr una mayor demanda de los clientes en el Hotel Regal. Ellos mencionan y con un porcentaje de 34% que al aplicar Descuentos Frecuentes a los clientes obtendrán mayor demanda en su establecimiento. Mientras que un 33% indican que realizar Llamadas al Cliente para Conocer sus Inquietudes, podrán enmendar sus errores en el servicio para así tener una mayor demanda en un futuro. Mientras que también un 33% indican que el Proveer de Productos Saludables para el Snack, invitara a que los clientes obtengan así un producto adicional por el servicio adquirido en su estadía en el hotel.

Encuesta a los Huéspedes del Hotel Adriand's para conocer los servicios ofertados.

1. Se siente satisfecho con el servicio que le ofreció el hotel.

Tabla 14: Satisfacción del servicio

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	35	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor



Ilustración 13: Satisfacción del servicio
Elaboración: Autor

Análisis

Desde el punto de vista los Huéspedes del Hotel Adriand's, manifestaron su satisfacción, indicando con un 100% que si cumplieron con sus expectativas, ya que

su estadía en el hotel fue gratificante, cumpliendo todas sus necesidades en lo que respecta a una buena atención y servicio al cliente en su estadía.

2. Según su percepción como puede calificar la relación precio / servicio.

Tabla 15: Percepción precio / servicio

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Excelente	20	57,14%
Buena	15	42,86%
Regular	0	0,00%
Mala	0	0,00%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

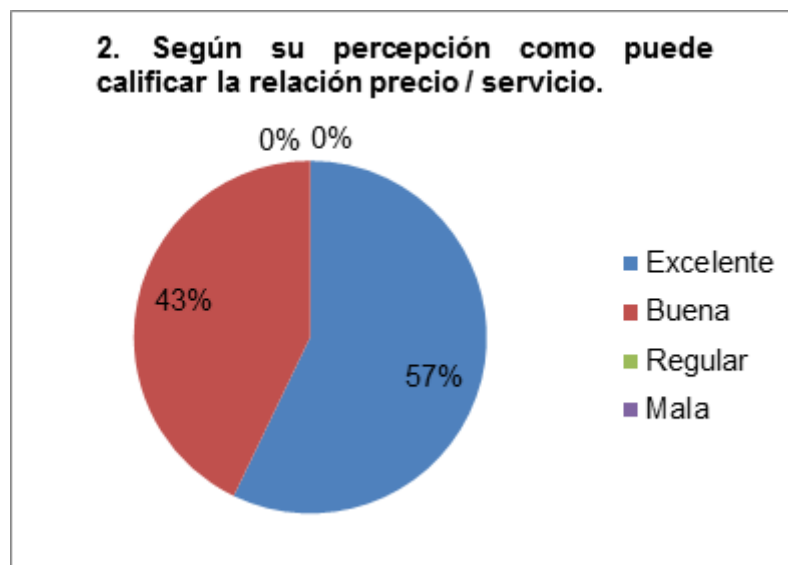


Ilustración 14: Percepción precio / servicio
Elaboración: Autor

Análisis

En cuanto a la percepción que tiene el cliente por la relación entre el precio y el servicio. En primer lugar con un 57% indican que existe una Excelente relación entre ambas percepciones, mientras que con un 43% manifiestan que la relación entre el precio y servicio es Buena. Por lo tanto como síntesis final se obtiene una respuesta positiva que permite quedar satisfecho en cuanto al pensamiento que tienen los huéspedes en relación al precio y servicio en el Hotel Adriand's.

3. Del siguiente listado qué servicios le ofreció el Hotel.

Tabla 16: Listado de servicios

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Estacionamiento	6	17,15%
Spa	2	5,71%
Gimnasio	0	0,00%
Cafetería	2	5,71%
Restaurante	0	0,00%
Salón de Eventos	5	14,28%
Áreas Deportivas	0	0,00%
Piscinas	7	20,00%
Desayuno Buffet	4	11,43%
Caja de Seguridad	4	11,43%
Servicios telefónico	4	11,43%

Preparación de Dietas Especiales	1	2,86%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

