



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL ESTABLECIMIENTO  
HOTELERO REEC MEDIANTE EL MODELO SERVQUAL

CASTRO CASTILLO KATHERINE ESTEFANIA  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA  
2021



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y  
TURISMO

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL  
ESTABLECIMIENTO HOTELERO REEC MEDIANTE EL MODELO  
SERVQUAL

CASTRO CASTILLO KATHERINE ESTEFANIA  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y  
TURISMO

MACHALA  
2021



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y  
TURISMO

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL ESTABLECIMIENTO HOTELERO  
REEC MEDIANTE EL MODELO SERVQUAL

CASTRO CASTILLO KATHERINE ESTEFANIA  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

CASTILLO FLORES RAQUEL

MACHALA, 21 DE SEPTIEMBRE DE 2021

MACHALA  
21 de septiembre de 2021

# gestión Hotelera

*por Katherine Castro*

---

**Fecha de entrega:** 26-ago-2021 08:11p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1636541212

**Nombre del archivo:** NAL\_GESTIO\_N\_DE\_LA\_CALIDAD\_DEL\_SERVICIO\_HOTELERO\_HOTEL\_RECC.docx  
(185.69K)

**Total de palabras:** 2907

**Total de caracteres:** 15199

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

La que suscribe, CASTRO CASTILLO KATHERINE ESTEFANIA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL ESTABLECIMIENTO HOTELERO REEC MEDIANTE EL MODELO SERVQUAL, 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.

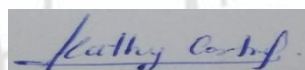
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

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.

La autora 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, 21 de septiembre de 2021



CASTRO CASTILLO KATHERINE ESTEFANIA  
0707041521

## RESUMEN

La industria hotelera es uno de los sectores que más aportan a la desarrollo socio económico del país, trabajar en la calidad del servicio es indispensable, pues su éxito se mide a través de la satisfacción que obtenga el huésped o cliente al cumplir sus expectativas frente al servicio que se ha brindado. Es complejo para un hotel volver tangible lo intangible porque no ofrece bienes sino servicios, no obstante, existen estrategias que permitan medir la calidad de los servicios conjuntamente con la participación del talento humano y la tecnología, contar con personal capacitado y con los recursos necesario proyectará a la empresa al cumplimiento de sus objetivos. Por tal razón se ha realizado un análisis profundo de investigación bibliográfica para analizar la importancia de la calidad en el los servicios hoteleros y la medición de la calidad en el Hotel REEC en la ciudad de Machala, a través de una investigación bibliográfica con enfoque cualitativo-cuantitativo, y el uso de técnicas como la recolección de datos, encuestas en base al modelo SERVQUAL y ficha de observación de la zona de estudio.

**Palabras claves:** Sector Hotelero - Servicio - Calidad - Talento Humano - Tecnología - modelo SERVQUAL- Hotel REEC.

## **ABSTRACT**

The hotel industry is one of the sectors that contributes most to the socio-economic development of the country. Working on the quality of service is essential, as its success is measured through the satisfaction obtained by the guest or client on fulfilling their expectations with regard to the service that has been provided. It is complex for a hotel to make the intangible tangible because it does not offer goods but services, however, there are strategies that allow measuring the quality of the services together with the participation of human talent and technology, having trained personnel and the necessary resources will project the company to the fulfilment of its objectives. For this reason, an in-depth analysis of bibliographical research has been carried out to identify the importance of quality in hotel services and the measurement of quality in the Hotel REEC in the city of Machala, through bibliographical research with a qualitative-quantitative approach, and the use of techniques such as data collection, surveys based on the SERVQUAL model and an observation sheet of the study area.

