



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

TEMA:

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SASTIFACCION DEL CLIENTE
EN EL SECTOR HOTELERO”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTORA:

DANIELA TAMARA RAMÍREZ BAQUERIZO

TUTOR:

Ing. JOEL A. FORTIS SUÁREZ, MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

SEPTIEMBRE - 2021



“LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN EL SECTOR HOTELERO”

AUTORA:

DANIELA TAMARA RAMÍREZ BAQUERIZO

TUTOR:

ING. JOEL A. FORTIS SUÁREZ, MSc.

RESUMEN EJECUTIVO

Uno de los mayores retos en el sector de servicios es ofrecer y mantener la calidad del servicio y conservar la satisfacción del cliente, es decir para lograr el éxito en la industria hotelera, se ha identificado cada vez más factores claves para esta identificar las expectativas de los servicios y lo percibido del cliente. El propósito de este trabajo de investigación consistió determinar la calidad y satisfacción del servicio que perciben el huésped en el sector hotelero, mediante la definición de las bases teorías que permitan comprender la calidad y satisfacción de servicio en la dinámica hotelera y de la misma forma identificar qué factores estipulan la calidad del servicio en actividad hotelera.

Se determinó que la entidad hotelera se convirtió en una inversión única para ejecutar la competencia y aumentar el nivel de ocupación, ofreciendo y mejorando el servicio brindado a huéspedes, considerando estándares y normas establecidas, además de contar con excelentes estrategias de marketing, de tal forma, que la demanda turística siga incrementando, por ende, se creara el éxito y la rentabilidad duradera con los clientes leales y satisfechos. En conclusión, la indagación del tema permitió adquirir ideas claras sobre el concepto de la calidad del servicio en relación con el sector hotelero, resaltó que la satisfacción, expectativas y percepción del cliente con el servicio es el punto clave para mejorar la calidad de producto /servicio, cabe mencionar que debe involucrar dimensiones, y características que demande las teorías, así proporcionando datos específicos para futuras investigaciones.

Palabras claves: calidad del servicio, industria hotelera, expectativas del cliente, servicio recibido, satisfacción



“THE QUALITY OF THE SERVICE IN THE CUSTOMER SATISFACTION IN THE HOTEL SECTOR”

AUTHOR:

DANIELA TAMARA RAMÍREZ BAQUERIZO

ADVISOR:

ING. JOEL A. FORTIS SUÁREZ, MSc

ABSTRACT

One of the greatest challenges in the service sector is to offer and maintain the quality of service and preserve customer satisfaction, that is, to achieve success in the hotel industry, more and more key factors have been identified for this to identify the expectations of services and customer perception. The purpose of this to research work consisted of determining the quality and satisfaction of the service perceived by the guest in the hotel sector, by defining the theories base that manage to understand the quality and satisfaction of the service in the hotel dynamic and in the same way identify what factors determine the quality of service in the hotel business.

It was determined that the hotel entity became a unique investment to execute the competition and increase the occupancy level, offering and improving the service provided to guests, considering established standards and norms, in addition to having excellent marketing strategies, in such a way, that the tourist demand continues to increase, therefore success and lasting profitability will be created with loyal and satisfied customers. In conclusion, the investigation of the subject to acquire clear ideas about the concept of service quality in relation to the hotel sector, highlighted that the satisfaction, expectations and perception of the client with the service is the key point to improve the quality of the product / service, It is worth mentioning that it must involve dimensions and characteristics demanded by the theory, thus making specific data available for future research.

Keywords: service quality, customer perception, perceived service, hotel industry, satisfaction.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, **“LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SASTIFACCION DEL CLIENTE EN EL SECTOR HOTELERO”**, elaborado por el Srta. Daniela Tamara Ramírez Baquerizo, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “**LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SASTIFACCION DEL CLIENTE EN EL SECTOR HOTELERO.**” elaborado por el Srta. Daniela Tamara Ramírez Baquerizo, claro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa Transferencia de los derechos autorales. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



Daniela Tamara Ramírez Baquerizo,

C.I. 2400239675

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios, por darme la fortaleza y salud por llegar a esta etapa de carrera profesional.