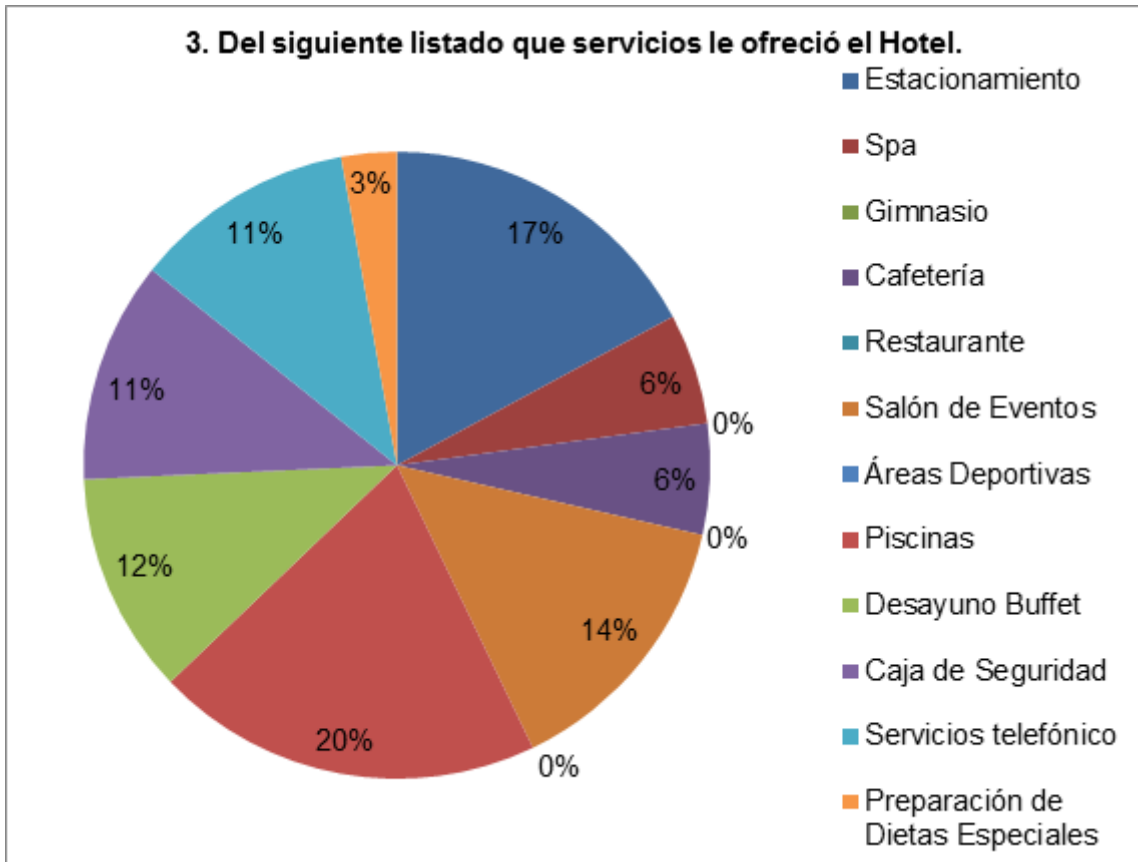


Ilustración 15: Listado de servicios
Elaboración: Autor

Análisis

En lo que respecta al servicio que el huésped recibió por parte del personal que labora en el Hotel Adriand's, indicando un 20% del servicio de Piscina con la que cuenta el hotel, mientras que un 17% indica que el servicio de Estacionamiento fue ofrecido por el hotel. A su vez el 14% indica que el servicio del Salón de Eventos cumplió con sus necesidades. Mientras el 12% menciona que el Desayuno Buffet también cumple con sus necesidades alimenticias. En igualdad de porcentajes con un 11% compartiendo el mismo resultado sobre los servicios de Caja de Seguridad y Servicio Telefónico en las instalaciones del hotel. A su vez el servicio de Spa y Cafetería con los que cuenta el

hotel, tiene como resultado un 6%. Y con un 3% el servicio de Preparación de Dietas Especiales. “Ofrecer un servicio de la mayor calidad posible”. (Aznar, Bagur, & Rocafort, 2016, pág. 152). A todo ello los resultados que se obtuvieron contribuyen a la diversidad de los servicios que brinda el Hotel Adriand’s para la buena atención y servicio al cliente.

