



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:

**EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DE LOS
TURISTAS EN LOS HOTELES EN EL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE
LOS RÍOS**

AUTORA:

CRISTINA ALEXANDRA MACÍAS GARCÍA

TUTORA:

M.SC. ANA MARÍA CANDELL SALDARREAGA

LECTORA:

M.SC. JOHANNA OLAYA REYES

BABAHOYO-LOS RÍOS-ECUADOR

2018



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
PRESENCIAL

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por darme las fuerzas para continuar en este proceso.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí. Es un orgullo y privilegio ser su hija, son los mejores padres.

A mis hermanos por estar siempre presentes y por el apoyo moral, que nos brindan a lo largo de esta etapa de mi vida.

Cristina Macías



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
PRESENCIAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su infinito amor, mi fortaleza en aquellos momentos de dificultad.

Gracias a mis padres: Carlín Macías y Benilda Zambrano, por confiar y creer en mí, por los consejos, valores y principios que me han inculcado y que a pesar de la distancia siempre están pendientes de mí.

A los docentes de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Babahoyo, por sus conocimientos compartidos a lo largo de la formación académica, de manera especial, a la Master Ana María Candell, tutora de mi proyecto de investigación y la Master Johanna Olaya, lectora. Siendo una guía para que el trabajo se realice con éxito.

A los propietarios de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Babahoyo y las personas que laboran en el departamento de recepción, por su valioso aporte para la investigación.

Gracias familia.

Cristina Macías



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
PRESENCIAL



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **CRISTINA ALEXANDRA MACÍAS GARCÍA**, portadora de la cédula de ciudadanía **1727315887** en calidad de autora del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación Mención **HOTELERÍA Y TURISMO** declaro que soy autora del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y LA SATISFACCIÓN
DE LOS TURISTAS EN LOS HOTELES EN EL CANTÓN
BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

CRISTINA ALEXANDRA MACÍAS GARCÍA
CI. 1727315887



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO**



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

Babahoyo, 20 de Septiembre 2018

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 00146-C-HT, el 29/07/ 2018, mediante resolución CD-FAC.C.C.C.J.S.E – SE-003-RES-002-2018, certifico que el Srta. **CRISTINA ALEXANDRA MACÍAS GARCÍA**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

**EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DE
LOS TURISTAS EN LOS HOTELES EN EL CANTÓN BABAHOYO,
PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.


Msc. Ana María Candell Saldarreaga

DOCENTE DE LA FCJSE.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO



**CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL
DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

Babahoyo, 25 de Septiembre de 2018

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio **00146-C-HT**, el **29/07/ 2018**, mediante resolución **CD-FAC.C.C.C.J.S.E – SE-003-RES-002-2018** certifico que el Srta. **CRISTINA ALEXANDRA MACÍAS GARCÍA**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

**EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DE
LOS TURISTAS EN LOS HOTELES EN EL CANTÓN BABAHOYO,
PROVINCIA DE LOS RÍOS**

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

M.Sc. Johanna Olaya Reyes

DOCENTE DE LA FCJSE.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
PRESENCIAL

RESUMEN

En la actualidad, la calidad de servicio y atención al cliente en los establecimientos hoteleros son de vital importancia, esto motivó el desarrollo de la presente investigación cuyo objetivo es analizar los departamentos de recepción para medir la satisfacción de los turistas en los hoteles de la ciudad de Babahoyo, diagnosticando la situación actual con el fin de evaluar los resultados obtenidos.

La satisfacción del turista debe ser considerada como un factor importante dentro de las industrias hoteleras en Babahoyo, conociendo los componentes que influyen en la satisfacción del huésped, de manera que el sector hotelero se preocupe en conocer las necesidades y expectativas que posee el cliente respecto a los servicios que ofrecen.

En el presente trabajo se realizó un análisis a los siguientes establecimientos hoteleros: Hotel Cacharí, Hotel Nuevo Cacharí, Hotel Perla Verle y el Hotel Capítol 1, se procedió a realizar encuestas al personal de recepción, para conocer su nivel de formación y competencias laborales, y encuestas a los huéspedes para medir su nivel de satisfacción acerca de los servicios recibidos por parte del departamento de recepción.

Según los resultados se plantea una propuesta que dé solución a la problemática.

Palabras claves: Establecimiento hotelero, atención al cliente, satisfacción, departamento de recepción, necesidades y expectativas del cliente.

ABSTRACT

Currently, the quality of service and customer service in hotel establishments are of vital importance, this motivated the development of this research whose objective is to analyze the reception departments to measure the satisfaction of tourists in the hotels of the city de Babahoyo, diagnosing the current situation in order to evaluate the results obtained.

Tourist satisfaction should be considered as an important factor in the hotel industries in Babahoyo, knowing the components that influence guest satisfaction, so that the hotel industry cares to know the needs and expectations of the client regarding the services they offer

In the present work an analysis was made to the following hotels: Hotel Cacharí, Hotel Nuevo Cacharí, Hotel Perla Verle y el Hotel Capitol 1 where we proceeded to carry out surveys to reception staff, to know their level of training and job skills, and surveys to the guests to measure their level of satisfaction about the services received by the reception department.

According to the results, a proposal is proposed to solve the problem.

Keywords: Customer Support, satisfaction, reception department, needs customer expectations



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO **EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS EN LOS HOTELES EN EL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

**PRESENTADO POR LA SEÑORITA:
CRISTINA ALEXANDRA MACÍAS GARCÍA**

OTORGA LA:

9.86 (NUEVE. OCHENTA Y SEIS)

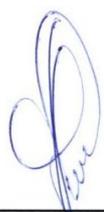
CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:



**M.SC. ADRIANA
PESANTES
DELEGADO DEL DECANO**



**M.SC. DARÍO ARELLANO
VALENCIA
DELEGADO DE LA
COORDINADORA DE LA
CARRERA**



**M.SC. VÍCTOR ROMERO
JÁCOME
DELEGADO DEL CIDE**



**AB. ISELA BERRUZ
MOSQUERA
SECRETARIA DE LA
FF.CC.JJ.SS.EE**





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO

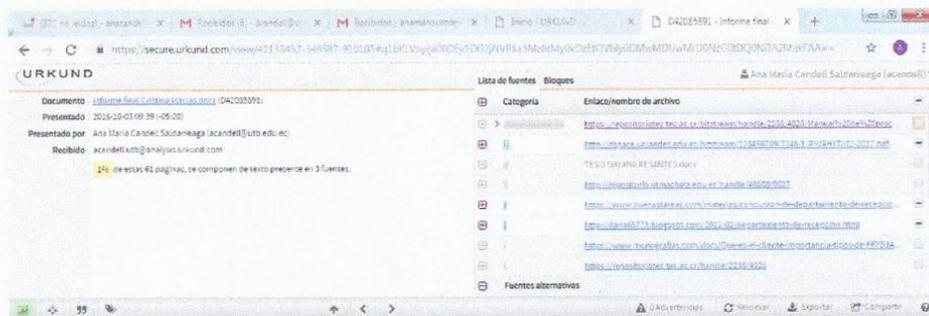


Babahoyo, 28 de Septiembre 2018

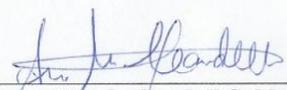
**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES
EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Srta. **CRISTINA ALEXANDRA MACÍAS GARCÍA**, cuyo tema es: **EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS EN LOS HOTELES EN EL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[1%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.


Msc. Ana María Candell Saldarreaga

DOCENTE DE LA FCJSE.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	III
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.....	IV
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.....	V
RESUMEN.....	VI
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO.....	IX
ÍNDICE GENERAL.....	X
ÍNDICE DE TABLA.....	XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.- DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1.IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1.2.MARCO CONTEXTUAL.....	2
1.1.2.1.Contexto Internacional.....	2
1.2.2 Contexto Nacional.....	6
1.3.SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	11

1.3.3.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.4.1. Problema General	12
1.4.2. Subproblemas o derivados:.....	12
1.3.4.DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.3.5.JUSTIFICACIÓN	13
1.4.OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	14
1.7.1Objetivo General.....	14
1.7.2 Objetivos Específicos	14
CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	15
2.1. MARCO TEÓRICO	15
2.1.1. Marco Conceptual.....	15
2.1.3 MARCO REFERENCIAL	23
2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN	28
2.1.2.1. Antecedentes Investigativos	28
2.1.2.2. Categorías de análisis.	29
2.1.3. POSTURA TEÓRICA.....	29
2.2. HIPÓTESIS.	31
2.2.1 Hipótesis general.	31
2.2.2. Subhipótesis o Derivadas.....	31
2.2.3. VARIABLES.....	31
CAPITULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.1.1. PRUEBAS ESTADÍSTICAS APLICADAS.....	32
3.2.CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	44
3.2.1. General.	44
3.2.2. Específicas.	44

3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	45
3.3.1. GENERAL	45
3.3.2. Específicas.....	45
CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN	46
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	46
4.1.1.ALTERNATIVA OBTENIDA.....	46
4.1.3.ASPECTOS BÁSICOS DE LA ALTERNATIVA	47
4.1.3.1. ANTECEDENTES	47
4.1.3.2. JUSTIFICACIÓN.....	48
4.2.OBJETIVOS.....	49
4.2.1.GENERAL	49
4.2.2. ESPECÍFICOS	49
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	50
4.3.1.TÍTULO.....	51
4.3.2.COMPONENTES.....	51
INTRODUCCIÓN.....	53
OBJETIVO DE LA GUÍA	53
POLÍTICAS A IMPLEMENTAR.....	53
DESARROLLO.....	54
REQUISITOS INTELECTUALES DEL RECEPCIONISTA	56
RESPONSABILIDADES.....	56
REGLAS EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN.....	57
EMPLEA FRASES DE CORTESÍA.....	58
PROCEDIMIENTO DE RESERVAS.....	59
PASOS PARA EL REGISTRO DEL TURISTA	60
PASOS PARA MEJORAR EL PROCESO DE RESERVAS.....	61

CONSEJOS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE	62
MANERAS DE INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DEL HUÉSPED.....	65
Ofrecer servicios de valor añadido	65
Implementar una página web diseñada para vender.....	65
La calidad debe ser total	65
ESTRATEGIA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL HUÉSPED	67
Queja.....	69
BENEFICIOS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.....	71
¿Qué es el Libro de Reclamaciones?.....	71
PROCESO DE CHECK OUT	73
Check out previsto	73
Check out imprevisto.....	73
PROCEDIMIENTO DE LA SALIDA DE UN CLIENTE DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO (CHECK OUT).....	75
RECOMENDACIONES	76
RECUERDA:	77
GLOSARIO.....	78
RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA	81
BIBLIOGRAFÍA	82

ÍNDICE DE TABLA

Tabla N° 1. Establecimientos hoteleros de la ciudad de babahoyo	10
Tabla N° 2. Personal en recepción	33
Tabla N° 3. Turnos de la recepción	34
Tabla N° 4. Dispone de una guía	35
Tabla N° 5. Guía de mejoras para el hotel	36
Tabla N° 6. Idiomas	37
Tabla N° 7. Nivel de satisfacción	38
Tabla N° 8. El recepcionista a cargo resuelve eficientemente un problema.....	39
Tabla N° 9. Atención al cliente.....	40
Tabla N° 10. El servicio de recepción del hotel.....	41
Tabla N° 11. Áreas de capacitación a los recepcionistas.....	42
Tabla N° 12. Apariencia profesional	43
Tabla N° 13. Matriz de Operacionalización de la variable Dependiente.....	87
Tabla N° 14. Matriz de Operacionalización de la variable Independiente	88
Tabla N° 15. Nivel de formación.....	93
Tabla N° 16. Capacitaciones de competencias laborales.....	94
Tabla N° 17. Capacitaciones.....	95
Tabla N° 18. Libro de sugerencias.....	96
Tabla N° 19 . Registro en el hotel.....	97
Tabla N° 20. Tiempo de espera al realizar la salida del hotel.....	98
Tabla N° 21 . Seguridad al utilizar los servicios de recepción.	99
Tabla N° 22. Solución de problemas	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Personal en recepción.....	33
Gráfico N° 2. Turnos de la recepción	34
Gráfico N° 3. Dispone de una guía	35
Gráfico N° 4. Guía de mejoras para el hotel	36
Gráfico N° 5. Idiomas	37
Gráfico N° 6. Nivel de satisfacción	38
Gráfico N° 7 . El recepcionista a cargo resuelve eficientemente un problema.....	39
Gráfico N° 8. Atención al cliente.....	40
Gráfico N° 9. El servicio de recepción del hotel	41
Gráfico N° 10. Áreas de capacitación a los recepcionistas.....	42
Gráfico N° 11. Apariencia profesional	43
Gráfico N° 12. Nivel de formación.....	93
Gráfico N° 13. Capacitaciones de competencias laborales.....	94
Gráfico N° 14. Capacitaciones.....	95
Gráfico N° 15. Libro de sugerencias.....	96
Gráfico N° 16. Registro en el hotel.....	97
Gráfico N° 17. Tiempo de espera al realizar la salida del hotel	98
Gráfico N° 18. Seguridad al utilizar los servicios de recepción	99
Gráfico N° 19. Solución de problemas	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Estructura General de la propuesta	50
Figura N° 2. Actitudes del recepcionista	54
Figura N° 3. Requisitos Intelectuales	56
Figura N° 4. Responsabilidades del recepcionista.....	56
Figura N° 5. Reglas en atención al cliente.....	57
Figura N° 6. Errores al momento de una reservación.....	59
Figura N° 7. Registro del Huésped	60
Figura N° 8. Pasos para mejorar el proceso de reservas.....	61
Figura N° 9. Consejos para mejorar la atención al cliente	62
Figura N° 10. Libro de Sugerencias y Quejas	67
Figura N° 11. Factores que dificultan medir la satisfacción del cliente	68
Figura N° 12. Procedimiento de la Salida de un cliente del establecimiento hotelero (Check out)	75
Figura N° 13. Recomendaciones	76

INTRODUCCIÓN

El turismo en el Ecuador es el sector que más potencial ofrece a la economía y al crecimiento de nivel turístico en el país, conjuntamente con la oferta hotelera que este brinda. La hotelería ecuatoriana, como uno de los sectores más significativos para el desarrollo de servicios turísticos de nuestro país, está en constante evolución y modernización. Conduciendo el trabajo de excelencia en las empresas hoteleras a conquistar premios de gran importancia para la industria hotelera, en constancia del mejoramiento de los servicios de calidad en todo el país, los diferentes premios adquiridos por los hoteleros ecuatorianos son el resultado de innovaciones desde el reflejo y comparación hacia otros centros de alojamiento a nivel mundial.

El sistema hotelero está experimentando cambios en los bienes, servicios, productos y procesos hoteleros en mejora de sus ambientes hacia el huésped nacional y extranjero.