A mi Madre Bélgica por brindarme su apoyo incondicional durante este proceso de estudio, que con esfuerzo y dedicación ha sido posible.

La Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) por sus aportes, experiencia y aprendizaje en el transcurso de mi proceso académico, también a los docentes de la carrera por compartir sus conocimientos.

Al ingeniero Joel Fortis S. quien fue tutor de este ensayo quien supo guiar con sus conocimientos sugerencias de este presente trabajo.

Daniela Tamara Ramírez Baquerizo,

DEDICATORIA

A mi madre por ser mi fuente de inspiración y motivación en seguir adelante con mis estudios, en guiarme diariamente e impulsar a cumplir con mis objetivos, también por enseñarme buenos valores y ser una persona admirable que busca el bienestar para mí y ser mejor persona por ser perseverante y valiente ante todo y poder alcanzar mis metas con integridad.

Daniela Tamara Ramírez Baquerizo,

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Jessica S. Linzán Rodríguez, MSc.
**DIRECTORA CARRERA DE GESTIÓN
Y DESARROLLO TURÍSTICO**



Ing. Joel A. Fortis Suárez, MSc.
**DOCENTE TUTOR CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**



.....

Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc.
DOCENTE ESPECIALITA



.....

Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.
DOCENTE TUTOR

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág.
TEMA:	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
ABSTRACT	III
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	IV
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA	VII
TRIBUNAL DE GRADO	VIII
INTRODUCCIÓN	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
OBJETIVOS	14
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
DISERTACIÓN	16
CONCLUSIÓN	22
RECOMENDACIÓN.....	24
BIBLIOGRAFÍAS	25
ANEXOS.....	27

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial en la actividad turística, la calidad de servicio es uno eje importante especialmente en el sector de servicios hoteleros que se ha convertido en un elemento dominante de la economía, es decir que la calidad es un requisito previo para el éxito y la supervivencia en el entorno competitivo de negocios en la actual, además el atributo del servicio ha aumentado notablemente puesto que en la actualidad se ha experimentado un proceso de diversificación y este comprende a todas las empresas tradicionales debido a su gestión, con la necesidad de encausar un buen servicio, si bien es un punto clave para que los consumidores, además de ser un diferenciador ante la competencia y decisivo para que el cliente crea su propia opinión ya sea positiva o negativa ante el servicio prestado (Freire Valverde, 2014).

El servicio hotelero es un componente esencial en la actividad turística, junto con los la calidad, ya que esto se acentúa con el servicio prestado, entonces la satisfacción del cliente es una noción psicológico que está implicada con el bienestar y placer al obtener lo que espera del producto o servicio, siendo este un papel importante dentro de la actividad turística al desarrollar turismo de calidad en las organizaciones hoteleras se necesitan saber cuál es su ventaja competitiva y que capacidades necesitan para crecer y mantenerse en el mercado, así satisfacer a los clientes en el área turística, siempre enfatizando la necesidad de cliente en cuanto a los servicios innovadores y proveer siempre calidad en todos los ámbitos de sus servicios (Mihail, Simina, & Țițu, 2016).

De manera que en Ecuador según el instituto nacional de estadísticas y censo fue investigada 958 empresas del cual registran un 29% que se dedican a la actividad hotelera y restaurante y un 71% corresponde al de servicios, es decir las regiones que aportan mayor números de las empresas, son de la costa y sierra, de tal manera muestran la actividad de hoteles y restaurantes que representan un 59% de empresas en la Sierra, el 33% que equivale a la Costa y un 8% en la región Amazónica e Insular. En cuanto a servicio en el país existen un 65% de empresas que pertenecen a la Sierra, un 33% en la Costa y un 2% entre la región Amazónica e Insular (INEC, 2015).

A su vez por el vasto potencial humano y material utilizado los servicios están adquiriendo una importancia cada vez mayor, tanto a nivel nacional como internacional, en el entorno global cambiante de hoy, muchas empresas se enfrentan a una competencia cada vez mayor, la cual las está forzando a buscar formas rentables de diferenciarse en la prestación de servicios de alta calidad, especialmente en épocas de intensa competencia, la calidad tiene implicaciones positivas para el desempeño y la posición competitiva de una organización.