**Keywords:** Hotel Sector - Service - Quality - Human Talent - Technology - SERVQUAL model - Hotel REEC.

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. DESARROLLO	6
3. METODOLOGÍA	8
3.1. Ficha de observación del servicio de Alimentos	9
3.2. Ficha de observación de almacenamiento de alimentos	11
4. ENCUESTA SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO DIRIGIDA A LOS HUÉSPEDES A TRAVÉS DEL MODELO SERVQUAL	12
4.1. ASPECTOS TANGIBLES	12
4.2. FIABILIDAD	13
4.3. CAPACIDAD DE RESPUESTA	13
4.4. SEGURIDAD	14
4.5. EMPATÍA	14
5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES	15



# 1. INTRODUCCIÓN

El sector de la industria hotelera aporta de manera significativa al desarrollo económico de un país. Para Cedeño & Real la hotelería es considerada como “un servicio abarcador que genera fuentes de empleo en todo el mundo” (2020, pág. 975).

En otro contexto, Vidrio, Rebolledo & Galindo, exponen el pensamiento de Méndez sobre la oferta de los servicios de alojamiento; la expansión y estandarización de la oferta de servicios hoteleros trajo consigo la necesidad (del ofertante), el buscar la lealtad de sus clientes, al identificar la diversidad de necesidades que poseían, por lo que una sola empresa no era suficiente, es decir, se empieza a segmentar el mercado, dando como resultado la aparición de nuevas ofertas de servicio.

Inmediatamente tras el aumento de nuevos establecimientos hoteleros y la estandarización de amenidades y servicios surgen los sistemas de evaluación de calidad, el más conocido a nivel mundial es la calificación por estrellas (Vidrio et al., 2020, pág. 2). Se consideran los requisitos técnicos diferenciadores de categorización en un rango de una a cinco estrellas, de esta manera logra medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicio que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes, tal como lo menciona el reglamento de alojamiento turístico en el artículo 3 del primer capítulo (Mintur, 2016).

Al ser la industria hotelera, cíclica, sensible al comportamiento de la economía y a las circunstancias sociales y políticas, es altamente susceptible a las condiciones del mercado, por tal razón es necesario mantener estándares de calidad para que los establecimientos se mantengan en una sola categorización, que la obtienen según su tipo de servicio (Marulanda & Restrepo, 2020, pág. 185). Además, uno de los principales impactos de la estacionalidad es la variabilidad en la calidad del servicio, desde el punto de vista de la oferta y demanda (Dalir et al., 2020, pág. 371).

En el éxito de un hotel intervienen dos elementos claves; Talento Humano y las Tecnologías de la Información y Comunicación, es importante que la empresa cuente con colaboradores con: don de servicio, actitud positiva y sobre todo que tengan una visión clara del propósito de la empresa, esto se logra capacitando constantemente a los colaboradores, pues como empresa es importante entender que, para fidelizar clientes se debe brindar un servicio de

calidad, en participación simultánea de las TICs ya que aportan a la optimización de los recursos en los procesos.

Actualmente la calidad de servicio se ha convertido en una condición esencial para cualquier estrategia dirigida al éxito competitivo de una empresa (Calvopiña et al., 2019, pág. 24). La calidad de servicio en las empresas turísticas pueden ser medibles, mediante estrategias como la aplicación de un modelo, el más conocido es SERVQUAL, mide la percepción y las expectativas del cliente en 5 aspectos que más adelante se detallarán. El presente trabajo de investigación se desarrolló mediante la metodología con enfoque cualitativo y el uso de técnicas que permitieron fundamentar la información investigada como fichas de observación, encuesta aplicadas a clientes

## 2. DESARROLLO

El servicio hotelero es considerado como un producto intangible, que no se puede ver o poseer, sino que proporciona beneficios, produciendo satisfacción al cliente” (Ballón, 2016). Por otro lado García, en su documento expone el pensamiento de los autores Montoya y Boyeron acerca del servicio; no es más que un conjunto de vivencias resultado del contacto entre la organización y el cliente, por tal razón considera que generar una buena relación va a permitir alcanzar el éxito deseado (García, 2016, pág. 383).