En la Provincia de Los Ríos, Cantón Babahoyo se puede destacar la actividad hotelera de manera que se encuentra evolucionando constantemente, los establecimientos hoteleros tienen como principal prioridad buscar la calidad y la excelencia de un buen servicio, importante para estandarizar los procesos operativos y capacitar al personal, sobre todo al que tiene contacto directo con el cliente, además la hotelería forma parte principal o es el componente elemental del sistema turístico. El alojamiento se puede decir es una de las actividades que más ingreso dejan dentro del desarrollo de actividades relacionadas con el turismo, por lo que es necesario estar mejorando de forma continua sus procesos.

Un hotel está compuesto por áreas y por diferentes procesos, los cuales deben direccionarse prioritariamente a la satisfacción de los clientes, aunque en mucho de los establecimientos hoteleros de Babahoyo desconocen en cuanto al manejo de normas de calidad y de atención al cliente. En la ciudad Babahoyo se ubican 4 establecimientos hoteleros, según el Ministerio de Turismo (MINTUR).

CAPITULO I.- DEL PROBLEMA

1.1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

El departamento de recepción y la satisfacción de los turistas en los hoteles en el Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos.

1.1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.1.2.1. Contexto Internacional

En España, el sector hotelero forma parte de uno de los pilares básicos en la producción del servicio turístico, el alojamiento, siendo la empresa hotelera más importante dentro de la industria turística de España dado el carácter predominante receptor de este país.

La estructura de esta oferta hotelera se ha caracterizado en la última década por tres grandes factores: su continuo crecimiento; la diversificación tipológica y geográfica, y por un importante incremento de la concentración. Sin embargo, lo más llamativo de esta situación es que, el sector hotelero atraviesa en España una etapa de plena efervescencia empresarial (Del Alcázar. B. 2003).

Roma

Según el blog ithotelero, (cómo se citó en el Journal of revenue & Pricing Management), el cliente que hoy se decanta por alojarse en un hotel ha realizado una elección consciente: tiene otras opciones al alcance de la mano, y la valoración de su experiencia en el establecimiento hotelero va a determinar sus decisiones futuras, y las de otros potenciales clientes. Por ello, cobra especial importancia que los gestores hoteleros entiendan las preferencias y el grado de satisfacción de sus clientes de una manera ágil.

Identificar cuáles son los servicios diferenciales que hacen que los clientes prefieran sus hoteles a un alojamiento no hotelero, normalmente sin servicios complementarios.

Las tradicionales encuestas de satisfacción pueden ayudar en este análisis, con esta información, los gestores hoteleros pueden identificar y medir el grado de satisfacción de sus clientes con sus establecimientos en general, y con cada uno de los servicios que lo componen en particular (limpieza, habitación, servicio, comida, etc.) esta información permite conocer que ámbitos han cubierto las expectativas de los clientes y cuales muestran necesidades de mejora, clave para que los hoteles enfoquen sus esfuerzos e inversiones a corto y mediano plazo.

Tomando en cuenta a Roma, una de las principales capitales turísticas en Europa, el análisis de 784 alojamientos hoteleros y más de 45.000 opiniones durante 2017, muestra claras conclusiones.

Mientras que la valoración media general del servicio hotelero es buena (67,4 puntos sobre 100), se desprenden grandes diferencias de satisfacción entre los mercados norteamericanos y británico, y el español y francés. Estos dos último son los más críticos dejando el índice de satisfacción hotelera poco por encima de 50 puntos sobre 100.

Al realizar un estudio sobre la calidad del servicio de los hoteles en Estados Unidos, destaca el hecho de que la mayor parte de las empresas hoteleras hacen mucho énfasis en su servicio principal, pero relegan a un segundo término a los servicios auxiliares. Es decir, hacen mucho énfasis en la dimensión técnica de la calidad, pero relegan a un segundo término a la dimensión funcional. Esta situación da lugar a varias implicaciones. En primer lugar, los clientes no diferencian suficientemente unos establecimientos de sus competidores. Segundo, el grado de satisfacción global del cliente con el servicio recibido es menor. Tercero, al estar menos satisfechos los clientes están dispuestos a pagar menores cuantías por los servicios recibido. En definitiva, concluye que, al igual que en otros servicios, la actividad hotelera debe enfatizar los momentos de la verdad y las experiencias del cliente como vías de optimizar la calidad del servicio prestado, satisfacer al cliente y, desarrollando evidencias tangibles, y lograr que este valore un servicio superior y esté dispuesto a pagar un importe superior por su prestación (Vega, A. Casielles, R. & Martín, A. 2015).

México

Existen dentro del Hotel Royal Pedregal varios departamentos que son considerados claves para la atención y satisfacción del cliente, porque prestan los servicios de alimentos y bebidas, atención a eventos sociales o profesionales, de acondicionamiento físico y de hospedaje. En estos se evalúa periódicamente la satisfacción del cliente alcanzada. Dentro de los Departamentos donde se evalúa la satisfacción del cliente se cuenta con el de recepción donde se proporciona atención al servicio de hospedaje y orientación e información de los eventos que se realizan dentro del mismo hotel. Es importante mencionar que el medir la satisfacción del cliente dentro de los diversos Departamentos del hotel, se tiene un constante monitoreo sobre la calidad de servicio que se brinda dentro del establecimiento; buscando lograr cubrir o superar las expectativas de los clientes y huéspedes para crear y fomentar su fidelidad y con ello la preferencia por seguir asistiendo a dicho negocio. Este departamento ha obtenido en forma constante un porcentaje de satisfacción por debajo del promedio de parte de los clientes en cuanto al servicio y atención que se les brinda y en el que de acuerdo a datos recopilados por el Departamento de Calidad, se establece que tan sólo en el año 2007 dentro de los rubros de apariencia del departamento y un registro eficiente, se obtuvo un 82.6% de satisfacción al cliente, cuando el porcentaje mínimo permitido por la norma de calidad del hotel es del 85%. (Ventura Saucedo, P. D. 2008)

Colombia

Los modelos de ecuaciones estructurales se han utilizado ampliamente para el análisis de la calidad del servicio en diversas entidades, demostrando su adaptabilidad y eficacia a la hora de determinar las variables que afectan la satisfacción del cliente. Este artículo propone el uso de un modelo de ecuaciones estructurales para determinar la calidad en los servicios ofrecidos por los hoteles de la ciudad de Cartagena. El resultado es un diagnóstico general de las variables que mayor influencia ejercen sobre la satisfacción de los clientes y la motivación a recomendar los servicios a otras personas. (Vergara, 2011)

Perú

El desarrollo del sector hotelero en el Perú está ligado íntimamente al desarrollo del turismo. La infraestructura hotelera juega un papel importante pues de la calidad de los servicios hoteleros va a depender la buena imagen que se haga el turista del Perú. Una de las características del sector hotelero es que su crecimiento ha sido claramente más lento que el de la demanda, lo que se evidencia en el déficit de oferta habitaciones en las regiones de más afluencia turística. Es decir, aún existen importantes limitaciones en la planta hotelera, y existen muchos establecimientos que operan con infraestructura muy limitada, por debajo de estándares a los cuales están acostumbrados los turistas internacionales. El hecho que la oferta reaccione lentamente es consecuencia que en este sector gran parte de la estructura de costos es dependiente de inversión fija, usualmente costosa. Un aspecto importante que debe ser destacado es que el reciente desarrollo de la oferta hotelera expresado a través de inversiones en nuevos hoteles y compromisos de inversión para los próximos años. Estos inversionistas cuentan con una tecnología que les permite superar a los empresarios nacionales en aspectos de gestión y organización del negocio, además de una enorme capacidad financiera que les permite posicionarse fuertemente en sus respectivos sectores en forma ventajosa. (Mulluni, C. 2017).

Entre todos los departamentos de los que se compone un hotel destacamos el departamento de reservas. Paralelo al departamento de reservas existe la nueva figura de ingresos cuya función dentro de la empresa hotelera, es clave. Esta figura es la que mantiene las buenas relaciones con los distribuidores, con quienes tiene un contacto directo y frecuente con ellos, son los que mejor conocen el mercado y consejos para optimizar la distribución a través de sus canales. Su finalidad es vender la habitación adecuada, al cliente adecuado, al precio adecuado, en el momento adecuado, a través del canal de distribución adecuado y con la comisión adecuada. (Lumbreras, 2013).

1.2.2 Contexto Nacional

Manta

Según el autor Intriago P. (2018) en la provincia de Manabí se puede destacar una problemática que es la falta de un diagnóstico de la gestión hotelera que comprende la identificación de los procesos que permiten administrar un establecimiento y también el cumplimiento de requerimientos establecidos en las normas técnicas de alojamiento expedidas por el Ministerio de Turismo.

Además, es importante mencionar que en el departamento de recepción se presentan diversos problemas, como que, se coloca personal no calificado, y un problema latente es la no estandarización de los procesos y aún más de procesos informáticos que ayuden al mejor proceso de la información y de las actividades de check in y check out, no se aplican las normas de atención al cliente, el recepcionista no es proactivo y no es capaz de enfrentar los problemas y dar soluciones, proceso indispensable para la mejor captación de turistas, otro problema muy latente es la fiabilidad de la información proporcionada ya que se manifiestan características que son muy distintas a las que el visitante descubre.

Guayaquil

Hasta hace unos años atrás, la filosofía de los hoteles era superar las necesidades y expectativas de sus huéspedes, en la actualidad, la nueva filosofía hotelera se basa en crear experiencias memorables para los clientes alojados y que sin serlo hacen uso de los servicios del mismo (Ramírez, A. & Viviana, A. 2017).

En el Departamento de Recepción -Front Office Department, se han incluido los estándares de servicios, como requisitos de calidad. Los esquemas y procesos establecidos que especifican la manera de prestar un servicio y a la vez consolidan el conjunto de percepciones que el huésped considera y evalúa sobre lo que recibe al solicitarlo, se conoce como estándar de servicio (GHL Hoteles, 2009).

El cumplimiento de las etapas que conforman el ciclo de estadía del huésped, es decir, el guest cycle, son parte de las funciones en la recepción y sus operaciones o front office operations (GHL Hoteles, 2009).

Este ciclo está compuesto por las siguientes etapas:

- Proceso de reservas.
- Recibimiento.
- Registro o check in.
- Atención a las solicitudes del huésped.
- Manejo de ocupación.
- Salida o check out.

(GHL Hoteles, 2009).

Quito

Robalino Martínez, Mateo (2018). Una de las tendencias del turismo para el año 2017 determina que los pasajeros escogen un destino con la finalidad de vivir una experiencia inolvidable, dejando como segunda razón los atractivos turísticos del lugar. En cuanto a los hoteles, el departamento de Front Office es la primera impresión de los clientes al momento de llegar a un sitio de alojamiento, es allí donde empieza la experiencia del cliente. El personal de Front Office de cualquier hotel debe ofrecer un servicio excepcional y una atención de primera a los huéspedes. Edison Riofrío, jefe de recepción del hotel Casa Gangotena, sostiene que, a pesar del excelente servicio del personal con los huéspedes, se pueden encontrar varias falencias en el servicio debido al manual de procedimientos de esta área. Algunos de los problemas que él identificó son: la falta de trabajo en equipo, el incumplimiento del ciclo de tareas y la escasa comunicación departamental.

Normas INEN

Según la Norma Técnica Ecuatoriana de Recepcionista Polivalente, INEN, Quito (2008) Establecen los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir los recepcionistas, las normas se aplican a hombres y mujeres que laboran como recepcionistas en las empresas de alojamiento del sector turístico.

Se considera competencias laborables, las habilidades para desempeñarse por medio de estándares de calidad requeridos para los diferentes puestos de trabajo. En Ecuador en el año 2008 el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) crea normas técnicas para el sector turístico, en las cuales se encuentran diferentes áreas, sector de alojamiento, alimentación y bebidas, operación turística, otras ocupaciones y competencias generales. Para el sector alojamiento tenemos diferentes ocupaciones tales como:

- Encargados de reservas
- Recepcionista
- Ama de llaves
- Botones
- Camarera de pisos
- Servicio personalizado de información turística
- Encargado de mantenimiento
- Recepcionista polivalente
- Jefe de recepción
- Coordinador de eventos
- Auditor nocturno
- Administrador de empresa de alojamiento

Todas estas áreas son capacitaciones en competencias laborables para oficios turísticos, no necesariamente tendrían que ser personas que tengan formación académica superior en áreas de turismo u hotelería, pero si accedían a uno de los cursos que dan los organismos autorizados para esta certificación, ser certificado con la competencia laboral que realizaron.

En Ecuador el Ministerio de Turismo cuenta con un programa de capacitación turística, lo cual es una herramienta pionera que tiene como objetivo fortalecer el desarrollo turístico mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano, para la ejecución eficiente, actividades, tareas y sanciones que realizan en el día a día, mejorando los estándares de calidad en la aplicación de servicios turísticos (MINTUR).

1.2.3. Contexto Local

Según la investigación de Izquierdo, G., Rosero, E., Espinoza, J., & Medina, C. (2018) con el tema caracterización Tipológica del Sector Hotelero de la Provincia de Los Ríos, Ecuador se enfoca en las características tipológicas de ubicación, tamaño y categorías de los hoteles de los Ríos.

El 81% de los hoteles de la provincia de Los Ríos registrados en el MINTUR son de ubicación de ciudad. El 8% de los hoteles son de ubicación de naturaleza. Por otro lado, el 12% de los hoteles son hoteles balnearios: a más de su oferta hotelera, añaden balnearios naturales y artificiales. No se registran hoteles de Aeropuerto, de playa, apart – hoteles, albergues turísticos o moteles, en el sentido técnico de su clasificación. La ubicación de los hoteles depende de la ciudad en la que se encuentran.

El 100% de los hoteles de la provincia de los Ríos registrados en el MINTUR pertenece a la clase de tamaño pequeño. El mayor grupo de los hoteles (41%) de la provincia de Los Ríos tienen la categorización de tres estrellas. Estos hoteles son muy utilizados por personas en viajes de negocios o turismo de negocios.

1.2.4. Contexto Institucional

En la Ciudad de Babahoyo según el registro de Catastro de las diferentes actividades turísticas perteneciente a la provincia de Los Ríos (MINTUR), el cantón cuenta con 4 hoteles con permiso de funcionamiento, quienes emiten dicho permiso son los Municipios, sin embargo un Alojamiento turístico para poder funcionar deberá iniciar un proceso de registro del establecimiento a través del sistema SIETE para finalmente obtener en el Ministerio de Turismo un Certificado de Registro (Categorización del establecimiento) y obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) que la otorgan los Municipios en cada uno de sus territorios. A continuación, se enlistan los establecimientos que forman parte de la presente investigación acerca del departamento de recepción. Además, consta información adicional como actividad, clasificación, categoría, dirección, número total del personal y número de habitaciones de los hoteles del Cantón Babahoyo.