El turismo ha experimentado un esparcimiento y diversificación continuos, convirtiéndose en uno de los sectores económicos más grandes y de más rápido crecimiento en el mundo. La calidad del servicio se ha convertido en un problema grave en la industria hotelera. Esto surge debido al hecho de que los operadores de la industria turística todavía tienen dificultades para comprender que son las

necesidades de los turistas en un momento determinado, dado que el turista tomará decisiones y actuará en función de sus perspectivas, es urgente que la organización o la planta hotelera se esfuerce por comprender y percibir las expectativas del turistas con el fin de brindarle servicios de buena calidad, la evaluación de los servicios hoteleros sería una gran ventaja puesto que mostraría los criterios y cuantificarlos para implementarlo en servicio hotelero.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es por eso se debe mencionar que a pesar de la gran cantidad de investigaciones realizadas en el área de la calidad del servicio, los problemas relacionados con la calidad han recibido poca atención en el contexto de la hospitalidad para medir las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio del hotel, dado que se está convirtiendo en parte importante en la práctica empresarial en minoría pero con este poco empoderamiento se podrá medir e investigar su eficacia saber cuáles son las diferentes dimensiones que predicen mejorar la calidad general del servicio en la industria hotelera, de esta forma la practicas para los operadores de hoteles, ya que puedan dirigir sus recursos a mejorar las dimensiones débiles de los servicios y a perfeccionar sus esfuerzos de las expectativas de los cliente, cuando se cumplen los servicios prestado.

Con base a la problemática detallada anteriormente sobre la calidad del servicio en el sector hotelero se plantea la hipótesis: ¿Cuál es la incidencia de la calidad del servicio que percibe el huésped en el sector hotelero? Sin embargo, el problema con la calidad del servicio quizás esté relacionado con la diferencia de percepción sobre la calidad del servicio entre el personal y los clientes del hotel, algunos factores que podrían afectar la calidad del servicio son la sensación de comodidad y acogida, la necesidad del huésped.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la calidad y satisfacción del servicio que perciben el huésped en el sector hotelero.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las bases teorías que permitan comprender la calidad y satisfacción de servicio en la dinámica hotelera.
- Establecer las dimensiones de la calidad y satisfacción de servicio en la industria hotelera.
- Identificar qué factores determinar la calidad del servicio en actividad hotelera.

El interés de la investigación se centra en la importancia del servicio hotelero desde la perspectiva y la satisfacción del turista, porque la calidad del servicio es un tema importante en la industria de servicios para evaluar en qué medida el servicio cumple y supera las necesidades y expectativas del cliente, se ha convertido en un área importante de atención para gerentes e investigadores debido a su fuerte impacto en desempeño empresarial.

Por lo tanto es necesario mencionar el nivel de satisfacción que se presenta el turista al momento de recibir un servicio en el sector hotelero, es una de las características primordiales es que los prestadores deben compensar las necesidades o expectativas que los clientes tienen en cuanto al servicio que quieren recibir, es preciso indicar que estos deben estar sujetos a la seguridad, fiabilidad, intangibilidad, empatía, a saber que necesita el cliente y la capacidad que tenga en la excelencia del servicio prestado, hacer énfasis en esto componentes puede ayudar a fidelizar y a su vez a que se expanda la demanda a la planta hotelera.

DISERTACIÓN

Es evidente que la calidad de servicio se ha convertido en uno de los problemas de futura políticas turística en todo lo que tiene que ver con el sistema turístico, porque en muchos países ha existido un crecimiento de la industria hotelera por ende han considera una parte importante porque desean dar un turismo de calidad especialmente este sector, las formas para mejorar la calidad se ve implicada la colaboraciones de identificar programas de capacitaciones para los empleados de este sector puesto contribuirá a su formación y mejora la calidad del servicio hotelero, porque de esta manera los clientes percibirán y se satisficieran de sus necesidades al momento de ser servidos, así es necesario que las empresa establezca relaciones efectivas con su grupo de interés con sus proveedores para que ellos sean competentes al momento de ofrecer el producto turístico (Zamora Roselló, 2019).