Es evidente que un servicio no vende bienes, vende experiencias, por lo que es más complejo satisfacer las necesidades de los clientes, de tal manera que, en cualquier empresa que preste un servicio es fundamental que se apliquen estrategias necesarias para poder lograrlo.

En el artículo de Hernández, Barrios, & Martínez mencionan que para Deming, la calidad del servicio, consiste en transformar las necesidades y expectativas futuras del cliente de manera cuantificable y medible, convirtiéndose en la única vía para diseñar y desarrollar productos por los cuales el cliente estará dispuesto a pagar, logrando su plena satisfacción (Hernandez et al., 2018, pág. 182).

Es importante que un establecimiento hotelero se gestione de manera correcta la calidad del servicio que presta a sus huéspedes para mantenerse en el mercado turístico, pues en la actualidad no basta con que se vea bien o cuente con las mejores instalaciones, sino también tenga competitividad (Luján et al., 2019, pág. 106). Es decir, crear un valor agregado en el servicio, lo cual implica el saber hacer “know how”, la creatividad, el servicio y la filosofía de trabajo de tal manera que se generen ventajas competitivas que actúen como factores diferenciadores sostenibles en el tiempo (Manjarrez et al., 2020, pág. 15).

En otras palabras, el servicio genera experiencias en el cliente, ya depende del prestador del servicio que sean positivas y logren cumplir las altas expectativas que este mantiene, y de esta manera cumplir los objetivos de la empresa. Por otro lado, según Grunauer en el capítulo dos: *Departamento de gestión de talento humano*, asegura que:

El talento humano es uno de los factores de mayor relevancia entre todos los recursos que existen en una empresa, ya que las actividades que se realizan dentro de la misma dependen de lo que las personas hagan o desarrollen. Las nuevas tendencias en los

estilos de vida, obligan a los hoteles a centrar su atención en la mejora de la calidad en el servicio que presta. Los recursos humanos se relacionan directamente con la calidad de servicio que se ofrece y se brinda en un hotel, esto es posible porque existe una interacción inmediata entre cliente y personal (Calle et al., 2018, pág. 33).

. Las TIC's tienen la capacidad de eliminar las barreras geográficas permitiendo ampliar la lista de clientes potenciales, aquellos que no pueden contratar los servicios de estas empresas por el factor distancia. Las nuevas tecnologías van a proporcionar la oferta vinculada a los productos turísticos con otros que no lo son, por medio de portales la empresa turística que puede servir de vía de acceso de otros productos de comercio electrónico que de otra forma verían reducidas sus posibilidades de éxito comercial (Nuñez et al., 2021, pág. 149).

El talento humano; es la primera cara del servicio al cliente, es por eso que capacitar constantemente a los colaboradores aporta a que tengan una visión clara sobre lo que se espera lograr, así mismo contar un sistema de gestión de la calidad para que el servicio sea rápido y eficaz que ayuden a la optimización de tiempo y los recursos. Así mismo, las tecnologías favorecen la eficiencia interna, por el increíble aumento en velocidad de la comunicación y la consistente reducción de los costos de comunicación (Oliveros & Martínez, 2017, pág. 18).

### 3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo, se utilizó la metodología con enfoque cualitativo, cuantitativo, además, se ha creído conveniente utilizar las técnicas de investigación como la observación directa para aplicar la ficha de observación; formulación de encuestas mediante un modelo SERVQUAL que mide la calidad de los servicios y; la revisión bibliográfica de revistas científicas actuales además de bibliografía complementaria

Como se mencionó anteriormente las técnicas que complementaron la investigación fueron las siguientes:

**Recopilación de datos:** observación directa se logró mediante el uso de fichas de observación para la recopilación de datos relevantes sobre el servicio, almacenamiento y manejo de alimentos en el “Restaurant American Bistro Market” del Hotel REEC, se logró mediante el uso de fichas de observación

**Encuesta:** la encuesta estuvo dirigida a los huéspedes del Hotel REEC según la ocupación en el mes de junio, basándose en las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL.