4. El personal del Hotel fue amable y con vocación para brindar un buen servicio.

Tabla 17: Personal del hotel

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Excelente	27	77,14%
Buena	5	14,29%
Regular	3	8,57%
Mala	0	0,00%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

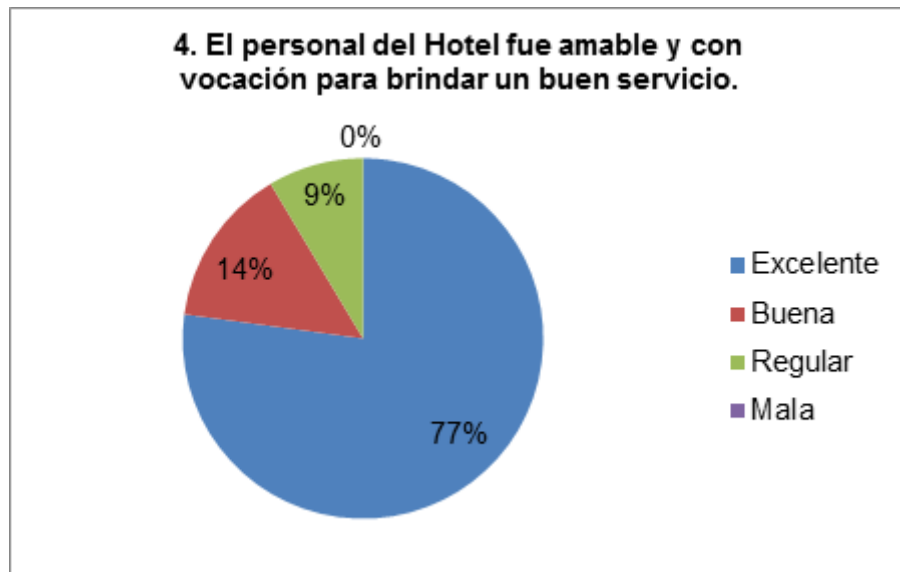


Ilustración 16: Personal del hotel
Elaboración: Autor

Análisis

Respecto a esta inquietud que tiene la mayoría de los hoteles por conocer qué opinan los huéspedes sobre el buen servicio que brindan. Obtiene en un 77% que el servicio es Excelente, también mencionan con un porcentaje de 14% que ha sido Buena la atención, mientras que un porcentaje menor pero no menos importante indican que el 9% les parece regular. Esto hace énfasis que en el Hotel Adriand's están realizando su desempeño de la mejor manera en cuanto al trato amable y con vocación de servicio hacia sus clientes.

5. ¿Cómo calificaría la atención y servicio del cliente en el hotel?

Tabla 18: Atención y servicio del cliente

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Excelente	30	85,71%
Buena	4	11,43%
Regular	1	2,86%
Mala	0	0,00%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

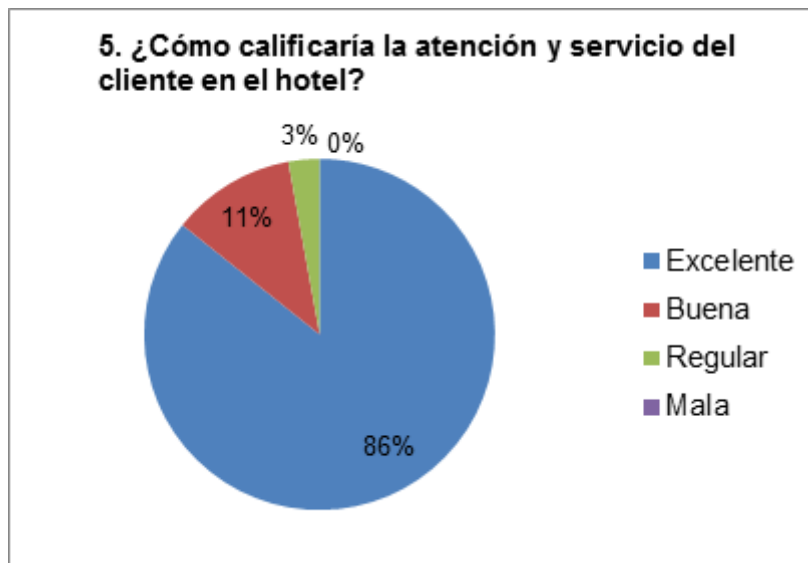


Ilustración 17: Atención y servicio del cliente
Elaboración: Autor

Análisis

Respecto a este enunciado se obtiene los siguientes resultados que permitirá saber el tipo de calificación que recibe el hotel Adriand's respecto a la Atención y Servicio del Cliente. Es importante destacar que con un mayor porcentaje de 86% indican que es Excelente el servicio, mientras que un 11% mencionan que es Buena la Atención, a su

vez en menor porcentaje de 3% indican que es Regular. “La satisfacción que se brinde a través del servicio deriva que la empresa conserve el cliente y, por eso, debe entender la importancia esencial de esta práctica”. (García, 2016, pág. 383). De esta forma los resultados son positivos de tal manera la atención y servicio que recibe el cliente en su estadía, son completamente excelente, invitando a que futuros clientes acudan mayormente.