TABLA N°1 ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO				
	Cacharí	Capitol 2	Nuevo cacharí	Gran Perla Verde
Actividad	Alojamiento	Alojamiento	Alojamiento	Alojamiento
Clasificación	Hotel	Hotel	Hotel	Hotel
Categoría	Tercera	1 Estrella	3 Estrellas	3 Estrellas
Dirección	Bolívar 111 y General Barona	Martín Icaza y 10 de Agosto	Clemente Baquerizo, Bolívar y General Barona	Clemente Baquerizo 5 de Junio y Pedro Carbo
Total personal	7	2	6	16
Total habitaciones	30	15	42	33

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Cristina Macías

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Los servicios que ofrece la recepción forman parte de la imagen, hospitalidad, satisfacción de necesidades y las expectativas de cada uno de los huéspedes.

Es importante brindar un servicio de calidad y excelencia, ya que desafortunadamente, los clientes toman demasiado en cuenta esa primera impresión y durante su permanencia tiende a ser muy crítica si fue mala la atención ofrecida por parte del recepcionista.

La satisfacción del turista depende mucho del trabajo ágil y oportuno que se le brinda, además de una agradable bienvenida al llegar al hotel, y el check-in es el punto clave para el registro del cliente, la confirmación de la habitación, la entrega de llaves, informarse sobre los horarios del hotel el check-out, la reservas por teléfono o correo electrónico y el pago del servicio, atendiendo todas las necesidades que presenta el cliente en su estancia dentro de las instalaciones ya que el departamento de recepción es un punto clave en el cual se reciben y se atienden los requerimientos del huésped.

En el Cantón Babahoyo existe muchas falencias en los departamentos de recepción debido a la inexperiencia e inadecuada atención al cliente presentando un mal servicio, es importante mencionar que en la mayoría de los casos el personal no está capacitado y no se aplican normas de atención al cliente, el recepcionista no es proactivo y no es capaz de enfrentar los problemas y dar soluciones, proceso indispensable para asegurar la permanencia del turista y que de buenas recomendación de su estadía en dicho establecimiento.

1.3.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema General

Deficiencia en el servicio brindado en los departamentos de recepción de los hoteles de Babahoyo y la baja satisfacción de los turistas

1.4.2. Subproblemas o derivados:

- ¿Se conoce como son los servicios de recepción en los hoteles de Babahoyo?
- ¿Los recepcionistas proveen un servicio que satisfaga las necesidades de los turistas?
- ¿El personal de recepción está capacitado para asumir ese cargo?
- ¿Existe un plan que ayude a gestionar las actividades que realizan los recepcionistas en los hoteles de Babahoyo?

1.3.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Línea de investigación de la Universidad Técnica de Babahoyo: Educación y Desarrollo Social.

Línea de la investigación de la Facultad: Talento Humano Educación y Docencia.

Línea de investigación de la Carrera de Hotelería y Turismo: Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos.

Sub- Líneas de Investigación: Nivel de capacidad del Recurso Humano en el Área Turística.

Área: Departamento de recepción y la satisfacción del turista.

Delimitación Espacial: Provincia Los Ríos, Cantón Babahoyo.

Delimitación Temporal: Periodo 2018.

Delimitación Demográfica: Recepcionistas – Clientes.

1.3.5. JUSTIFICACIÓN

La investigación se enmarca en problemáticas puntuales sobre la deficiencia en los departamentos de recepción y la baja satisfacción de los turistas, provocado por el limitado personal hotelero capacitado en las tareas propias del área de recepción, el escaso asesoramiento en el servicio hotelero, se ve reflejado en el momento de ofrecer los servicios a los clientes, visibilizando el desinterés de los propietarios en incluir nuevos procesos de calidad.

Con la realización del siguiente trabajo de investigación se pretende analizar los departamentos de recepción de la planta hotelera de Babahoyo, para medir la satisfacción de los turistas, la atención brindada por el personal de servicio capacitado asegura el incremento en la calidad de los servicios, motivando a los propietarios a invertir y asumir nuevos retos sobre el capital humano, innovación hotelera la satisfacción de nuevos clientes representadas por, la eficacia que tienen los recepcionistas a la hora de trabajar, respuesta a solicitudes, preguntas del huésped y gestión de quejas para su posterior solución.

Los recepcionistas reflejan la imagen pública del hotel y lo representan frente al cliente, esta injerencia conduce a la mejora de sus capacidades situadas en resultados estadísticos de fortalezas y oportunidades, los clientes se enmarcan en necesidades exigentes dentro la infraestructura hotelera posibilitando el incremento en la afluencia de turistas.

El impacto de esta investigación será en forma directa a los propietarios de la planta hotelera, a los proveedores del establecimiento, a la población en general, sobre los profesionales de turismo ampliando sus plazas de trabajo y la población en sus múltiples emprendimientos que dinamizan la economía de los procesos empresariales.

1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo General

Analizar los departamentos de recepción para medir la satisfacción de los turistas

1.7.2 Objetivos Específicos

- Identificar los servicios de recepción para aumentar la satisfacción de los turistas que se hospedan en los hoteles de Babahoyo.
- Analizar el papel de recepcionista en la atención al huésped de los diferentes hoteles de Babahoyo.
- Establecer si el personal de recepción, está recibiendo capacitaciones para desarrollar sus capacidades profesionales.
- Determinar una propuesta de solución a la problemática antes mencionada.

CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Marco Conceptual

Hotel

De acuerdo al Reglamento General de actividades turísticas (MINTUR, 2008), artículo 8 sección 2, hotel es todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que esta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo.
- Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos.
- Disponer de un mínimo de treinta habitaciones

El mismo Reglamento General de actividades turísticas (2008) en su artículo 2, al referirse a Categorías. La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la actualidad las empresas turísticas y hoteleras buscan la mejora continua debido a la gran demanda que se ha generado con el transcurso de los años, es así como han implementado nuevas técnicas que permitan mejorar el servicio y a su vez generar ventajas competitivas (Espinosa A., 2017).

Un hotel es un establecimiento acondicionado para otorgar servicios de alojamientos a sus huéspedes, los hoteles normalmente se los clasifica en categorías según el grado de confort, posicionamiento y el nivel de servicios que ofrecen.

Departamentos Operativos

Departamentos operados.- Rodríguez, V. (2012). El objetivo del establecimiento hotelero y/o de servicios, es prestar y vender sus productos (servicios) al huésped, buscando su máxima comodidad y satisfacción del mismo.

Departamentos mixtos.-Tienen como objetivo prestar servicios al huésped y utilizar las instalaciones para su propio servicio. Al planearlas instalaciones del hotel, debe analizarse la conveniencia o no de los departamentos de lavandería y de alimentos y bebidas, como inversión.

Departamentos no operados.- Los conforman las secciones en las que se divide la estructura organizacional administrativa, que no tienen relación con los huéspedes, pero son la vértebra central del establecimiento hotelero: Gerencia general, gerencia operativa, contabilidad, control interno, personal y mantenimiento.

Cuando se busca cuáles son las áreas medulares de una instalación hotelera, García (2011) expresa que todo hotel que siga el reglamento de actividades turísticas y hoteleras debe contar con cada una de las áreas respectivas de un hotel y sin desmerecer las demás áreas las de recepción y ama de llaves son las dos áreas más indispensable de cualquier hotel, sin estas dos áreas es casi imposible realizar la actividad hotelera. El área de la recepción es la carta de presentación del hotel, es la primera impresión que se lleva el turista o visitante, es en este espacio donde se demuestran todos los conocimientos sobre atención al cliente, en esta área se realiza el proceso del Check out y Check in.

En los establecimiento hoteleros existen diversos y variados departamentos, algunos de ellos depende del número de habitaciones, de la calidad de sus productos y servicios, de la categorización del hotel, entre otros factores. A continuación algunos departamentos que son comunes en los hoteles.

- Departamento de alimentos y bebidas.
- Departamento de mantenimiento.
- Departamento de pisos y áreas públicas (limpieza de habitaciones, servicio de lavandería, servicios de ayuda de cámaras).
- Departamento de ama de llaves (limpieza del hotel, posee las llaves maestras del hotel, responsable del uniforme del personal del hotel, se ocupan de los objetos que los huéspedes olvidan en las habitaciones).
- Departamento de teléfono.
- Departamento de reservas.
- Departamento de recepción.
- Departamento de marketing y ventas.

Gerente De Recepción

Para propiciar la venta de habitaciones, el personal de la Gerencia debe ser organizado en función de: promover la venta de los servicios de alojamiento, eventos y banquetes, y alimentos y bebidas del hotel, mediante visitas sistemáticas a los clientes potenciales y personal clave de las empresas; identificar nuevos mercados potenciales; investigar convenciones captadas por la competencia, con el fin de ofrecer en un futuro sus servicios para próximos eventos; coordinar esfuerzos para recuperar clientes perdidos; participar en eventos de carácter empresarial, gubernamental o industrial, que permitan la captación de negocios para el hotel; y representar al hotel ante cualquier situación, lugar y momento.

(Fernández, S., Upiachihua, T., & Augusto, C. 2015).

Los Gerentes/Administradores consideran que el uso de la gestión administrativa mejorará las actividades del área de recepción, por el empleo de las fases del proceso administrativo de manera adecuada. La gestión administrativa implica diferentes medidas tanto en la planificación, organización, dirección y control de los recursos y actividades de un hotel, su 19 manejo eficiente garantiza un mejor crecimiento de la empresa a través de un buen servicio hotelero Fernández, S., & Upiachihua, T., y Augusto, C. (2015), en su artículo científico sobre la gestión administrativa para el mejoramiento de los procesos en las empresas de servicios hoteleros.

El gerente de recepción es la persona encargada de organizar, dirigir y controlar el área de recepción, mejorar las actividades que se realizan con el fin de ofrecer a sus clientes servicios de calidad, el jefe de recepción se encarga de seleccionar el personal de recepción.

Departamento de recepción

Según Calzado Ramírez (2017), la relevancia de las funciones que tiene el departamento de recepción, requiere de sus trabajadores una serie de competencias con respecto a la actitud (entre otros, predisposición a ayudar al cliente, orientación al servicio, cuidado de aspecto personal e higiene, orden y limpieza del departamento) y otros requerimientos de aptitud (capacidad de organización, de trabajar bajo presión, conocimientos de sistemas de gestión de hoteles, de los idiomas de las nacionalidades del hotel, de gestión de quejas, de atención telefónica, etc.)”.

El cumplimiento de las etapas que conforman el ciclo de estadía del huésped, es decir, el guest cycle, son parte de las funciones en la recepción y sus operaciones o front office operations (GHL Hoteles, 2009).

Este ciclo está compuesto por las siguientes etapas:

- Proceso de reservas
- Recibimiento
- Registro o check in
- Atención a las solicitudes del huésped.
- Manejo de ocupación
- Salida o check out (GHL Hoteles, 2009).

A continuación se procede a especificar cada de una de las etapas que constituyen el ciclo de estadía del huésped.

Este empieza con el proceso de reservas de las habitaciones que incorpora los procedimientos que garantizan la ocupación de habitaciones. Se proporciona una información clara y se solventa las inquietudes del cliente individual, corporativo, de las empresas de servicios que tienen convenios con el hotel y del cliente frecuente, así se genera la confianza que impulsa la decisión de utilizar los servicios del hotel (GHL Hoteles, 2009).

Después sigue el recibimiento y consiste en identificar al huésped, atenderlo y asistirlo desde el momento de su llegada (GHL Hoteles, 2009).

Continuando con el ciclo, el registro o check in, comprende un conjunto de procedimientos que fortalecen la relación del huésped con el hotel por medio del contrato o registro hotelero, en este proceso se le informa al mismo acerca de tarifas, penalidades, servicios y las diferentes formas de pago con las que cuenta el hotel (GHL Hoteles, 2009).

Con respecto a la atención a las solicitudes del huésped, son todas aquellas funciones de coordinación que hacen posible la prestación de los servicios que el huésped solicita y deben estar sujetas al tiempo de respuesta adecuado y eficiente, que produzcan la satisfacción del mismo (GHL Hoteles, 2009).

Así también, el manejo de ocupación, permite ejercer el control sobre el estado de las habitaciones y del movimiento continuo de entrada, estadía y salida de huéspedes (GHL Hoteles, 2009).

La última etapa del proceso es la salida o check out, en la cual, el huésped determina la forma de pago y posteriormente se ejecuta el proceso de facturación. A través de preguntas directas realizadas al huésped se determina la apreciación que éste ha tenido del servicio recibido, lo que le permite al hotel establecer los aciertos y las falencias del mismo, para así tomar las medidas respectivas para su mejora continua. El proceso culmina con la despedida (GHL Hoteles, 2009).

Para que todo el ciclo mencionado previamente cumpla con su objetivo, debe contar con un proceso estructurado y probado, que pueda ser aplicado en los procesos del hotel.

El departamento de Recepción hotelera además de ofrecer los servicios de llegada y salida de los clientes, debe controlar, coordinar, gestionar y brindar diferentes servicios durante la permanencia de los huéspedes dentro de las instalaciones. El primer contacto de un cliente en el Hotel es la recepción, por lo tanto, dependiendo del recibimiento que se le brinde el huésped obtiene sus primeras impresiones acerca del servicio que en general se ofrece, y ve en la recepción una prolongación de la Gerencia, y acude de inmediato ante cualquier necesidad o dificultad.

Demanda turística

Aamodt (2013) define que el uso más importante de la evaluación del desempeño es mejorar y así poder proporcionar capacitación sobre las actividades que se necesitan reforzar. Incluso si la capacitación de los empleados debe ser un proceso continuo a la revisión de la evaluación del desempeño, la cual es recomendable realizar dos veces al año, para reunirse con los empleados y hablar de sus fortalezas y debilidades.

Tal y como mencionan Jiménez G. & Peña S. (2017), el turismo de lujo sufre menos la crisis que otro tipo de turismo; no obstante, el incremento de poder adquisitivo de la población y la expansión de la clase media ha provocado también una evolución en el turismo. Lo que hace unas décadas se denominaba «turismo de lujo» (hoteles de cuatro y cinco estrellas, resorts, etc.) ahora es más accesible y se considera un bien de consumo normal (Torres, L, 2014), elevando la categoría de lujo a más altas expresiones.

En la industria hotelera, la calidad del servicio es uno de los elementos más importantes para la obtención de una ventaja competitiva y sostenible en el mercado. En consecuencia, los esfuerzos de gestores e investigadores académicos están dirigidos hacia la comprensión de cómo los clientes perciben la calidad del servicio (Markovic y Raspor, 2010).

Expectativas del Cliente

El cliente es el protagonista de la acción comercial. Dar una buena respuesta a sus demandas y resolver cualquier tipo de sugerencia o propuesta es imprescindible. El cliente es, por muchos motivos, la razón de existencia y garantía de futuro de la empresa (García, A., Manuel, E., & Cieza Roca, J. 2017).