La calidad de servicio en la hotelería es una de tendencia que está influenciada por la fidelización y la promoción de sus productos por tanto se deben consideran identificalos el tipo de clientes, sus gustos sus necesidades y preferencia al momento de que pretende un servicio en alojamiento, porque necesariamente al prestar el servicio de hospedaje solo es la estructura del hotel, sino más bien el personal que están inmersos en los eslabones del servicio, para que esta organización este bien formada y estructurada, siendo así afirmar un paso para cumplir las expectativas de los servicios hoteles en los clientes. La calidad de servicios para que funcione, el hotel debe trabajar en realizar mediciones periódicas

de calidad de los servicios para ver que está fallando y así mejorar y ser competente en el mercado turístico (Daza Higuera, 2017).

Los servicios están adquiriendo una importancia cada vez mayor, hoy muchas empresas hoteleras se enfrentan a una competencia cada vez mayor y una ventaja competitiva es la eficacia que se dan es estas, siempre están buscando formas rentables para diferenciarse de los demás establecimientos, además se debe considerar que la calidad del servicio es la diferencia entre las expectativas y percepciones de un cliente sobre la calidad de un servicio, por ende se debe haber una mayor escala en la personalización de servicio para que cumplas las expectativas del cliente (Wong, White, & Dean, 2016).

En este sentido la actividad hotelero es el hecho de que la calidad del servicio conduce a la satisfacción del cliente, es ahí que ha impulsado a muchos empresarios hoteleras a seguir modelos para medir la calidad del servicio los mismo que utilizan la definición de calidad de servicios con dimensiones evaluativas considerandos los siguientes tales como: tangible, fiabilidad, capacidad de respuesta, ganancia y empatía de exploración con la fase para desarrollar un instrumento para medir la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio, este modelo es popular para medir la satisfacción del cliente en caso toda la industria de servicios, siempre dando los mejores resultados para que puedan hacer los cambios necesarios en las estructuras aplicadas (Atilla, 2016).

En la industria de la hotelería, las dimensiones de calidad hay un patrón general que se muestra que la hospitalidad que predomina específicamente para la valoración de la calidad de servicio en la industria hotelera es el comportamiento y la apariencia de los empleados estos elementos parecen contribuir de manera particular al momento de prestar servicios por ende los hoteles deben asignar recursos a los empleados de modo que estos se sienta seguros y brindar un servicios de calidad, personalizado y atentos a los huéspedes, además para satisfacer las necesidades individuales de cada cliente puesto que cada uno tiene su propio estilo, de esta manera pueden mejorar los aspectos del servicio hotelero (Monsalve Castro & Hernández Rueda, 2015).

Para Yong-Ki Lee & Dae-Hwan (2015) el servicio de calidad es uno de los métodos de estrategia inevitable en la prestación hotelero, además para los empresarios es un esfuerzo para posicionarse más eficazmente en el mercado de las empresas hoteleras al mismo tiempo la calidad del servicio conduce a la satisfacción del cliente, es por eso que también ha surgido modelos para la optimización y medir la calidad del servicio que es un proceso que deben considerar para saber las expectativas y percepciones de los consumidores, estos deben lograrse mediante encuesta de satisfacción del cliente para que los gerentes de los hoteles asigne los recursos necesarios para establece niveles o estándares de la calidad de servicio, es así que los autores midieron el desempeño y las expectativas en cinco dimensiones de la calidad de servicio sobre la base de SERVQUAL en hoteles para analizar la brecha en estos aspectos y así poder hacer los cambios necesarios para mejorar la prestación de servicios.