6. ¿Qué servicio considera usted que el hotel debe implementar?

Tabla 19: Servicios a implementar

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Cambio de Divisas	0	0,00%
Servicio de Preparación para Dietas Especiales	10	28,57%
Paquetes turísticos en la Provincia de El Oro	15	42,87%
Facilidades para Personas con Capacidades Especiales	5	14,29%
Separación de Sectores para Fumadores y no Fumadores	5	14,29%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

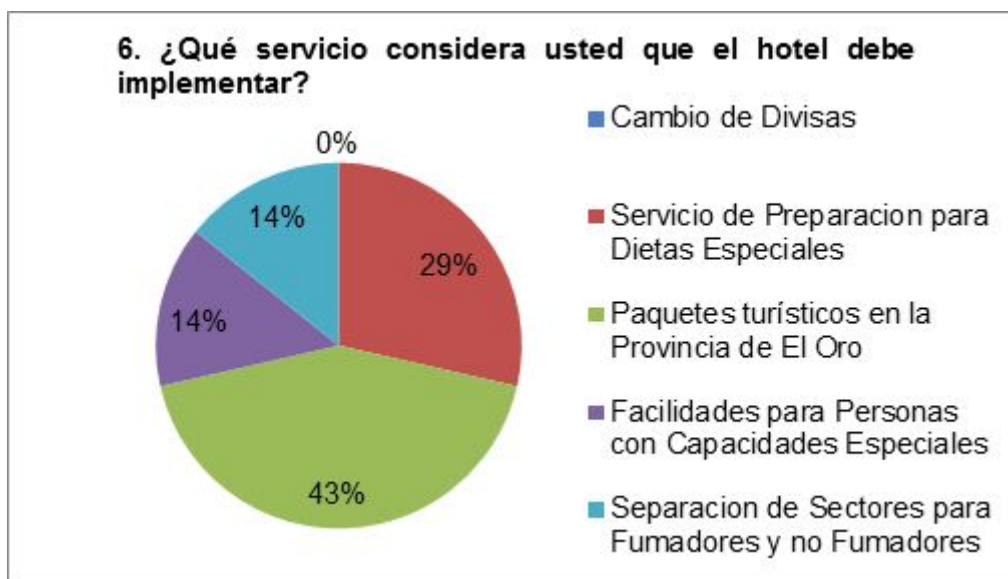


Ilustración 18: Servicios a implementar
Elaboración: Autor

Análisis

Desde el punto de vista del cliente, mencionaron que el hotel Adriand's debería considerar en su establecimiento de alojamiento, otros tipos de servicio. El principal servicio a implementar es la de Paquetes Turísticos en la Provincia de El Oro, con un 43%, permitiendo que se impulse con mayor fuerza en la Provincia. Mientras que un 29% mencionan que el Servicio de Preparación para Dietas Especiales debe ser implementado, niños y adultos. En una igualdad de resultados se muestra con un 14% ambas opciones como lo son Facilidades Para Personas con Capacidades Especiales y Separación de Sectores para Fumadores y no Fumadores. Esto permitirá que el cliente se sienta seguro y cómodo durante su estadía.

Encuesta a los Huéspedes del Hotel Regal para conocer los servicios ofertados.

1. Se siente satisfecho con el servicio que le ofreció el hotel.

Tabla 20: Satisfacción del servicio

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	31	88,57%
NO	4	11,43%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor



Ilustración 19: Satisfacción del servicio
Elaboración: Autor

Análisis

Desde la perspectiva sobre la satisfacción con el servicio que le ofreció el hotel respecto al cliente, este muestra un claro índice de porcentaje que respalda con un Sí de 89%, indicando que les genera satisfacción por el servicio que el hotel les brinda a cambio de una compensación económica. Mientras tanto que un 11% menciona que No han quedado satisfechos respecto al servicio ofrecido por parte del hotel.