Existen muchas variables que influyen en las expectativas al adquirir una estancia en un hotel determinado, pero prevalecen, en general, el tamaño, la ubicación, la categoría, los servicios ofrecidos agregados, los espacios para parqueo de vehículos y el precio. Este último aspecto es una variable de tipo cuantitativo que podría afectar a su vez la percepción de los clientes (Camejo, I., Sánchez, E., Carreó N., Del Villar A., & Fernández, L. (2018)

Es importante que las expectativas que se han creado los clientes antes de llegar a un hotel correspondan con la realidad, esta es sin duda la mejor técnica para asegurar que la impresión que los huéspedes se llevan del hotel es lo más positiva posible. Normalmente los hoteles con el afán de vender cometen errores al exagerar en las descripciones de las habitaciones, las instalaciones o los servicios y tal vez el cliente se deje llevar por esa falsa descripción, pero su decepción al hacer uso de esas instalaciones será totalmente negativo para el establecimiento, siendo el huésped quien se encargue de no recomendar más dicho hotel.

Necesidades del Cliente

Los clientes tienen ciertas expectativas acerca de la calidad de los servicios antes de la compra basándose en sus necesidades, experiencias o indicaciones. Efectuada la compra, el consumidor compara la calidad que espera de ese servicio con lo que realmente recibe (Dos Anjos, S., & de Abreu, A., 2009).

La satisfacción del cliente es la evaluación que realiza el cliente respecto a un producto o servicio, en términos de que si el producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. (Arias, M. 2017)

El cliente constantemente desea o aspira más de lo ofrecido de un servicio, la empresa debe mantener mecanismos permanentes que les permita estar al tanto de las necesidades, expectativas y deseos de sus clientes con precisión, también de sus cambios, tendencias problemas y aspiraciones de esta manera podrán lograr un trato más personalizado y los huéspedes disfrutaran más del servicio que les provee.

Satisfacción del turista

Granados, L. (2018). La satisfacción del cliente se define como “Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado”.

La satisfacción del cliente juega un papel importante en el plano empresarial, es decir implementar todos los esfuerzos y recursos necesario que garanticen el cumplimiento de las expectativas de la demanda. “La satisfacción puede ser interpretada como la forma que el cliente califica y percibe los servicios que está recibiendo a su vez la respuesta que consigue a través de sus necesidades y expectativas, de tal manera que un cliente satisfecho puede brindar un sin número de beneficios, como la fidelidad y la propagación del servicio recibido hacia terceras personas (De León, Hernández, & Peña, 2017).

La satisfacción de un cliente es el resultado obtenido con relación a las expectativas establecidas previo a su viaje asegurando la promoción directa e indirecta del establecimiento. Aunque un cliente satisfecho no garantiza que regresará, es casi seguro que un cliente insatisfecho no regrese.

2.1.3 MARCO REFERENCIAL

TÍTULO: Propuesta de plan de mejora de calidad en el área de servicio en el departamento de recepción del Hostal Aposento del Conde, Centro Histórico de Quito

AUTOR: Yar Hidalgo, María Fernanda

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2017

EDITORIAL: Quito, Universidad de las Américas, 2017.

RESUMEN

El objetivo de este proyecto de investigación denominado, Plan de Mejora de Calidad del Área de Servicios en el Departamento de Recepción del Hostal Aposento del Conde, es mejorar los procesos internos, como por ejemplo las reserva, check in y check out, entre los más importantes. Como finalidad de que el hostel se convierta en un potencial competitivo dentro del área donde se encuentra ubicado, la misma que forma parte del centro histórico de Quito

TÍTULO: Plan de mejora de calidad para el área de servicio de recepción en Zamorano Real Hotel, ubicado en la ciudad de Loja

AUTOR: Espinosa Aguilar, Gabriela Alejandra

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2017

EDITORIAL: Quito, Universidad de las Américas, 2017.

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo elaborar un manual que permita mejorar el servicio, a través de la implementación de procesos y estándares en el área de recepción del Zamorano Real Hotel, ubicado en la provincia de Loja.

TÍTULO: Plan de mejora en la aplicación de los procesos existentes para el servicio al cliente, en el área de front desk del Hotel Wyndham Guayaquil

AUTOR: Anrango Ramírez, Ana Viviana

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2017

EDITORIAL: Quito, Universidad de las Américas, 2017.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo desarrollar un plan de mejoramiento en la calidad de los estándares y procesos usados para el Área de recepción del Hotel Wyndham Guayaquil, ubicado en la ciudad de Guayaquil, provincia de Guayas. Planteando estrategias para la mejora del servicio al cliente, en el área anteriormente mencionada.

TÍTULO: Manual de atención al cliente para el departamento de recepción del Veuxor executive hotel de la Ciudad de Machala

AUTOR: Bernabe Villon, Solange Yulissa

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2016

EDITORIAL: Machala, Universidad Técnica de Machala

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo elaborar un manual para la atención al cliente en el departamento de recepción del Ejecutivo Hotel Veuxor, el manual contiene técnicas para el mejoramiento del servicio y procesos para el buen trato y atención al cliente y de este modo poder buscar la fidelización de los mismos. Para este trabajo se realizó encuestas que consiste en preguntas relacionadas con la atención que han recibido

los clientes y al mismo tiempo la percepción que tenían antes de hacer uso de las instalaciones.

TÍTULO: Diseño de un modelo de gestión por procesos para las áreas de recepción y alimentos & bebidas del Hotel Barceló Colón Miramar de Salinas, año 2012

AUTOR: Macancela Coronel, Nelly Rosa

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2014

RESUMEN

El presente proyecto trata de una propuesta de diseño de un modelo de gestión por procesos para las áreas de recepción y alimentos & bebidas del hotel Barceló Colón Miramar de Salinas; se elaboró un mapa de procesos en el cual se muestra, que cada área del hotel mantiene una relación en secundaria, encaminada a mejorar continuamente, de tal forma que permita al personal involucrarse en la operatividad de su área, aportando de manera directa e indirecta a la satisfacción del cliente.

TÍTULO: Características de los establecimientos hoteleros y comportamiento de ciudadanía de los empleados de recepción.

AUTORES: José Antonio Varela González, Teresa García Garazo

RESUMEN

La empresa gestiona cuidadosamente los comportamientos de sus empleados, la importancia de un servicio de calidad ya que representan el servicio de cara al cliente.

Este proyecto pretende analizar los comportamientos de los empleados de recepción de los hoteles y verificar si existen diferencias en los mismos, y confirmar que la categoría del hotel influye positivamente al desarrollo de este tipo de comportamiento

TÍTULO: Satisfacción del usuario en la industria hotelera como factor de competitividad

AUTORES: Elsa Georgina González Uribe, Jorge Quiroz Rodríguez, Oscar Alejandro Espinoza Mercado

RESUMEN

En el siguiente trabajo de investigación se evalúa las percepciones de satisfacción del cliente, con el objetivo de analizar los factores que influyen en ésta. La preferencia al momento de seleccionar la industria hotelera se debe a las condiciones de desarrollo turístico que tiene Jalisco, con uno de los estados con más cantidad y variedad turística.

Se aplicó una encuesta al huésped en diferentes hoteles para finalmente presentar una propuesta de un modelo de satisfacción del usuario de servicios hoteleros.

TÍTULO: Del desarrollo de capacidades de aprendizaje a la satisfacción del cliente en una instalación hotelera Hotel Tryp Cayo Coco, destino Jardines del Rey, Cuba.

AUTORES: Edianny Carballo Cruz, Elme Emelio, Carballo Ramos, Raciél Yera Toledo

RESUMEN

En esta investigación se describe, la incidencia del desarrollo de capacidades de aprendizaje en la satisfacción de los clientes, teniendo en consideración la relación entre los conocimientos, los procesos de aprendizaje e innovación y los flujos de información en una organización hotelera.

En el estudio, los resultados del desarrollo de capacidades de aprendizaje se expresan en la mejora del desempeño de los clientes internos del proceso en cuestión y en la introducción de nuevos y mejorados productos y servicios para la satisfacción de los clientes externos.

TÍTULO: ¿Cómo aumentar la satisfacción del cliente y los ingresos de tu hotel?

AUTORES: R.J. Friedlander

RESUMEN

Actualmente los hoteleros exitosos ya saben que están en el negocio de gestión de las expectativas, cada viajero busca una experiencia diferente, en función a sus preferencias y del propósito de su viaje. En el mercado competitivo hotelero de hoy en día, la clave del éxito es encontrar una manera de superar las expectativas del huésped.

TÍTULO: La calidad percibida como determinante de tipologías de clientes y su relación con la satisfacción aplicación a los servicios hoteleros

AUTORES: Marta Laguna García, Andrés Palacios Picos

RESUMEN

La presente investigación obtiene como resultados mediante la aplicación de distintas técnicas apuntan a que no todos los aspectos que los clientes consideran cuando evalúan la experiencia con el hotel poseen la misma capacidad para condicionar la satisfacción, además, se establece se establece la existencia entre estos criterios indicativos de la calidad y aquellos estándares que utilizan los individuos para juzgar su nivel de satisfacción.

TÍTULO: Estudios de la satisfacción de servicios hoteleros.

AUTORES: Carlos Bouza Herrera, Darbelio Agatón

RESUMEN:

A partir de diversas metodologías para evaluar el desempeño de los hoteles, el interés primal es considerar diversos atributos y servicios y como estos conforman la satisfacción de los clientes. En algunos casos esta es complementada por encuestas especialmente diseñadas. Se justifica como entonces es posible hacer estudios utilizando métodos como los de componentes, se ilustra lo discutido al hacer un estudio de las cadenas hoteleras de Cuba con datos recolectados en el 2015

2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN

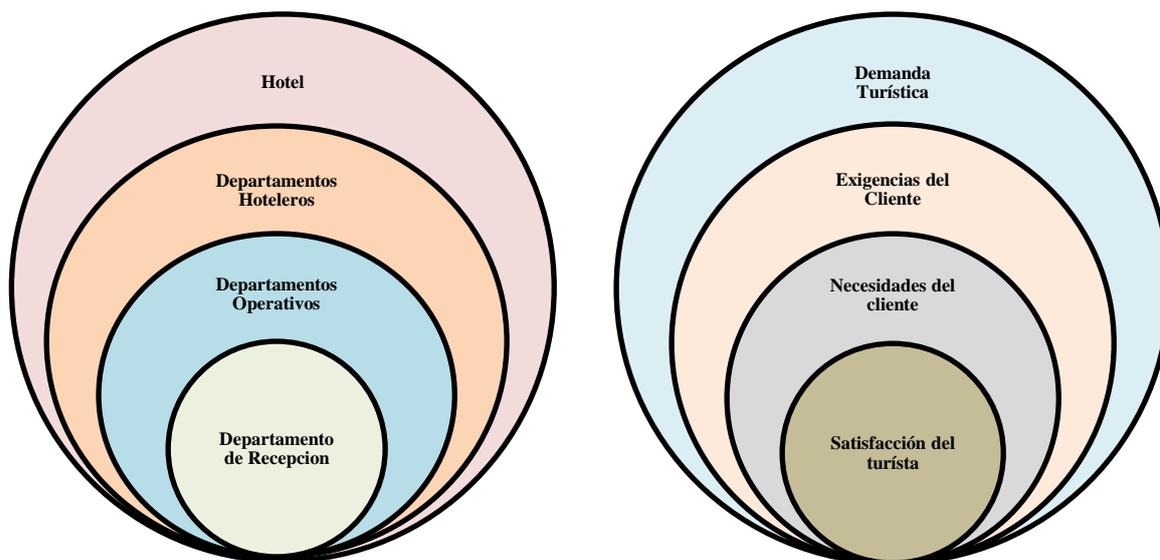
2.1.2.1. Antecedentes Investigativos

Según Franco, M, & Cesibel, P. (2016) Con el tema Manual de atención hotelera, su incidencia en la calidad de servicio del Hotel Ecológico Riverside del cantón Quevedo, 2016. Se desarrolla un modelo de brechas en la calidad y atención del servicio, con el objetivo de dar una contribución administrativa y ofrecer un servicio al cliente que supera las expectativas con un servicio adecuado mediante un manual. Además de considerar las necesidades de sus clientes y el tipo de atención que se les brinda es importante establecer relaciones a largo plazo con los clientes, más aún que la empresa brinda panorama ecológico y servicios turísticos al mismo tiempo que el turismo genera una de las principales fuentes de ingresos para la economía del país.

Vallejo, I., & Valeria, C. (2017). Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes con el tema Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del Hotel Camino Real se define los procedimientos generales y detallados del departamento de recepción para una adecuada gestión de calidad, Establecer los grupos de trabajo para cada procedimiento, Diseñar un manual de gestión de calidad para el hotel (Camino Real). Técnicas (Lluvia de Ideas, Revisión documental). Es una gran posibilidad poner en marcha este modelo para mejorar la atención en el departamento de recepción del hotel, porque el posicionamiento y reconocimiento de una empresa depende directamente de la satisfacción de sus huéspedes, y esto sin duda se logra con una manual de gestión de calidad eficiente.

Intriago, C. (2018). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López con el tema Manual de procedimientos para la mejora de procesos en áreas de recepción y ama de llaves del Hotel Poseidón, Manta

2.1.2.2. Categorías de análisis.



Elaborado por: Cristina Macías

2.1.3. POSTURA TEÓRICA.

Según López, T. y Sánchez, S. (2010) la teoría de la satisfacción laboral establece la tranquilidad estratégica del personal de recepción mediante el incremento de producción empresarial, la estabilidad del cargo y la rotación de los puestos en ascenso jerárquico, el resultado de estos aspectos impulsa la calidad en los servicios de recepción asegurando la fidelidad del cliente desde ópticas de satisfacción. La competitividad se genera en la creación de nuevos bienes y servicios hoteleros, en la estructura empresarial, la oferta y la demanda esto genera en algunos integrantes del equipo de recepción de un hotel, la preocupación en el desarrollo de sus capacidades laborales desde formaciones polivalentes hasta formaciones académicas.

En Ecuador existen normativas que delimitan las competencias profesionales de los recepcionistas polivalentes. El Instituto Ecuatoriano de Normalización en 2008, establece los requisitos de competencia laboral para recepcionistas polivalentes, determinando el grupo de capacidades desde los sistemas de conocimientos, habilidades, valores y experiencias que debe cumplir este grupo de profesionales hoteleros con respecto a sus capacidades, para efecto de esta normativa se considera los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:

Conocimientos:

- Procesos de ingreso (check in) y salida (check out) del huésped.
- Procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones.
- Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un hotel.
- Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica.
- Términos técnicos de la hotelería relativos a la recepción.
- Requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación.
- Información de eventos y atractivos turísticos locales.
- Técnicas de servicio al cliente.
- Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros.

Habilidades:

- Integración para ejecutar trabajo en equipo.
- Interpretación del lenguaje corporal;
- Observación de rutinas administrativas, inclusive en la organización de documentos.
- Memoria de corto y largo plazo.