La calidad del servicio tiene efectos tantos directos como indirectos porque de alguna manera el cliente percibe del contexto del hotel mediante la prestación de servicio, pues que la mayoría de los hoteles que intentan atraer la satisfacción del cliente, a través de la posición en el ranking en los páginas, porque de alguna manera influye en el comportamiento del cliente, además mejorar la calidad del servicio como instrumento estratégico podría aumentar la lealtad y satisfacción del cliente ya que la participación del mercado y el boca a boca muchas venden una imagen positiva de la empresa, entonces importante identificar un foda dentro de la estructura hotelera, así de esta manera poder ir mejorando la calidad de servicio prestado en cada segmento específico de la industria hotelera (Hailin & Chau, 2015).

Por su parte indica que el conocimiento de calidad del producto no es suficiente entender la calidad del servicio como de forma abstracta, si no más implica un enfoque común entre la implicación de la comparación de las expectativas del cliente con sus percepciones de un servicio, porque de esta manera los cliente evalúan o perciben la calidad del servicio, que muchas veces se observa la diferentes aspectos que son asociados en cuanto consumen los servicios tales como la calidad técnica, funcional y de la imagen que siempre construye en que percibe según los efectos que se den en el sector hotelero y como quieren ser apreciados por sus clientes, además deben tomar en cuenta cómo deben operar en el entorno de su estructura para que brindan un servicio de calidad (Seyedvahid, Saber, Mohammad, & Farshid, 2013).

Para la mayoría de los clientes, la percepción de la calidad de una operación de servicio comienza en la entrada principal y en lo que las instalaciones parecen ofrecerles, se sabe que la recepción es el centro del hotel lo que les obliga a mantenerse al día con la información más reciente sobre las operaciones del hotel, pues sería el corazón de la industria de la hospitalidad en si se debe ajusta a las expectativas que considera el clientes cuanto recibe el servicio prestado, porque es importante darse cuenta que el huésped requiere necesidades básicas, mientras que otros necesitan todos los recursos del hotel, por ende es necesario que toda la estructura del hotel cumpla con medidas de calidad de servicio. (Hasif, Mohamad, Muhammad, & Hafiy, 2013).

Con respecto a la calidad de servicio en el sector hoteles hoy en día los clientes exigen más que nunca este aspectos en cuanto reciben la prestación de un servicio, pero verdaderamente saben que es calidad, mucho los confunden con lujo pero no es así, se debe considerar otros aspectos porque calidad es una definición de excelencia en general, donde intervine diferentes aspectos en cuanto reciben un producto o servicio, el cual la calidad actúa como un juicio de valor global en la prestación, asimismo los clientes se basa en un enfoque de calidad en los que los ojos esperan, porque la evaluación que tiene el cliente es en la comparación del valor esperado y obtenido, de la misma forma el proceso del servicio proveído ellos mismo aplican su propia escala de calidad. La industria hotelera es uno de los principales focos en el turismo, puesto que se han centrado en estimular el crecimiento económico de la zona que desarrolle este tipo de prestación, pero importante destacar que la calidad de servicio es un concepto ambiguo que

últimamente ha recibido un riguroso enfoque, porque esta representa una combinación de factores que las percepciones de los clientes tienen respecto a la oferta, la calidad del servicio no se mide subjetivamente, están se miden en relación a los estándares determinados por el cliente, por lo tanto la calidad de un servicio es una brecha entre el percibido entregado y el servicio esperado, entonces son diferentes factores que complemente un buen servicio o producto (Brun, 2010).

La calidad en el sector turístico en el hotelería debe considerar la supervisión de manera eficaz es la respuesta para garantizar que todos los empleados se desempeñen al nivel esperado. Esto a su vez conduciría al mantenimiento de la calidad del servicios que esperan los huéspedes, asimismo cualquier desviación de los estándares o normas establecidas debe corregirse de inmediato, porque hoy en día los clientes evalúan las organizaciones hoteleras desde todo los puntos de vista, no solo en términos de producto o servicio suministrado, sino más bien reflexionan mucho antes de tomar una decisión de compra persiguen los anuncios, comparten experiencias con sus amigos y todo estos datos formaran una imagen antes de comparar un producto o servicio, por ende las organizaciones también deben centrarse mayormente en la imagen que quieren proyectar.