2. Según su percepción como puede calificar la relación precio / servicio.

Tabla 21: Percepción precio / servicio

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Excelente	21	60,00%
Buena	10	28,58%
Regular	0	0,00%
Mala	4	11,42%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

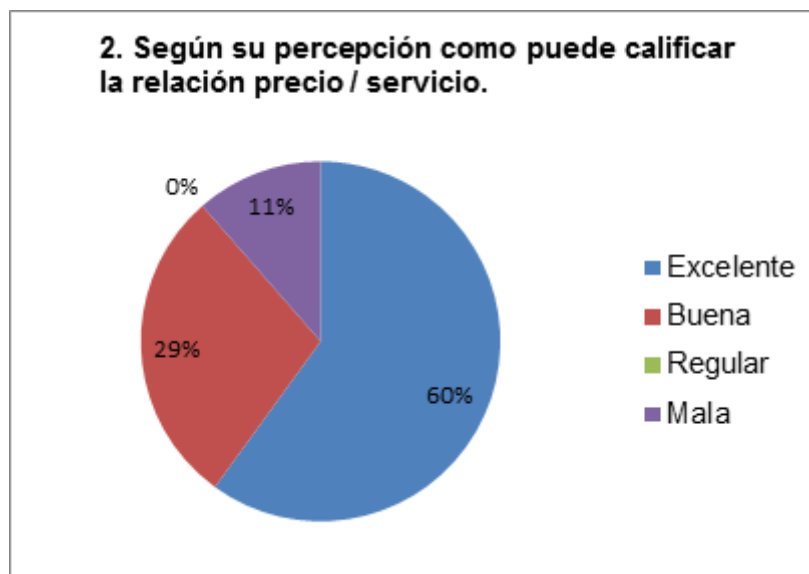


Ilustración 20: Percepción precio / servicio

Elaboración: Autor

Análisis

Respecto al resultado obtenido de acuerdo a la percepción de cómo calificar la relación entre el precio y servicio por parte de los clientes en el Hotel Regal, estos mencionan en un porcentaje mayor de 60% que existe una excelente relación en cuanto al precio y servicio por parte del hotel. Mientras que un 29% menciona que

existe una relación Buena entre ambas partes. Y un 11% indican que es Mala, no están de acuerdo con la relación entre el precio y servicio quedando insatisfechos.

3. Del siguiente listado qué servicios le ofreció el Hotel.

Tabla 22: Listado de servicios

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Estacionamiento	10	28,57%
Spa	0	0,00%
Gimnasio	8	22,86%
Cafetería	1	2,86%
Restaurante	11	31,43%
Salón de Eventos	5	14,28%
Áreas Deportivas	0	0,00%
Piscinas	0	0,00%
Desayuno Buffet	0	0,00%
Caja de Seguridad	0	0,00%
Servicios telefónico	0	0,00%
Preparación de Dietas Especiales	0	0,00%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor



Ilustración 21: Listado de servicios
Elaboración: Autor

Análisis

Con lo que respecta el número de servicio que hotel Regal les brindó a sus clientes, mientras permanecían en su establecimiento hotelero, estos mencionaron en un porcentaje mayor de 31% que el servicio de Restaurante en el hotel es el más significativo, mientras que un 29% indican que el servicio de estacionamiento les pareció acorde respecto a la adquisición del servicio, también con un 23% aparece el servicio de Gimnasio, a su vez con un 14% el servicio de Salón de Eventos es considerado por la opinión del cliente. Y con 3% el servicio de Cafetería. Por lo que existe una diversidad de servicio brindados por el hotel Regal hacia sus clientes de manera que la buena atención y servicio en el cliente.

4. El personal del Hotel fue amable y con vocación para brindar un buen servicio.

Tabla 23: Desempeño de personal del hotel

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Excelente	23	65,00%
Buena	8	28,58%
Regular	4	11,42%
Mala	0	0,00%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