Actitudes:

- Equilibrado emocionalmente, no transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- Innovador, con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- Atento, cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- Orientado al cambio, goza haciendo cosas nuevas, acepta cambios, busca la variedad.

2.2. HIPÓTESIS.

2.2.1 Hipótesis general.

A través del análisis de los servicios prestados en el departamento de recepción de los hoteles, se determina el cumplimiento de responsabilidades para medir el nivel de satisfacción de los turistas.

2.2.2. Subhipótesis o Derivadas.

- Diagnosticando los servicios de recepción se logra medir la satisfacción de los clientes.
- Analizando el papel de recepcionista en los hoteles de Babahoyo se podrá conocer si manejan las competencias laborales de un recepcionista.
- Identificando al personal de recepción se podrá conocer si reciben capacitaciones para desarrollar sus capacidades profesionales.
- Proponiendo una guía de mejoras al departamento de recepción se mejora la atención al cliente.

2.2.3. VARIABLES

Variable Dependiente: Departamento de Recepción

Variable Independiente: Satisfacción del turista

CAPITULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. PRUEBAS ESTADÍSTICAS APLICADAS

En la ciudad de Babahoyo no es común observar a grupos de visitantes realizar actividades de comercio a gran escala, esto dificulta tener una muestra clara de huéspedes en hoteles de la ciudad, la investigación nos conduce a considerar la población de huéspedes como el total de la muestra, con una simple consulta a los diferentes departamentos de recepción de los 4 establecimientos hoteleros según el Ministerio de Turismo , que serían aproximadamente 60 huéspedes a la semana, se tuvo la muestra para su respectivo análisis.

Se realizó una investigación aplicando la siguiente metodología, que comprenden los métodos: inductivo y deductivo, se utilizaron en la especificación conceptual de las variables determinadas en las categorías fundamentales.

El método de observación permite explorar, describir y explicar la problemática existente en el departamento de recepción.

El método de análisis y síntesis, analizando las funciones que se llevan a cabo en el departamento de recepción, determinando que la atención al cliente es la más importante desde el método sintético.

A través de la operacionalización de variables se elaboró encuestas y entrevistas como técnicas de investigación, mediante el instrumento del cuestionario.

3.1.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

A continuación se muestra resultados de las encuestas aplicadas a las personas que laboran en el departamento de recepción y a los huéspedes de los hoteles de Babahoyo.

¿Cuántas personas laboran en el departamento de recepción?

Tabla N° 2. Personal en recepción

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	0	0%
2	0	0%
3	12	100%
Más	0	0%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 1. Personal en recepción



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Según los encuestados, el 100% mencionó que en el departamento de recepción laboran 3 personas.

Interpretación

En cada uno de los departamentos de recepción de los hoteles en Babahoyo laboran tres personas.

¿Cuántos turnos tiene la recepción?

Tabla N° 3. Turnos de la recepción

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turno de la mañana	4	34%
Turno de la tarde	4	33%
Turno de la noche	4	33%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 2. Turnos de la recepción



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas, el 34% corresponden al turno de la mañana, el 33% al turno de la tarde y el otro 33% al turno de la noche.

Interpretación

En los Departamentos de recepción de los hoteles de Babahoyo se realizan 3 turnos tales como el turno de la mañana, el turno de la tarde y el turno de la noche.

¿Disponen de alguna guía de mejoras en atención al cliente para el departamento de recepción?

Tabla N° 4. Dispone de una guía

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	12	100%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 3. Dispone de una guía



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

El 100% de recepcionistas encuestados, mencionaron que no dispone de una guía de mejoras para el departamento de recepción

Interpretación

Los recepcionistas respondieron que el establecimiento hotelero no dispone de una guía de atención al cliente para el área recepción.

¿Le gustaría que el hotel cuente con una guía de mejoras para la atención al cliente?

Tabla N° 5. Guía de mejoras para el hotel

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	83%
No	2	17%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 4. Guía de mejoras para el hotel



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

El 83% de recepcionistas mencionaron que si esperan contar con una guía de mejoras en cuanto a la atención al cliente y el 17% menciono que no.

Interpretación

La mayoría de recepcionistas esperan contar con una guía, y un pequeño porcentaje menciono que no necesitan ya que poseen los conocimientos necesarios en atención al cliente.

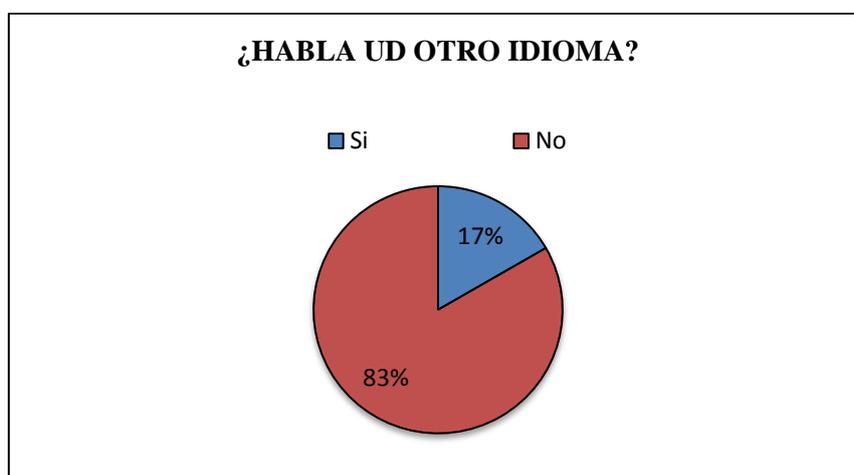
¿Habla otro idioma?

Tabla N° 6. Idiomas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	17%
No	10	83%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 5. Idiomas



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del 100% de recepcionistas encuestados el 17% menciona que domina otro idioma que es el inglés y el 83% restante no habla otro idioma.

Interpretación

Dos recepcionistas destacan que dominan otro idioma como lo es el inglés, y la mayoría de recepcionistas no dominan otro idioma.

Encuestas dirigida a los huéspedes de los hoteles en Babahoyo

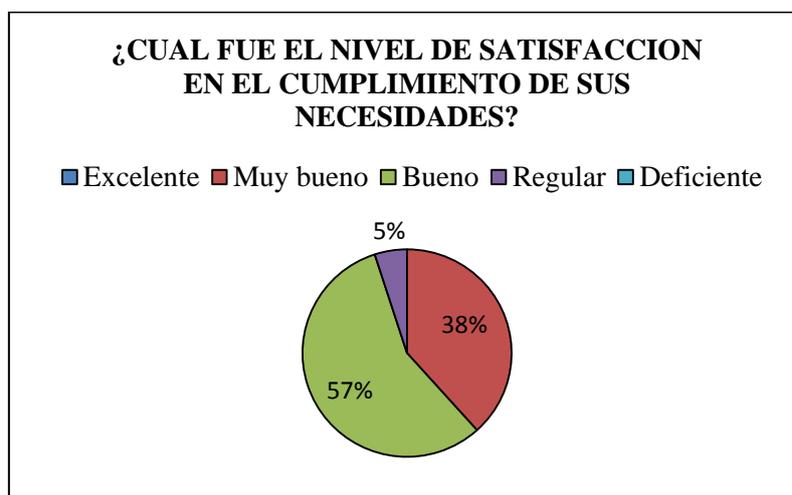
¿Cuál fue el nivel de satisfacción en el cumplimiento de sus necesidades?

Tabla N° 7. Nivel de satisfacción

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy bueno	23	38%
Bueno	34	57%
Regular	3	5%
Deficiente	0	0%
Total	60	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 6. Nivel de satisfacción



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Según los encuestados manifiestan con el 38% que su nivel de satisfacción fue muy bueno, el 57% bueno y el 5% regular.

Interpretación

Los turistas con un porcentaje mayor, consideran que el cumplimiento de sus necesidades fue bueno, y los demás mencionaron que su satisfacción fue muy buena y regular, lo que nos conduce a saber que es necesario mejorar para llegar a la excelencia.

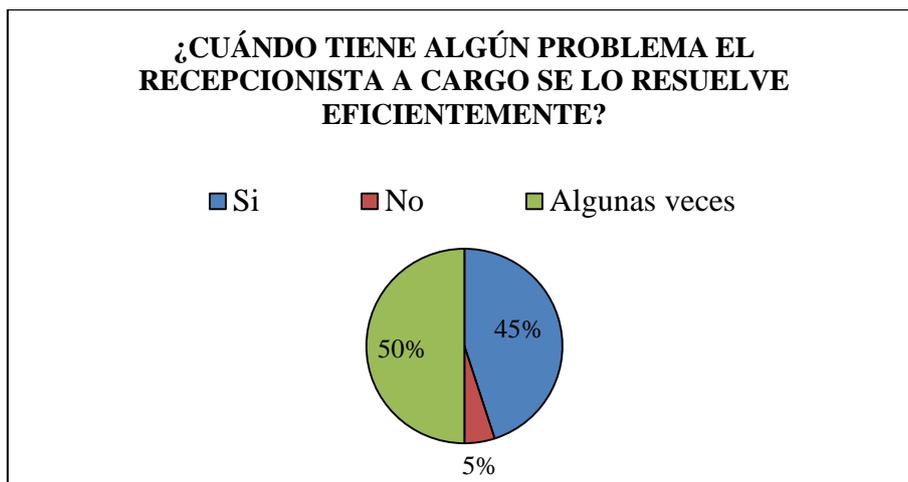
¿Cuándo tiene algún problema el recepcionista a cargo se lo resuelve eficientemente?

Tabla N° 8. El recepcionista a cargo resuelve eficientemente un problema

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	27	45%
No	3	5%
Algunas veces	30	50%
Total	60	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 7 . El recepcionista a cargo resuelve eficientemente un problema



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del total de huéspedes encuestados, el 50% menciono que los recepcionistas si solucionan eficientemente cualquier problema, el otro 45% dijo que efectivamente si y un 5% no.

Interpretación

Se interpreta que el mayor porcentaje de huéspedes, mencionaron que los recepcionistas algunas veces resuelven sus problemas eficientemente y otra parte respondieron que si resuelven sus problemas el personal que labora en recepción

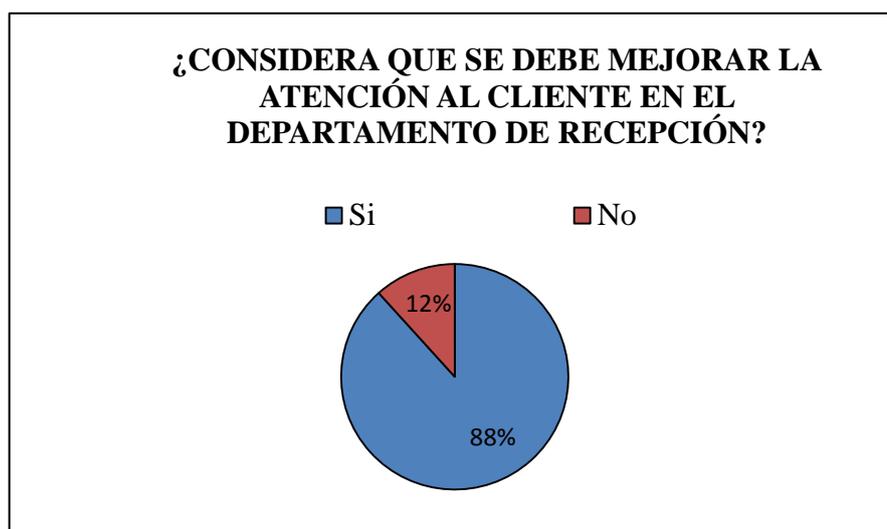
¿Considera que se debe mejorar la atención al cliente en el departamento de recepción?

Tabla N° 9. Atención al cliente

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	53	88%
No	7	12%
Total	60	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 8. Atención al cliente



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Según los encuestados, el 88% considero que si se debe mejorar la atención que brinda la recepción y el 12% señalo que no.

Interpretación

Los huéspedes consideran que se debe mejorar la atención que reciben por parte de los recepcionistas en los establecimientos hoteleros.

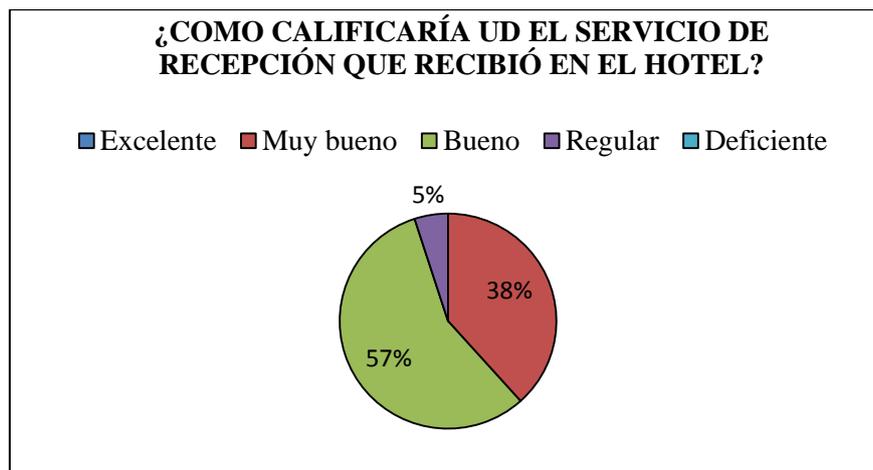
¿Cómo calificaría el servicio de recepción que recibió en el hotel?

Tabla N° 10. El servicio de recepción del hotel

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy bueno	27	38%
Bueno	30	57%
Regular	3	5%
Deficiente	0	0%
Total	60	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 9. El servicio de recepción del hotel



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

El 38% de encuestados menciono, que el servicio que recibió en recepción fue muy bueno, el 57% bueno y un 5% regular.

Interpretación

Los huéspedes calificaron en su mayoría que el servicio que recibió por parte de las personas q laboran en recepción fue bueno, y que podría mejorar.

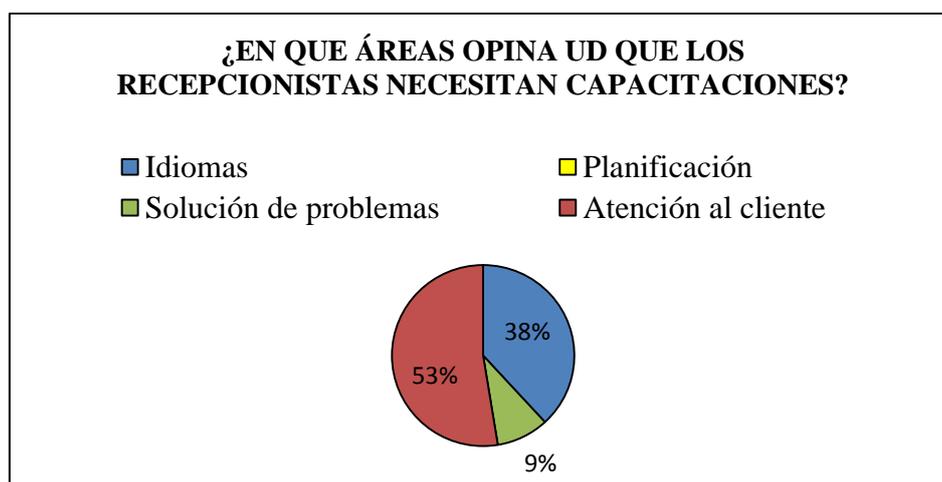
¿En qué áreas opina que los recepcionistas necesitan capacitaciones?