### 3.1.Ficha de observación del servicio de Alimentos

Tabla 1.

#### FICHA DE OBSERVACIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURANTE

SERVICIO DE ALMUERZO	LUGAR:	FECHA	15/06/2021		
	American Bistro Market				
	TURNO	HORA DE INICIO	12H00	HORA TERMINO	15H00
	Almuerzo				
ELEMENTO	B	R	M	OBSERVACIONES	

#### ASEO Y ORDEN ANTES DEL SERVICIO

1 Información Menú	X				
2 Cierre de puertas		X			
3 Cierre de ventanas	X				
4 Limpieza de comedor	X				
5 Mise'n place	X				
6 Limpieza de ventanas	X				
7 Iluminación y climatización	X				

#### SERVICIO

9 Presentación	X				
----------------	---	--	--	--	--

10	Volumen	X	
11	Calidad de carnes	X	
12	Verduras	X	
13	Postres	X	
14	Temperatura	X	
15	Cocción	X	
16	Puntualidad	X	
<b>DISEÑO EXPERIENCIA</b>			
17	Decoración	X	
18	Montaje de mesas	X	
19	Música	X	
20	Originalidad	X	
21	Información		X
<b>TOTAL</b>		<b>19</b>	<b>2</b>
<b>PORCENTAJE</b>		<b>90.47%</b>	<b>9.52%</b>

**Fuente:** (Hospitality & Service University, 2021)

### 3.2.Ficha de observación de almacenamiento de alimentos

Tabla 2.

#### FICHA DE OBSERVACIÓN DE ALMACENAMIENTO

ELEMENTO	B	R	M	OBSERVACIONES
<b>ÁREA DE RECEPCIÓN DE ALIMENTOS</b>				
1 Limpieza Área externa	X			
2 Limpieza Área interna	X			
<b>ÁREA DE BODEGA SECA</b>				
3 Limpieza del Área	X			
4 Estanterías	X			
5 Orden	X			
6 Almacenamiento de frutas y verduras	X			
<b>ÁREA DE REFRIGERACIÓN</b>				
7 Temperatura	X			
8 Estanterías	X			
9 Pisos y paredes	X			
10 Conservación	X			
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>			
<b>PORCENTAJE</b>	<b>100%</b>			

Fuente: (Hospitality & Service University, 2021)



## 4. ENCUESTA SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO DIRIGIDA A LOS HUÉSPEDES A TRAVÉS DEL MODELO SERVQUAL

En el mes de Julio según la información brindada por el establecimiento, tuvieron una ocupación de 506 personas que al dividirlos para 4 que son las semanas que tiene el mes, da como resultado 127 personas para encuestar. Las preguntas de la encuesta se basaron en los 5 aspectos del modelo SERVQUAL.

Tabla 3.

### ESCALA DE LIKERT

1	2	3	4	5
Insatisfecho	Poco satisfecho	Moderadamente satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho

**Fuente:** Elaboración propia y basada en la escala de Likert, 1932

### 4.1. ASPECTOS TANGIBLES

ÍTEM	ESCALA DE LIKERT					TOTAL
	1	2	3	4	5	
El hotel cuenta con instalaciones atractivas y modernas					127	127
Los empleados del hotel tienen pulcra y agradable				15	112	127
La habitación cuenta con los servicios necesarios para mi confort					127	127
El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades para disfrutar mi estancia					127	127
El servicio de restaurante ofrece menú variado y comida de calidad					127	127

**Fuente:** Elaboración propia, basado en el modelo SERVQUAL y el documento digital. (Gorozabel, 2019)

## 4.2. FIABILIDAD

ÍTEM	ESCALA DE LIKERT					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Predisposición para resolver problemas					127	127
Los colaboradores prometen hacer algo en cierto tiempo, lo cumplen					127	127
Cuando un cliente tiene un problema, el hotel muestra interés en solucionarlo					127	127
Brindan servicios sin cometer errores				32	95	127