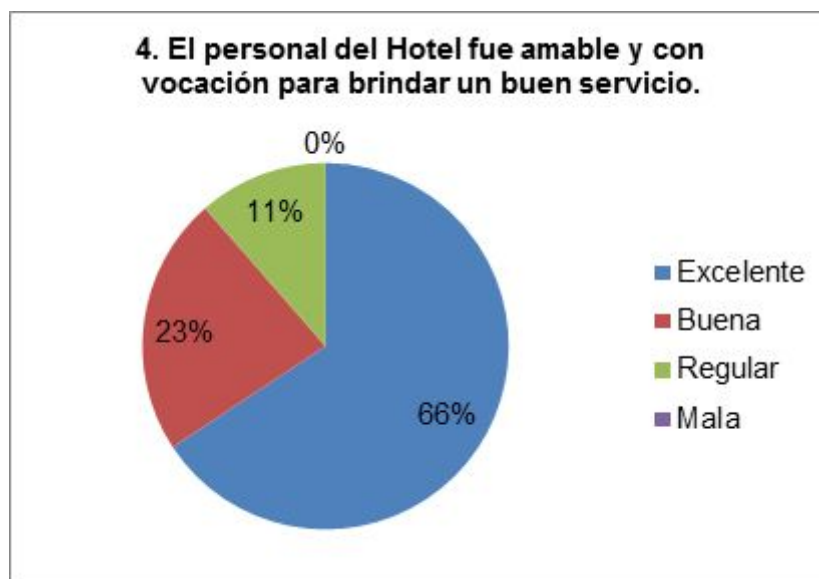


Ilustración 22: Desempeño de personal del hotel
Elaboración: Autor

Análisis

Respecto al desempeño que realiza el personal del Hotel Regal para brindar un buen servicio, esto se reflejó en un porcentaje mayor de 66% mencionando que es Excelente la vocación para realizar un buen servicio por parte del personal, mientras

que un 23% indica que es Buena, por su parte en un 11% muestra que es Regular el servicio que ofrece el hotel hacia los clientes.

5. ¿Cómo calificaría la atención y servicio del cliente en el hotel?

Tabla 24: Atención y servicio del cliente

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Excelente	23	65,71%
Buena	7	20,00%
Regular	1	2,86%
Mala	4	11,43%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

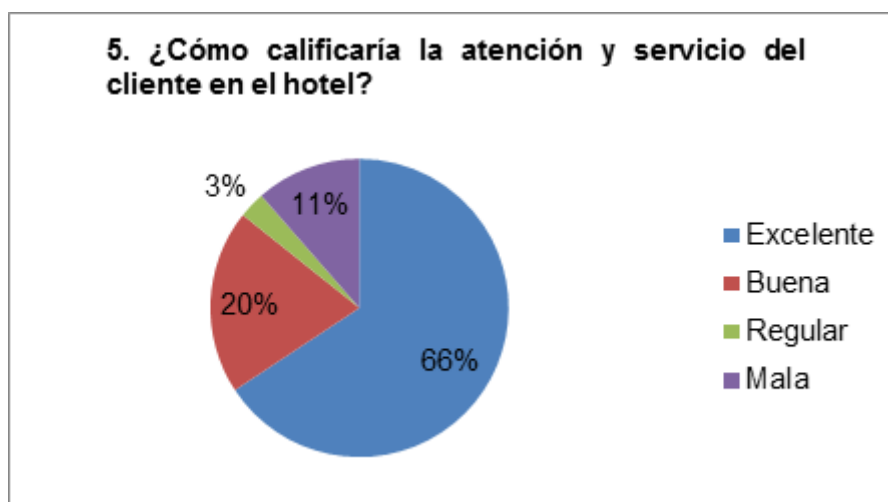


Ilustración 23: Atención y servicio del cliente
Elaboración: Autor

Análisis

En lo que respecta a cómo califica la atención y servicio del cliente que el Hotel Regal ofrece, esto se debe a que existe un índice de 66% que responde a que la atención y

el servicio es Excelente, en un buen desempeño por parte de este establecimiento de alojamiento, también en relación al servicio con un 20% muestra que es Buena, por su parte un 11% menciona que es la atención Regular. Y finalizar el 3% indica que la atención es Mala. Por ello el personal que se desempeña en el hotel debe esforzarse y precautelar la atención y servicio al cliente para poder mejorar estos índices en cuanto a la opinión obtenido por parte de los clientes.

6. ¿Qué servicio considera usted que el hotel debe implementar?