CONCLUSIÓN

Se hace ineludible que dentro del estudio existe una discordancia entre los investigadores porque plantean diferentes conceptos de la calidad y satisfacción del servicio. En respuesta a la pregunta de la investigación en cuanto a determinar la calidad y satisfacción del servicio que perciben el huésped en el sector hotelero, por lo tanto la calidad del servicio se considera que se encuentra desde la calidad ideal a la calidad totalmente inaceptable, que representa una calidad satisfactoria, lo indica que el servicio percibido o experimentado es menor que el esperado por que implique la satisfacción del cliente.

No obstante, todo lo relacionado con la calidad de servicio debe tener fuentes literarios para que el sistema turístico pueda trabajar los entes reguladores para poder medir los estándares adecuados al momento de aplicar, si bien se utiliza un modelo esto facilitaría como debe estructurarse las valoraciones de calidad y satisfacción, por otra parte la calidad de servicio hace referencia a las consideraciones esenciales para el éxito y supervivencia en el entorno competitivo como una herramienta para alcanzar la eficiencia operativa y rendimiento empresarial con el proceso de la relación empleado a cliente, lo que comercializara productos de calidad. De igual forma la satisfacción implica la sensación de bienestar y placer que resulta obtener lo que uno espere de un producto o servicio, porque cada cliente es diferente, cada uno de ellos tienen necesidades, demanda y expectativas de los servicios esperados.

Por otra parte, al establecer las dimensiones se tomaron en cuenta varios aspectos en la calidad tales como: confiabilidad, tangibles, responsabilidad, seguridad y empatía, de la misma forma se utilizan para identificar brechas positivas y negativas por las diferentes percepciones y expectativas. Asimismo las satisfacciones del cliente se atribuye a aspectos como: la limpieza, la seguridad, la relación de calidad-precio y la cortesía del personal son importantes para la satisfacción de los huéspedes en el hotel.

Los principales factores determinantes para la calidad y satisfacción de los viajeros son el comportamiento, calidad del personal, las calidades y el valor de la habitación que predomina al momento de escoger un producto o servicio, decir consideran en cuanto a la valoración de varias escalas en primera para elegir.

RECOMENDACIÓN

- Los propietarios de hoteles deben mantener el atributo de servicio de tangibilidad en un nivel aceptable porque existe diferentes tipo de cliente por lo general tiene una variedad de preferencias, además deben considerar los aspecto que se presenta en el trascurso de prestación de servicios.
- Los conceptos de la calidad y satisfacción del servicio tienen un pinto impresionante porque esta entrelazados y la industria hotelera debe poner en práctica cada una de característica que se presenta para adecuar sus establecimientos y estos estén a las expectativas de los clientes.
- En el sector hotelero, el personal debe tener conocimientos adecuados en gestión, especialmente en gestión hotelera y turística con la adecuada formación y orientaciones sobre el manejo de los clientes, porque ayuda a la imagen de la empresa seguir los factores que estudia en el campo hotelero.
- Es importante mencionar que la calidad del prestación debe medirse constantemente, ya que juega un papel vital en el ámbito de la hotelería, es ahí donde surgen los factores determinantes en procesos operativos que se debe revisarse constantemente, tales como los factores relacionado con la calidad esperada y relacionado con la calidad experimentada ese sería el primer paso para mejorar la calidad del servicio y la eficiencia de los empleados de esta manera ayuda a mantener continuamente la calidad de sus producciones y servicios.

BIBLIOGRAFIAS

- Atila, A. (2016). Measuring service quality in the hotel industry:A study in a business hotel in Turkey. *Hospitality Management*, 170–192.
- Brun, A. (2010). Service quality and customer satisfaction in the hotel industry .
- Daza Higuera, J. M. (2017). Análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros. *Universidad Libre*, 263-280.
- Freire Valverde, M. D. (ABRIL de 2014). Análisis de calidad de servicio en atención al cliente de dos hostales de tercera categoría ubicados en la ciudad de bañosde agua santa. *Bañosde agua santa., tunguragua, ecuador*.
- Hailin, Q., & Chau, Y. S. (2015). Calidad del servicio hotelero en Hong Kong. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 49-72.
- Hasif, S., Mohamad, S., Muhammad, K., & Hafiy, A. (2013). UEST Perception On Service Quality In Hotel Industry. *International Journal of Undergraduates Studie*, 26-31.
- INEC. Encuesta de Hoteles, Restaurante y Servicio. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Empalme.
- Mihail, A., Simina, A., & Țîțu, Ș. (2016). Measuring Service Quality in Tourism Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* , 294 – 301.
- Monsalve Castro, C., & Hernández Rueda, S. I. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN*, 47-68.