Tabla N° 11. Áreas de capacitación a los recepcionistas

Elaborado por: Cristina Macías

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Idiomas	37	38%
Planificación	0	0%
Solución de problemas	9	9%
Atención al cliente	51	53%
Total	60	100%

Gráfico N° 10. Áreas de capacitación a los recepcionistas



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del 100% de clientes encuestados acerca de las áreas donde los recepcionistas necesitan capacitaciones, mencionaron el 38% en idiomas, el 9% en solución de problemas y el 53% en atención al cliente.

Interpretación

Los huéspedes mencionaron que los recepcionistas deben estar en constante capacitación en el dominio de un idioma aparte del nativo y en atención al cliente.

¿Los recepcionistas poseen una apariencia profesional y cuidada?

Tabla N° 12. Apariencia profesional

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	60	100%
No	0	0%
Total	60	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 11. Apariencia profesional



Elaborado por: Cristina Macías

ANÁLISIS

El 100% de huéspedes mencionaron que los recepcionistas si poseen una apariencia profesional y cuidada.

INTERPRETACIÓN

Los clientes identificaron que los recepcionistas si poseen una imagen profesional y cuidada al momento de prestar los servicios de recepción.

3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1. General.

Mediante las encuestas aplicadas al personal que labora en el departamento de recepción y a los turistas que se hospedan en los hoteles de Babahoyo, se determinó que la atención al cliente debe mejorar para aumentar el nivel de satisfacción de los servicios ofrecidos.

3.2.2. Específicas.

- Se identificaron los principales servicios de recepción como: reservaciones, solución de problemas, aparcamiento, servicio y amabilidad en el trato, limpieza, comodidad, siendo estas las principales
- El papel del recepcionista radica en la capacidad y predisposición de resolver problemas.
- Los recepcionistas presentan ciertas deficiencias en cuanto a su formación profesional especialmente en atención al cliente y en capacitaciones para mejorar su desempeño.
- La propuesta determinada fue elaborar una guía de mejoras para la atención del turista en el departamento de recepción.

3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1. GENERAL

Se recomienda contratar personal formado en el área de hotelería y turismo para el departamento de recepción de los hoteles de la ciudad de Babahoyo.

3.3.2. Específicas.

- Se sugiere a los propietarios hoteleros innovar en cuanto a los servicios que ofrecen en recepción, enfocados en las necesidades y expectativas que poseen los turistas antes de visitar dicho establecimiento.
- Utilizar la siguiente guía como una herramienta estándar para los departamentos de recepción de los hoteles de Babahoyo.
- Mejorar la atención que brinda el personal de recepción al turista.

CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN

4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. ALTERNATIVA OBTENIDA

El presente trabajo se desarrolló en los hoteles de Babahoyo, mediante las encuestas realizadas al departamento de recepción y a los huéspedes, se determinó implementar una guía de mejoras para el departamento de recepción, facilitando los procesos internos y a su vez brindando una excelente atención al cliente, innovando en los servicios que te ofrece la recepción, logrando cumplir con las exigencias y necesidades de los huéspedes y aumentando su nivel de satisfacción.

La propuesta es contar con una guía de mejoras destinada al departamento de recepción de los hoteles de la ciudad de Babahoyo, que permita a los recepcionistas trabajar de una manera eficiente. Esta guía cuenta con una estructura significativa, que dirija la aplicación efectiva en el momento de la prestación de cada uno de los servicios en recepción, mejorando la calidad de atención y satisfacción al cliente.

4.1.2. ALCANCE DE LA ALTERNATIVA

Se pretende trabajar en conjunto con los propietarios hoteleros y las personas que laboran en el departamento de recepción, enfocándose en los beneficios que traerá el uso de esta guía, incrementando las visitas a los establecimientos hoteleros y mejorando la atención que brindan los departamentos de recepción y que esta guía sirva de base para replicas en otros hoteles de la provincia de Los Ríos.

4.1.3. ASPECTOS BÁSICOS DE LA ALTERNATIVA

4.1.3.1. ANTECEDENTES

En la actualidad los establecimientos hoteleros se enfrentan a un entorno continuamente cambiante y altamente competitivo. La recepción desencadena un conjunto de contactos e intereses del y hacia el huésped que llega al hotel en busca de descanso, comodidad y atención personalizada a sus demandas.

La industria hotelera en la ciudad de Babahoyo está atravesando cambios en la atención al turista que implica compromisos de perfeccionamiento profesional y mejoramiento en las funciones e instalaciones hoteleras

Los departamentos de recepción cuentan con normas establecidas a nivel nacional, emitidas por el Ministerio de Turismo y apoyadas en el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), que emite Normas Técnicas como: recepcionista polivalente código NTE INEN 2 4462:2007, aclarando, en la mayoría de estas normas técnicas se contemplan niveles altos de competitividad reflejados en ciudades de mayor rango económico de desarrollo productivo a diferencia de la ciudad de Babahoyo.

Los hoteles no cuentan con una metodología para medir el nivel de satisfacción de los huéspedes, se considera en el ámbito innovador, implementar un libro de sugerencias y quejas que posibilite conocer cómo fue su estadía en el hotel.

4.1.3.2. JUSTIFICACIÓN

Los servicios que se proporcionan al cliente, en algunos hoteles, se tornan en una experiencia con falsas expectativas que recaen en la limitada aplicación de guías de mejoras en atención al cliente y la desorientación en las funciones del departamento de recepción, surgidas por la escasa formación hotelera del personal, el desconocimiento de normas hoteleras y la desactualización en las tendencias hoteleras.

El grupo de profesionales que trabajan en el departamento de recepción son orientados hacia el desarrollo de actividades que mejoran y aumentan la satisfacción del turista, mediante capacitaciones sobre el buen uso de la guía de mejoras, posibilitando la integración de funciones de los empleados y el cumplimiento con eficiencia de las normas hoteleras.

Los beneficiarios serán los clientes, viajeros y turistas por las nuevas condiciones de atención, los propietarios en el incremento económico mediante innovaciones de servicios, los empleados de la recepción por las exigencias planteadas como la presencia física, profesional e intelectual, y la sociedad babahoyense por el incremento de visitantes y las mejoras en productos turísticos complementarios.

La iniciativa de crear una guía de mejoras en atención al cliente, es una propuesta de gran impacto social, puesto que contribuirá al desarrollo turístico y a la promoción de un servicio, preocupados en cumplir con las expectativas del huésped, esto ayudara al mejoramiento del establecimiento hotelero, pues se espera que con la afluencia de turistas mejore la situación económica de este elemento de desarrollo.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. GENERAL

Contar con un instrumento formal de trabajo que permita orientar hacia un nivel óptimo en el desarrollo de sus actividades, mejorando la atención al cliente y aumentando el nivel de satisfacción de los turistas que se hospedan en los hoteles de Babahoyo.

4.2.2. ESPECÍFICOS

- Recopilación de información para el diseño de la guía.
- Socializar el diseño de la guía con el personal de recepción para motivar al turista en su pronto retorno.
- Integrar las funciones del departamento de recepción para que los empleados proporcionen servicios de calidad.
- Indicar a los recepcionistas las normas hoteleras para mejorar la atención del turista.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.

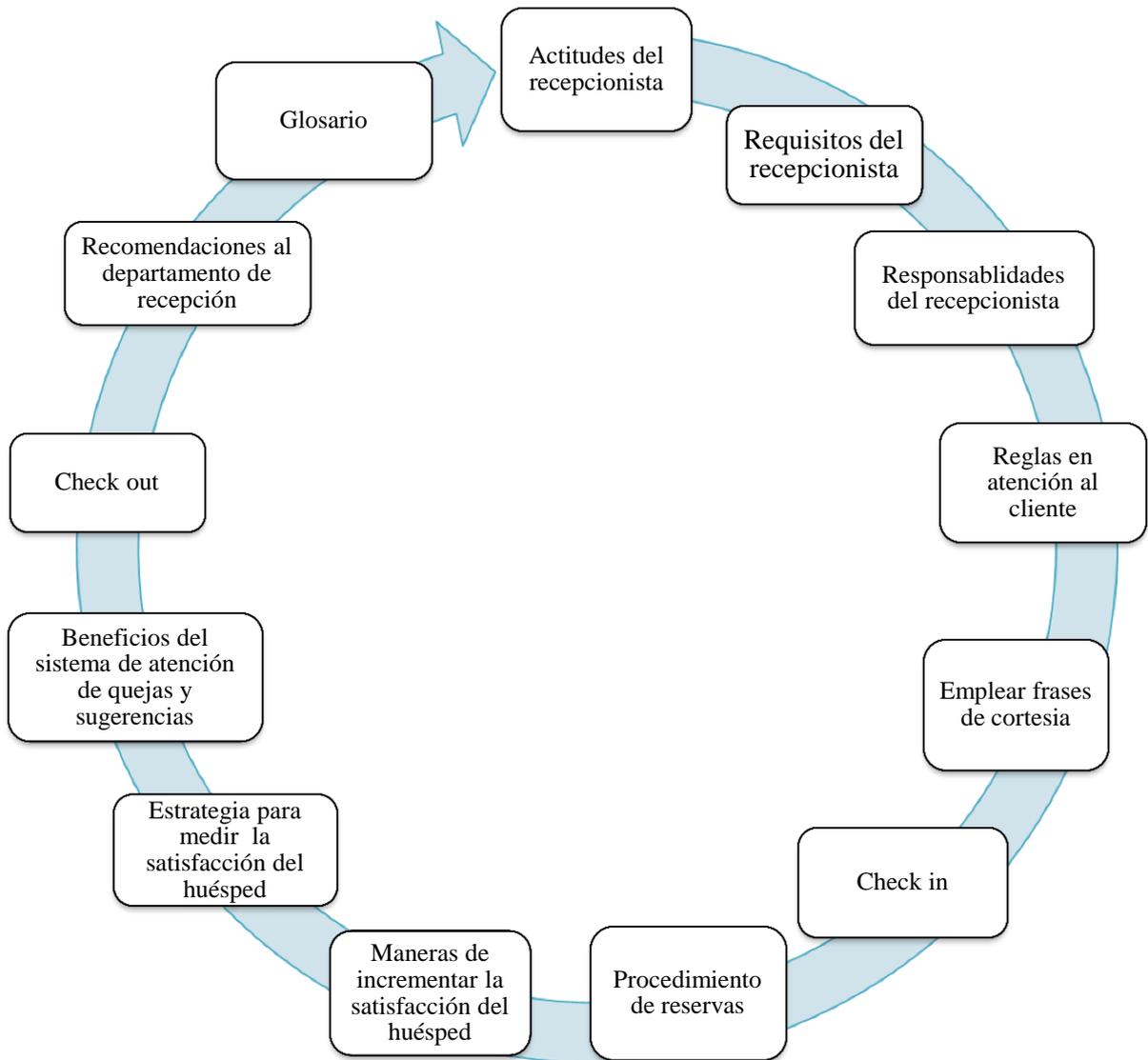


Figura N° 1. Estructura General de la propuesta

Elaborado por: Cristina Macías

4.3.1. TÍTULO

Guía de mejora en atención al cliente para los departamento de recepción en los hoteles en el cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos

4.3.2. COMPONENTES.

A continuación, se presentara una guía de mejoras en la atención al cliente en donde se describen normas y pasos a seguir que el recepcionista debe ejecutar para mantener un nivel alto de satisfacción en los huéspedes, es importante mencionar que se expondrá la manera de actuar de las personas que laboran en el departamento de recepción para distintos tipos de situaciones que se les presente.

La siguiente guía es una recopilación de buenos tratos y sobre todo la manera correcta de llevar a cabo varias de las actividades que se realizan dentro de la recepción, por lo que su contenido es de gran importancia para el avance y crecimiento de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Babahoyo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO



GUÍA

**DE MEJORAS EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA
EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DE LOS
HOTELES DEL CATÓN BABAHOYO, PROVINCIA
DE LOS RÍOS**

INTRODUCCIÓN

El área de recepción es de suma importancia dentro de un establecimiento hotelero, pues es aquí donde se tendrá el primer contacto directo entre huéspedes, y empleados del establecimiento. Por este motivo se convierte en la primera imagen del hotel, la cual se debe mantener de manera favorable al atender todas las necesidades y requerimientos que presenten los turistas de manera eficaz. Todos los procesos que se realizan dentro de recepción son primordiales, y de estos depende hacer de la estadía del huésped algo placentero y esperar su pronto regreso.

OBJETIVO DE LA GUÍA

Establecer normas y procedimientos para orientar la buena atención al turista generando resultados de eficiencia en el departamento de recepción y conseguir la satisfacción total del cliente con el cumplimiento de sus necesidades y expectativas.

POLÍTICAS A IMPLEMENTAR EN LOS DEPARTAMENTOS DE RECEPCIÓN DE LOS HOTELES

- Ser cordial y respetuoso con los turistas.
- Brindar un servicio de calidad y excelencia a los huéspedes.
- Mantener una comunicación eficaz con los clientes internos y externos.
- Informar detalladamente a los clientes sobre tarifas y beneficios que ofrece el hotel.
- Ofrecer soluciones inmediatas a cualquier problema o inquietudes.
- Impulsar las actividades de innovación y desarrollo para satisfacer o, incluso, superar las expectativas de los clientes.
- Atender todas las necesidades de los huéspedes, en la mayor brevedad posible.
- Dar facilidades a los huéspedes a la hora de solicitar los servicios y reservaciones mediante llamadas telefónicas y el uso de los medios digitales.

DESARROLLO

Para lograr una correcta gestión de los recursos humanos en el departamento de recepción de los establecimientos hoteleros, primero deberás identificar los talentos o habilidades del personal que lo conforman. Es importante que ellos entrenen estas habilidades con capacitaciones constantes. Dado que el recepcionista es el primer contacto directo con el huésped y es necesario que tenga una actitud adecuada y un perfil correcto para que pueda cumplir con efectividad todas sus tareas.

A continuación se detallan las actitudes que deben poseer los recepcionistas.