Tabla 25: Servicios a implementar

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Cambio de Divisas	10	28,57%
Servicio de Preparación para Dietas Especiales	4	11,43%
Paquetes turísticos en la Provincia de El Oro	15	42,86%
Facilidades para Personas con Capacidades Especiales	5	14,28%
Separación de Sectores para Fumadores y no Fumadores	1	2,86%
TOTAL	35	100,00%

Elaboración: Autor

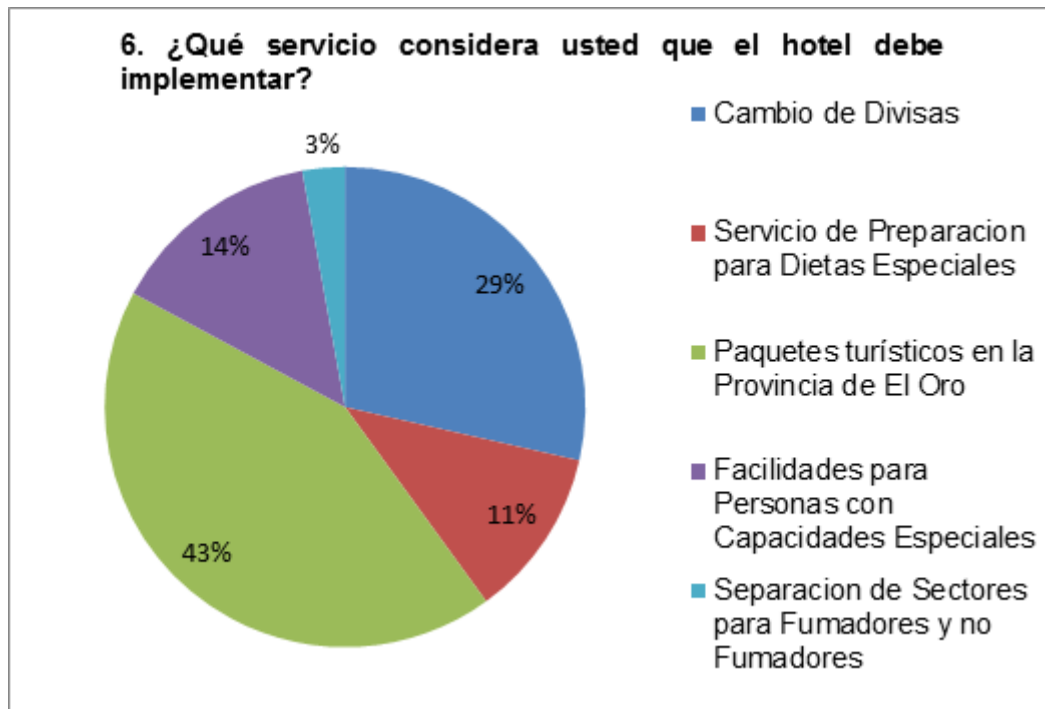


Ilustración 24: Servicios a implementar
Elaboración: Autor

Análisis

Respecto a los resultados obtenidos por parte de los clientes con el servicio que el hotel debería implementar para mejorar así una buena satisfacción. Se procede a reflejar los siguientes resultados los cuales indican y creen necesario que se debería implementar con un margen de 43% que son los Paquetes Turísticos en la Provincia de El Oro, esto impulsando enormemente el turismo en la localidad. Otro servicio con un 29% es el Cambio de Divisas. Un 14% menciona que se debe implementar en el hotel Facilidades para Personas con Capacidades Especiales. A su vez un 11% indica que se implemente el Servicio de Preparación para Dietas Especiales. Mientras que un 3% pero no menos importante es la implementación de Separación de Sectores para Fumadores y no Fumadores. Esto como resultado se indica que el Hotel Regal debe tener en cuenta las inquietudes por parte de los clientes para mejorar el servicio dentro del establecimiento hotelero en esta ciudad.

Cuadro comparativo de los servicios que ofertan los establecimientos de categoría 4 estrellas de la ciudad de Machala

El propósito de realizar este cuadro comparativo, es para tener presente los distintos tipos de servicios que ofertan los hoteles Adriand's y Regal comprendidos en el reglamento de alojamiento turístico (Suplemento: Registro Oficial Órgano Del Gobierno Del Ecuador, 2015).

Tabla 26: Cuadro comparativo de los servicios ofertados

Cuadro comparativo de los servicios que ofertan los establecimientos de categoría 4 estrellas de la ciudad de Machala	
Servicios que oferta el Hotel Adriand's	Servicios que oferta el Hotel Regal
· Piscina.	· Restaurante.
· Estacionamiento.	· Estacionamiento.
· Salón de Eventos.	· Gimnasio.
· Desayuno Buffet.	· Salón de Eventos.
· Caja de Seguridad.	· Cafetería.
· Servicios Telefónicos.	
· Spa.	
· Cafetería.	
· Preparación de Dietas Especiales.	