**Fuente:** Elaboración propia, basado en el modelo SERVQUAL y el documento digital. (Gorozabel, 2019)

## 4.3. CAPACIDAD DE RESPUESTA

ÍTEM	ESCALA DE LIKERT					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Los colaboradores comunican a los clientes en que momento termina su servicio				7 9		127
Los colaboradores le ofrecen un servicio rápido y eficaz				7 1	56	127
Los colaboradores del hotel están dispuestos a ayudarle en todo momento				2 7	100	127
El personal nunca está demasiado ocupado para responder sus inquietudes				3 2	95	127

**Fuente:** Elaboración propia, basado en el modelo SERVQUAL y el documento digital (Gorozabel, 2019)

#### 4.4. SEGURIDAD

ÍTEM	ESCALA DE LIKERT					TOTAL
	1	2	3	4	5	
El comportamiento del colaborador transmite confianza					217	127
El hotel le transmite seguridad durante su estadía					217	127
Los colaboradores siempre son amables y serviciales				20	107	127
Los colaboradores siempre responden correctamente a sus preguntas						127

**Fuente:** Elaboración propia, basado en el modelo SERVQUAL y el documento digital. (Gorozabel, 2019)

#### 4.5. EMPATÍA

ÍTEM	ESCALA DE LIKERT					TOTAL
	1	2	3	4	5	
El hotel trabaja con horarios de atención apropiada					127	127
El personal del hotel es agradable y muestran interés a los huéspedes					127	127
El personal del hotel presta atención personalizada				3 1	96	127
El ambiente del hotel lo hace sentir como en casa					127	127

**Fuente:** Elaboración propia, basado en el modelo SERVQUAL y el documento digital (Gorozabel, 2019)

## 5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

### El Hotel REEC



Fuente: propia

La marca REEC significa, Reinventa Ecuador, refiriéndose a reinventar el servicio, es una nueva propuesta de parte de la cadena hotelera Oro Verde, el concepto de servicio es bajo la modalidad self service que significa, “sírvese usted mismo” tiene en su haber los servicios de bar, restaurant y cafetería/heladería y por supuesto hospedaje.

- Es un establecimiento que está enfocado a un segmento de mercado; 70% corporativo y 30% a publicado (web, reservaciones por booking/TripAdvisor y redes sociales).
- Está ubicado en la capital bananera, Machala en el sector las crucitas
- Su infraestructura es moderna y cuenta con 33 habitaciones; 9 matrimoniales, 21 dobles y 3 suites.

### ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

- La ficha de observación fue aplicada al servicio de almuerzo self service en American Bistro Market, el restaurant del Hotel REEC, los resultados de la aplicación de la ficha abarcan elementos como el aseo antes del servicio, al momento del servicio y la decoración del restaurant, la calificación se la midió en 3 rangos Bueno (B) Regular (R) y Malo (M). La evaluación de observación directa alcanzó un 90.47% el rango Bueno y el 9.52% rango Regular, dando un resultado positivo, lo único que deberían mejorar para llegar a un 100% es el mantener las puertas cerradas y brindar la información sobre el servicio del almuerzo ejecutivo, pues en la ciudad de Machala es nueva inserción del servicio self service.

- Por otro lado los resultados de las encuestas mediante el modelo SERVQUAL, se analizarán por dimensiones: Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, seguridad y empatía y su calificación se basó en la escala de Likert
- Con respecto a la dimensión Tangibles, se pudo determinar que las instalaciones del hotel son modernas y atractivas, tienen facilidades que permiten el disfrute de los huéspedes, y sus habitaciones son confortables para el huésped, el personal tiene una presentación bastante buena
- En la fiabilidad, el hotel REEC se muestra como un servicio de calidad confiable, sus colaboradores están dispuestos a resolver inquietudes de los clientes, se muestran confiables y amables, y tratan de no cometer errores en el servicio
- La capacidad de respuesta en el servicio del Hotel REEC, es bastante buena, los colaboradores brindan la información necesaria al huésped, ofrecen un servicio rápido y eficaz, por ende obtienen un resultado satisfactorio.
- Se pudo determinar que la seguridad que se brinda a los huéspedes y clientes en general es altamente satisfactoria, transmiten seguridad durante el servicio, los colaboradores además de proveer un trato amable, también inspiran confianza, en la información y servicio brindado y por último, la empatía, cuán importante es esta dimensión en las empresas, ponerse en los zapatos de los demás, en este caso del huésped, el hotel trabaja en horarios apropiado y razonables, en la mayoría de casos el colaborador brinda un servicio personalizado, el ambiente del hotel es agradable por lo que el huésped se siente como en casa.