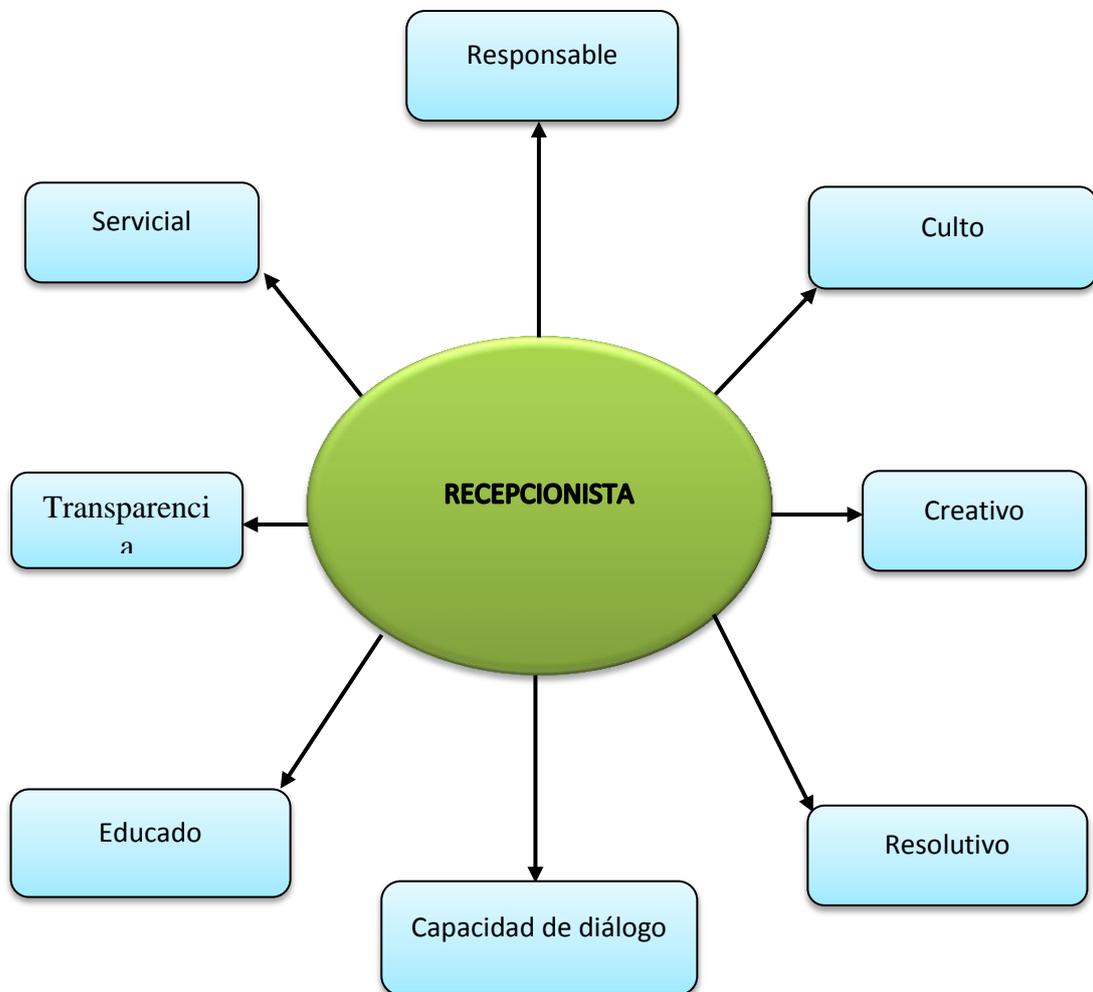


Figura N° 2. Actitudes del recepcionista

Elaborado por: Cristina Macías

Servicial.- El tiempo que permanezca un recepcionista en su área de trabajo, debe mantenerse con una excelente actitud, sonriendo y saludando a todos.

Respetuoso.- El área de recepción es contacto directo con el cliente a diario, en toda ocasión y hora. Por ningún motivo, un recepcionista puede ir a faltar el respeto a un huésped, el personal de recepción debe mantenerse siempre en una postura correcta sin salirse de los estribos.

Culto.- El personal de recepción debe ser culto. El interés por el crecimiento personal, financiero, espiritual, emocional y mental debe ser preferencia para éste. La recepción es la cara del hotel, y se necesita de personas que cada día quieran ser mejores.

Educado.- El recepcionista debe ser educado, sus modales y buenas prácticas siempre están con él o ella. No debe en frente de los huéspedes utilizar un lenguaje vulgar u obsceno, al contrario, debe manejar un vocablo respetuoso, formal y dirigirse siempre con respeto a las personas.

Capacidad De Diálogo.- La persona debe de tener la aptitud de hacerse entender y tener prácticas y tácticas para dirigirse a las personas. No es hablar por hablar, si no dialogar siempre con todo el respeto, escuchar y transmitir la información asertivamente

Resolutivo.- Es dar respuesta rápida a las inquietudes o inconvenientes de los huéspedes, dar soluciones y alternativas, actuar y buscar respuestas, ser efectivo y diligente. Si una persona te pide el favor de que le sequen el piso del baño de su habitación y en ese momento no hay personal de limpieza, es tu deber buscar una solución.

Creativo.- Dentro de las aptitudes del recepcionista, una de ellas es la creatividad. Aportar ideas y ayudar a innovar en la organización y la planeación de los objetivos de la empresa con los conocimientos adquiridos.

Transparencia.- En el mundo de la hotelería, el personal debe ser transparente y honesto. En recepción, esta cualidad es imprescindible, donde se manejan algunos de los asuntos más importantes del establecimiento hotelero.

REQUISITOS INTELECTUALES DEL RECEPCIONISTA



Figura N° 3. Requisitos Intelectuales

Elaborado por: Cristina Macías

RESPONSABILIDADES

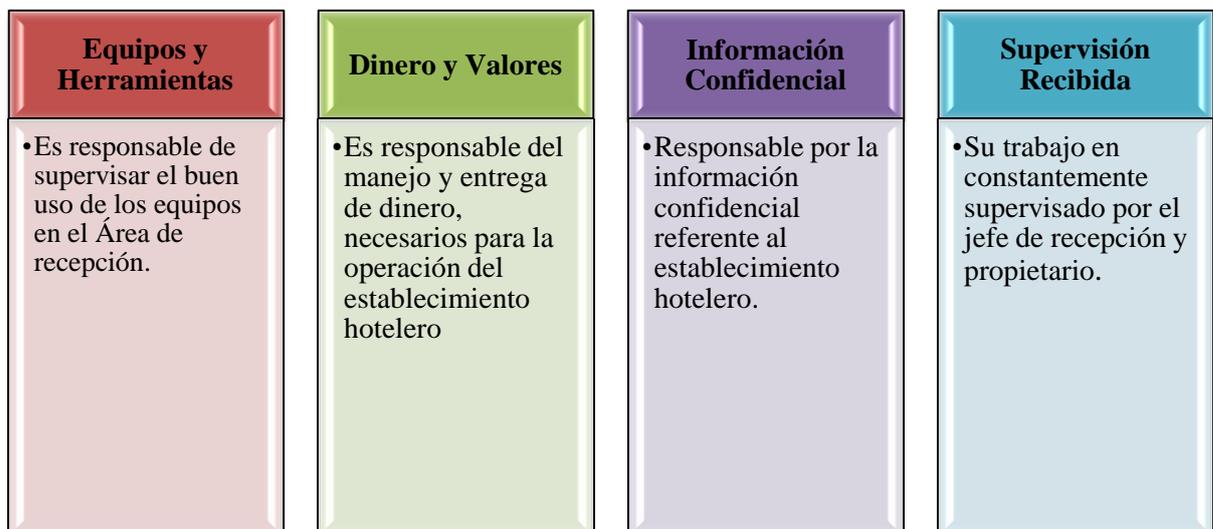


Figura N° 4. Responsabilidades del recepcionista

Elaborado por: Cristina Macías

REGLAS EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

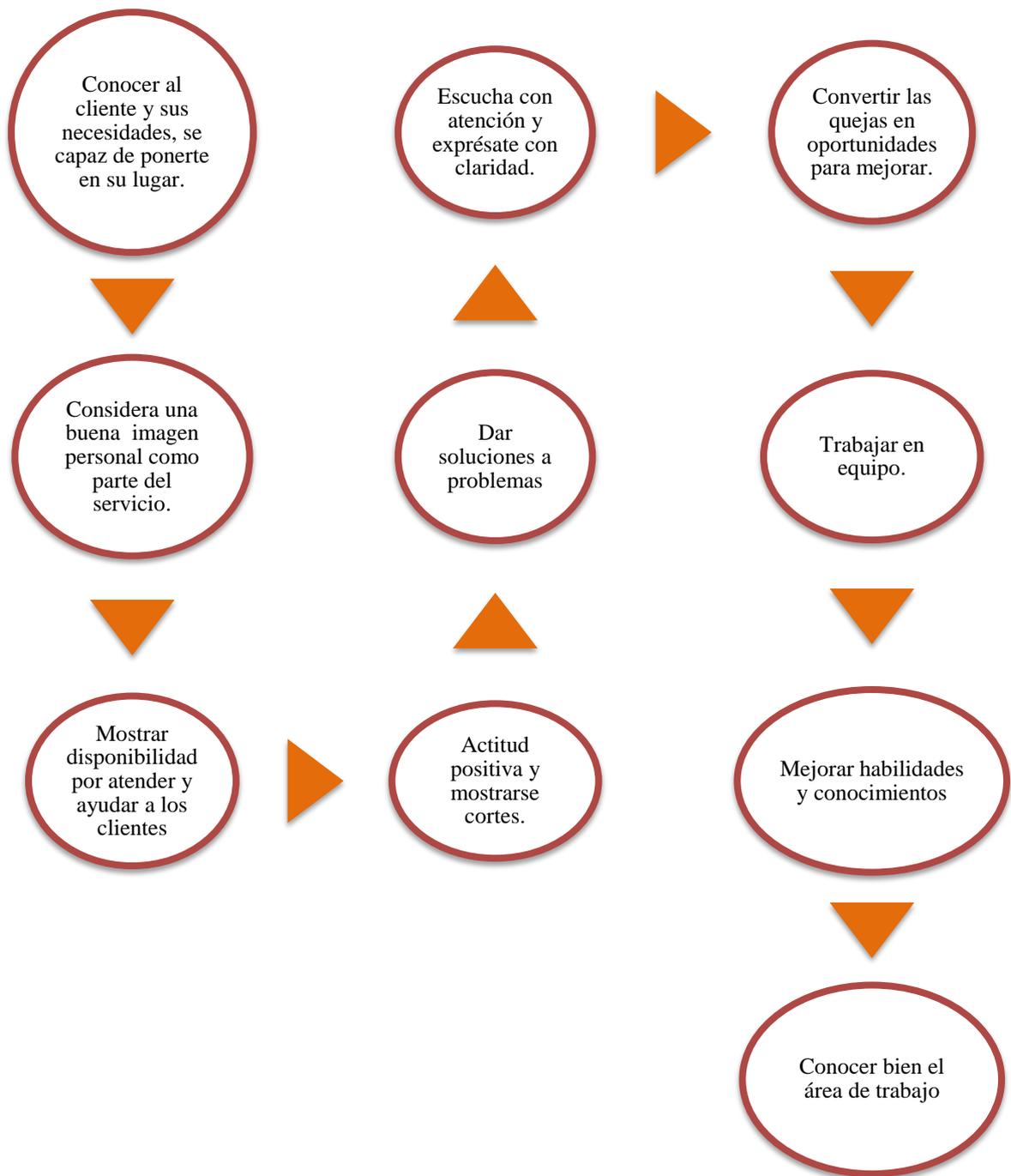


Figura N° 5. Reglas en atención al cliente

Elaborado por: Cristina Macías

EMPLEA FRASES DE CORTESÍA

Ten siempre un trato amable y hospitalario con los clientes, esto refleja:

- La predisposición en atender de manera inmediata al cliente.
- Usar el tono de voz adecuado, relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisa ni ansiedad.
- Capacidad para escuchar, trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión en cuanto a sus necesidades.
- Capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
- La capacidad de controlar la agresividad.
- Capacidad de sonreír al cliente en todo momento que sea necesario.
- Dominio del idioma del cliente.

PROCEDIMIENTO DE RESERVAS

Es aquel por medio del cual, un huésped solicita que se les asegure una habitación para determinada fecha y hora, el huésped cuando llega ya tiene su habitación asignada.

En el proceso de reserva se tiene en cuenta las condiciones y necesidades, expresada por el huésped, este proceso es muy completo porque se tiene los datos del huésped, el tipo de habitación, la hora de llegada, la permanencia entre otras que hacen parte del funcionamiento del hotel.

Funciones:

Dentro de sus responsabilidades se encuentra el evitar que se venda dos veces la misma habitación en la misma fecha, o que se quede sin vender una cuando existen clientes interesados en ocuparlas.

Es responsable de aplicar las políticas del hotel referentes a su área, y de elaborar los reportes e información que se deben proporcionar a otros departamentos.

Debe llevar el control de los depósitos a cuenta, reembolsos, comisiones, etc. Así como mantener en orden el área en la que realiza sus funciones.

Errores más frecuentes en el momento de una reservación:



Figura N° 6. Errores al momento de una reservación

Elaborado por: Cristina Macías

PASOS PARA EL REGISTRO DEL TURISTA EN EL HOTEL.