- Seyedvahid, N., Saber, S., Mohammad, K. B., & Farshid, A. (2013). How do customers evaluate hotel service quality? An empirical study in Tehran hotels. *Management Science Letters*, 3019–3030.
- Wong, A., White, C., & Dean, A. M. (2016). Analysing service quality in the hospitality industry. *Journal of Service Theory and Practice*, 136-143.
- Yong-Ki Lee, Y.-J. L., & Dae-Hwan, P. (2015). An Analysis of Gap of Hotel Service Quality and Customer Satisfaction. *International Journal of Tourism Sciences*, 127-136.
- Zamora Roselló, R. (2019). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 299-312.

ANEXOS



Foto1: Búsqueda del tema a tratar.
Fecha: 25/08/2021

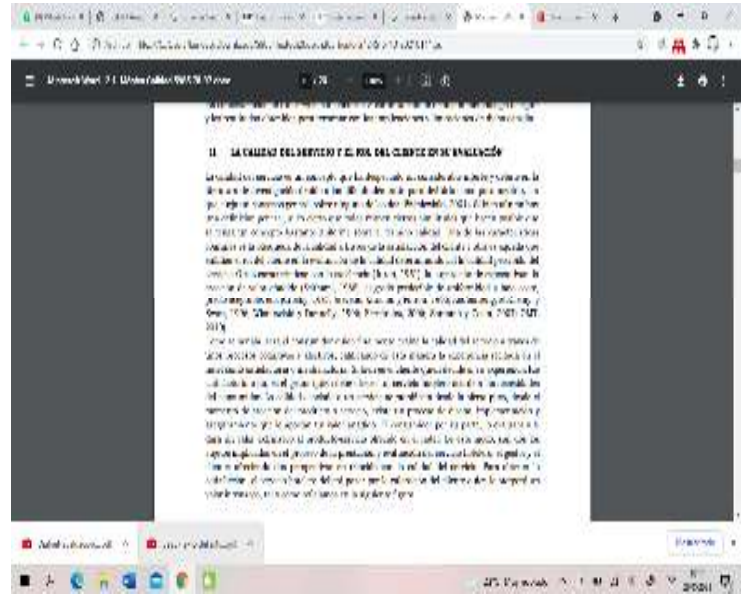


Foto2: Recopilación de datos bibliográfico referente al tema



Foto3: Corrección del proyecto.
Fecha: 25/08/2021

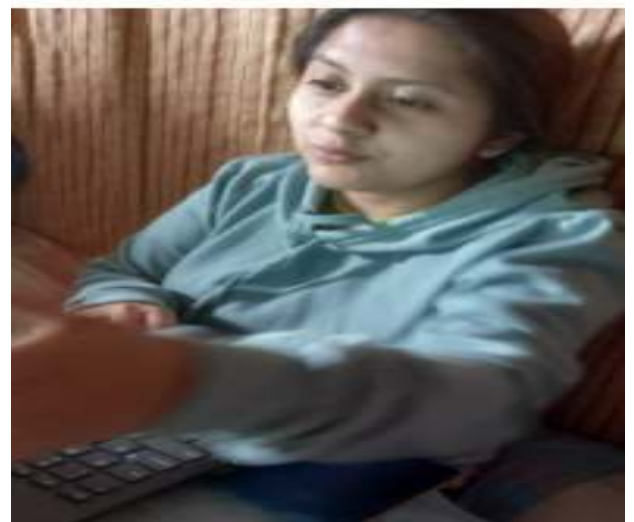


Foto4: Finalización y entrega del proyecto
Fecha: 25/08/2021