## Bibliography

- Ballón, S. (2016). *Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay*. Universidad ESAN.  
Retrieved 2021, from <https://repositorio.esan.edu.pe>
- Calle, M., Lazo, A., & Granados, M. (2018). *Gestión del sector alojamiento-Hotel* (Editorial UTMACH ed.). Editorial UTMACH.
- Calvopiña, D., Guerrero, D., Avalos, N., Machado, A., & Alarcon, J. (2019). Propuesta para asegurar la calidad de los servicios administrativos en establecimientos recreativos al gestionar el talento, caso de estudio. *Revista ESPACIOS*, 40(27), 24.  
<http://www.revistaespacios.com>
- Cedeño, H., & Real, G. (2020, agosto 15). Competitividad y calidad en pequeños hoteles o en desarrollo. Caso hotel Amash. *Polo del Conocimiento*, V(8), 973.  
10.23857/pc.v5i8.1639
- Dalir, S., Mahamadaminov, A., & GT Olya, H. (2020). Airbnb y la fiscalidad: desarrollo de un sistema fiscal estacional. *Economía del Turismo*, 27(2), pp. 365-378.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, pp. 381-398. <https://www.redalyc.org>
- Gorozabel, L. (2019). *La gestión de calidad en los servicios a través del talento humano y la tecnología en el Grand Hotel Americano*. Repositorio Digital UTMACH.  
Retrieved 2021, from <http://repositorio.utmachala.edu.ec>
- Hernandez, H., Barrios, I., & Martinez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, págs. 169-185.  
<https://dialnet.unirioja.es>
- Hospitality & Service University. (2021). <https://www.universidadhsu.com>

Lujan, M., Ortiz, A., Caballero, C., & Ovando, C. (2019). Factores determinantes de la competitividad en hoteles boutique. *El Periplo Sustentable*, pp. 100 - 133.

<http://www.scielo.org.mx>

Manjarrez, N., Boza, J., & Moncayo, O. (2020). La gestión del talento humano: un nuevo enfoque desde la gestión del conocimiento y la información. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, (34), pp. 20.

<https://doi.org/10.46377/dilemas.v35i1.2255>

Marulanda, F., & Restrepo, J. (2020). Estrategias para fortalecer la ocupación hotelera: estudio de caso en una Cadena de la Ciudad de Medellín. *Revista Virtual Católica del Norte*, (61), pp. 183-202., <https://doi.org/10.35575/rvucn.n61a11>

Mintur. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Ministerio de Turismo.

<https://www.turismo.gob.ec>

Núñez, E., Pérez, L., Montes, E., & Velastegui, L. (2021). Estudios CTS sobre las tendencias de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones aplicadas al Turismo. *Alfa Publicaciones*, 3(2.1). <https://doi.org/10.33262/ap.v3i2.1.54>

Oliveros, D., & Martínez, G. (2017). Efecto de las TIC sobre la gestión de las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco de Bucaramanga (Santander, Colombia).

*Revista EAN*, (83), pp 15-30. <https://doi.org/10.21158/01208160.n83.2017.1827>

Vidrio, S., Rebolledo, A., & Galindo, S. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación Administrativa*, 49(125), pp. 19.

<https://doi.org/10.35426/iav49n125.02>