Elaboración: Autor

CONCLUSIÓN

En el presente trabajo investigativo se ha determinado, mediante la realización de un análisis de los servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento de categoría 4 estrellas de la ciudad de Machala, como consecuencia se ha obtenido que los Hoteles Adriand's y Regal si cumplen con la normativa en cuanto a los servicios estipulados por el reglamento de alojamiento turístico, siendo ellos los únicos en la ciudad de Machala considerados 4 estrellas, contribuyendo al desarrollo económico del establecimiento por la demanda de sus clientes respecto a los servicios brindados.

De igual forma dichos servicios cumplen plenamente con la satisfacción que les genera dichos productos los cuales son adquiridos y consumidos en su totalidad por los huéspedes al momento de sus estadías en el establecimiento hotelero. Por ello el brindar un buen servicio por parte de los establecimientos hoteleros es primordial para cumplir satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, O., Roldán, M., García, S., & Bon, I. (2016). Los métodos cuantitativos en la mejora de los procesos del catering. *Ingeniería Industrial*, 37(1), 70-77. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360443665007>
- Aznar, J., Bagur, L., & Rocafort, A. (2016). Impacto de la calidad del servicio en la competitividad y rentabilidad: El sector hotelero en la costa catalana. *Intangible Capital*, 12(1), 147-166. doi:10.3926/ic.693
- Frías, R., González, M., Almenares, R., & Ruiz, J. (2017). Gestión de riesgo y alineamiento estratégico en procesos hoteleros seleccionados. *Retos Turísticos*, 16(1), 12-26.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, 18(3), 381-398. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>
- González, I., Batista, E., Hernández, N., Ayala, A., & Leyva, L. (2017). Procedimiento para la evaluación de la satisfacción del cliente con los servicios hoteleros. *Retos Turísticos*, 16(1), 19-26. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=fa0b45e8-e12b-41e7-9205-962d9c0bc9d2%40pdc-v-sessmgr06>
- Lemoine, Á., Reyes, I., & Valls, W. (2019). Sostenibilidad de los servicios hoteleros en su entorno sociocultural. Bahía de. *Revista de Ocio y Turismo*, 13(1), 40-50. doi:10.17979/rotur.2019.13.1.3470
- Machala Alcaldía. (2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Machala*. Machala, El Oro, Ecuador: Machala Alcaldía Actualización 2018.
- Martinez, S., & Berríos, R. (Abril de 2018). El poder de los comentarios on-line en la Calidad del servicio hotelero de León de Nicaragua. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.*, 16(2), 309-320. doi:10.25145/j.pasos.2018.16.022

- Miranda, A., Cruz, I., Valle, M., & Flores, J. (2015). Estrategias de marketing con redes sociales en hoteles de cuatro y cinco estrellas en la ciudad de Tijuana, Baja California. *Teoría y Praxis*, 10-31. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456144904002>
- Pérez, R., Martínez, R., Noda, M., & Guzmán, M. (2015). La satisfacción del cliente, influencia en la lealtad. Análisis del destino Holguín. *Ciencias Holguín*, 11(3), 1-17. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181541051007>
- Romero, A., & Chávez, H. (2015). Evaluación de la satisfacción del cliente y de los costos de calidad del proceso de restauración en la hotelería. *Retos Turísticos*, 14(3), 5-10. Obtenido de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=113892377&lang=es&site=ehost-live>
- Rubio, G., Flórez, M., & Rodríguez, M. (2018). Satisfacción del cliente a los servicios crediticios ofertados por las cooperativas financieras del Tolima - Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 1-15.
- Suplemento: Registro Oficial Órgano Del Gobierno Del Ecuador. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico* (Vol. II). Quito: Editora Nacional. Obtenido de www.registrooficial.gob.ec
- Torres, R., Caballero, D., Sanabria, B., & Manzo, E. (2018). La calidad de los servicios gastronómicos en el balneario San clemente, Manabí, Ecuador. *Retos Turísticos*, 17(2), 76-84. Obtenido de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=130844195&lang=es&site=ehost-live>
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 7(18), 46-65. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6881879>