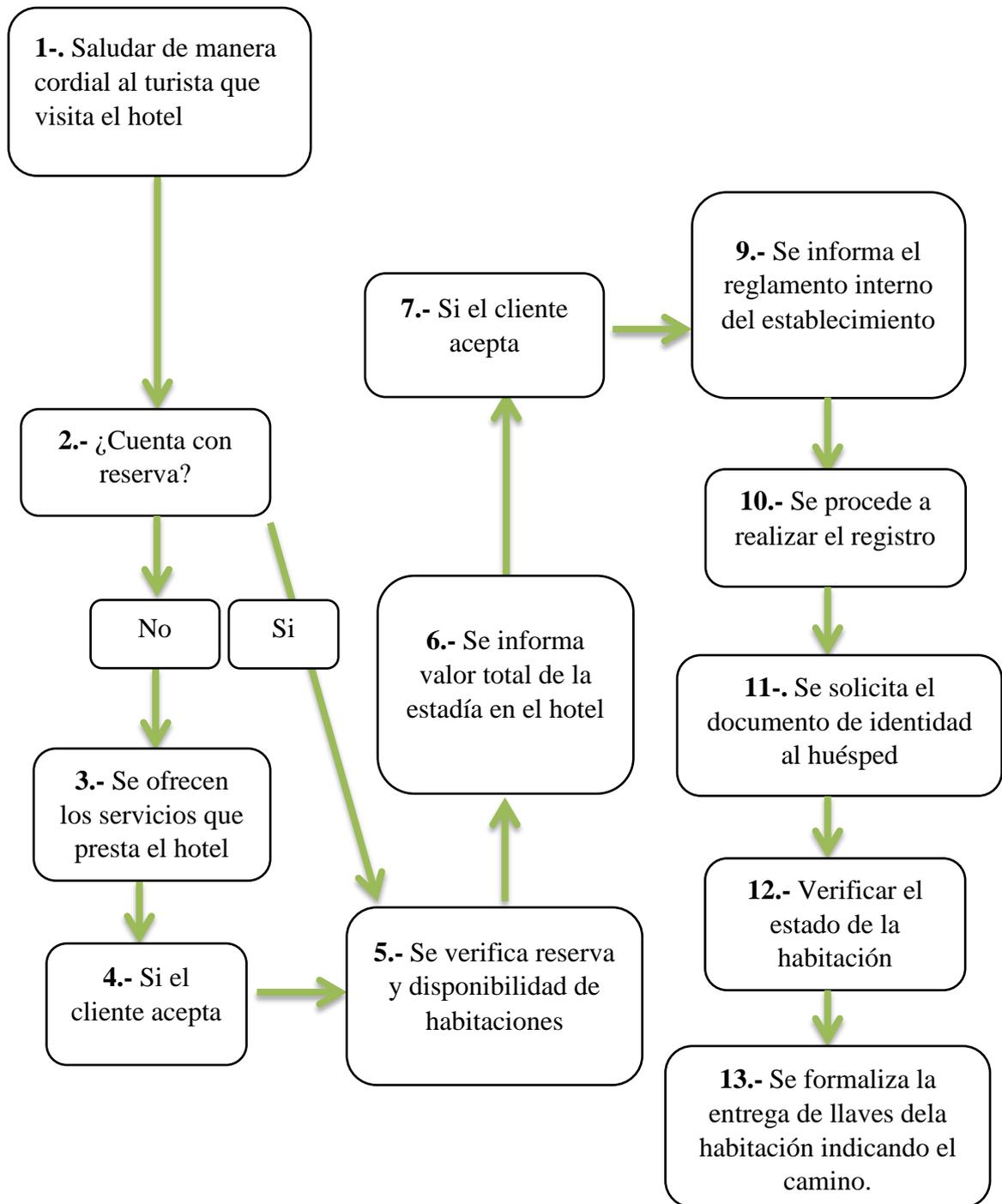


Figura N° 7. Registro del Huésped

Elaborado por: Cristina Macías

PASOS PARA MEJORAR EL PROCESO DE RESERVAS

El software para hoteles es importante muchos cuentan con aplicaciones para lograr una atención personalizada y la fidelización de tus clientes. Por ejemplo, algunos programas cuentan bases de datos de clientes donde se pueden incluir mucha información sobre cada uno de ellos, sus preferencias personales, etc. Así, es posible ofrecerles promociones adaptadas a sus gustos. Algunos software para hoteles permiten realizar comentarios en tiempo real, en el momento que el cliente realiza una reserva online, aplicación que se puede utilizar para brindar información sobre ofertas, descuentos o promociones, o simplemente para aportar algunos consejos que pueden serles útiles en su estadía; simplemente se trata de un gesto de amabilidad que el cliente apreciará mucho.

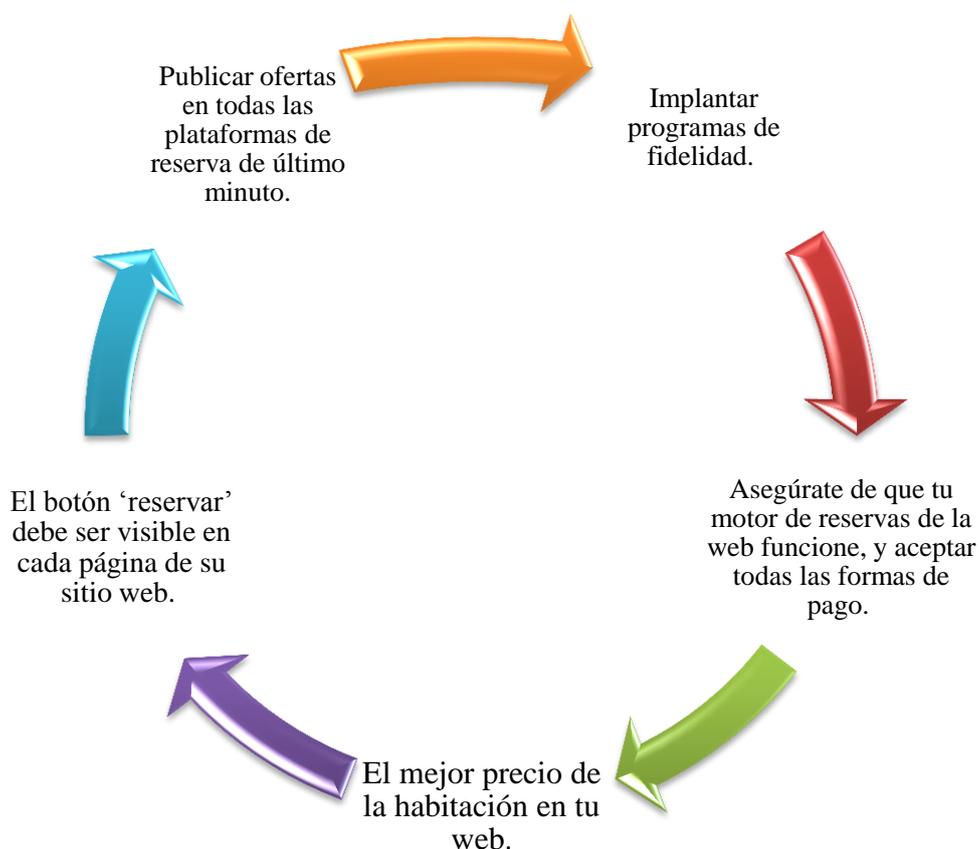


Figura N° 8. Pasos para mejorar el proceso de reservas

Elaborado por: Cristina Macías

CONSEJOS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Las empresas en crecimiento, incluyendo los hoteles pequeños y medianos, pueden marcar una diferencia importante frente a sus competidores, sin logran brindar una atención de excelencia. Hay muchos aspectos a considerar, que influyen en la calidad de atención al cliente, el personal que atiende el departamento de recepción es muy importante, pero también es fundamental contar con herramientas que faciliten el servicio y la captación de nuevos clientes.

Aquí van algunos consejos importantes para lograr mejorías la atención cliente, lo cual repercutirá positivamente en la reputación de tu establecimiento hotelero y en la fidelidad del huésped.

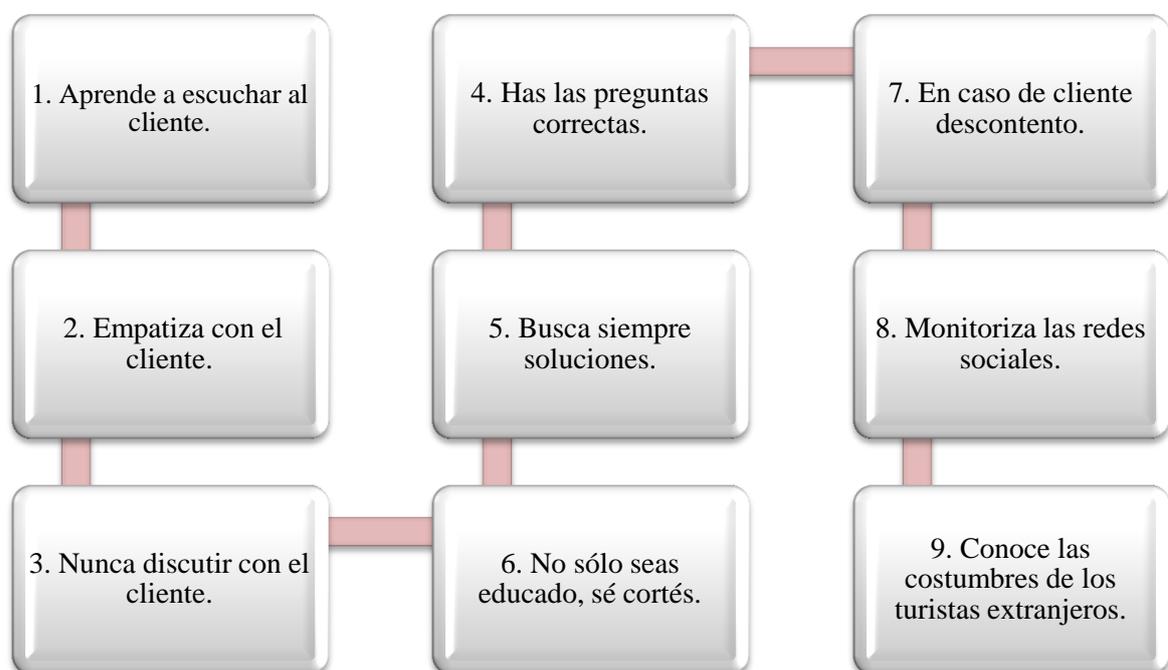


Figura N° 9. Consejos para mejorar la atención al cliente

Elaborado por: Cristina Macías

1. Es fundamental ya que no es conveniente que le des el mismo volumen de información a un cliente que viene cansado y malhumorado, que a uno que quiere contrastar opiniones y diferentes puntos.
2. Gestionar las quejas no siempre es fácil, pero hay una norma básica que siempre se debe cumplir: aunque el cliente no tenga la razón, no hay que llevarle la contraria. Se le argumenta que ha habido un problema de comunicación, un mal entendido o una incidencia en el servicio. Siempre debes disculparte y asegurar al cliente que se tomarán las medidas oportunas para solucionar el problema. Además, se debe tomar registro por escrito de la queja, y siempre a la vista del huésped, sin interrumpirle en ningún momento mientras habla.
3. Pide disculpas si es necesario y aprovecha para conocer los puntos débiles de la recepción. Intenta compensarle dándole otros servicios innovadores, puesto que reconocer el error y rectificar es una de las sensaciones más gratificantes que se quedan en el cliente.
4. Debes preguntar a tus huéspedes qué puede hacer tu hotel para ayudarles a disfrutar mejor de su estadía. Ésta es una forma sencilla de obtener valiosa información.
5. Lo último que quiere oír el huésped es “no”. Si una determinada petición del cliente no puede satisfacerse por cualquier razón, el hotel debe buscar una solución que se ajuste a sus necesidades. La creatividad y rapidez a la hora de encontrar soluciones a los problemas son cualidades imprescindibles en las personas que laboran en recepción y en los demás departamentos del establecimiento.
6. La educación se da por descontada, no sólo en un recepcionista, sino en cualquier persona que trabaja de cara al público. El personal de hotel debe ir un paso más allá y tratar al huésped con cortesía. Por ejemplo, sonreír cuando el cliente se acerca para hacer check-in y preguntarle por su viaje, o recordarle que el personal del

hotel está a su disposición antes de que se dirija a su habitación. Y si el cliente responde a la cortesía con mala educación, respirar hondo, seguir sonriendo y mantener la paciencia.

7. Estar atento a lo que se habla del hotel en redes sociales, es necesario para despejar las dudas de los clientes potenciales y solucionar los problemas que puedan haber generado críticas de los anteriores huéspedes.
8. Si tu hotel es un destino habitual de viajeros de un país determinado, es absolutamente imprescindible que el personal sepa cómo tratar con ellos y cuáles son sus costumbres. Por ejemplo, nunca debe alojarse a un huésped chino en una habitación cuyo número contenga el 4, ya que su pronunciación en mandarín se asemeja a la de la palabra “muerte”. Un turista japonés siempre debe encontrar unas zapatillas a la entrada de la habitación, pues consideran poco higiénico pisar el suelo con calzado de calle. Siempre es importante que el personal sea gente de mundo que haya estado en contacto con culturas diferentes.

El sector hotelero es cada vez más competitivo y ya no basta con aumentar las prestaciones del establecimiento para fidelizar al cliente. Si quieres ganarte su corazón, debes hacerlo a través de las personas que van a tratar con él.

MANERAS DE INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DEL HUÉSPED

Un establecimiento hotelero que ofrece el máximo nivel y mejor satisface al cliente se posiciona por encima de su competencia adueñándose de gran parte del mercado. Si las instalaciones no están correctamente conservadas, la atención al cliente es incorrecta, y las animaciones brillan por su ausencia, ese cliente quedará insatisfecho, no habrá cumplido sus expectativas y por lo tanto lo más probable es que ni vuelva al hotel.

- Conocer las demandas y expectativas de los clientes.
- Medir grado de satisfacción.
- Identificar las tendencias.
- Establecer comparaciones con la competencia.

El objetivo de llevar a cabo estas estrategias es mejorar el rendimiento del establecimiento hotelero, involucrando además del departamento de recepción a toda la organización con el fin de conocer al cliente y desarrollar el mejor servicio adaptándolo a sus necesidades.

Ofrecer servicios de valor añadido

Incluir servicios de valor añadido, entre los servicios extra más populares que suelen ofrecer los hoteles, se encuentran el acceso gratuito al wi-fi, el parking gratis y el desayuno incluido.

Implementar una página web diseñada para vender

La página web es el canal de venta que los hoteles más deben potenciar para incrementar sus reservas directas. Pero a menudo la dejan de lado u ofrecen una experiencia de usuario tan negativa que en la práctica las reservas realizadas son deficientes.

La calidad debe ser total

No consiste en satisfacer al primer cliente perfectamente y fallar con el resto, sino que los estándares de calidad deben mantenerse con todos los clientes. Es más, debe tratarse de mejorar e ir ofreciendo un mejor servicio a cada cliente nuevo.

Manejar las expectativas de los huéspedes

La gestión del establecimiento hotelero debe ser consciente de la calidad ofrecida y no crear unas expectativas por encima de lo que puede ofrecer, ya que esa venta puede acabar siendo perjudicial. Si el cliente queda insatisfecho, probablemente lo reflejará en algún medio dañando la reputación del hotel.

Cuando se plantea la oferta hotelera, debes ofrecer descripciones completas y claras que reflejen el servicio ofrecido, complementar con fotografías y opiniones de otros clientes.

Atender rápidamente las quejas

Las quejas de los clientes deben ser atendidas mostrando interés y preocupación por su resolución, y el cliente debe ver cómo se está realizando todo lo posible por resolver su problema. Además de solucionar el problema surgido, se puede recurrir a compensar al cliente con algún tipo de bonus (descuentos) que permita aumentar su satisfacción por encima de sus expectativas.

ESTRATEGIA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL HUÉSPED

No siempre es buena señal que los clientes no presenten su incomodidad o desacuerdo con el servicio que brinda el establecimiento hotelero, es por ello que el área de recepción debe hacer uso de un libro de sugerencias y quejas que ayuden a saber el grado de satisfacción o aceptación por parte de sus clientes, con el fin de mejorar el servicio y mantener a los huéspedes satisfechos para que no sean tentados con la competencia.

Para mejorar la atención al cliente en los establecimientos hoteleros se debe analizar y valorar los siguientes componentes.



Figura N° 10. Libro de Sugerencias y Quejas

Elaborado por: Cristina Macías

A continuación se detallan los factores que dificultan medir la satisfacción del turista acerca de los servicios recibidos y que deben ser analizados para su respectiva solución.

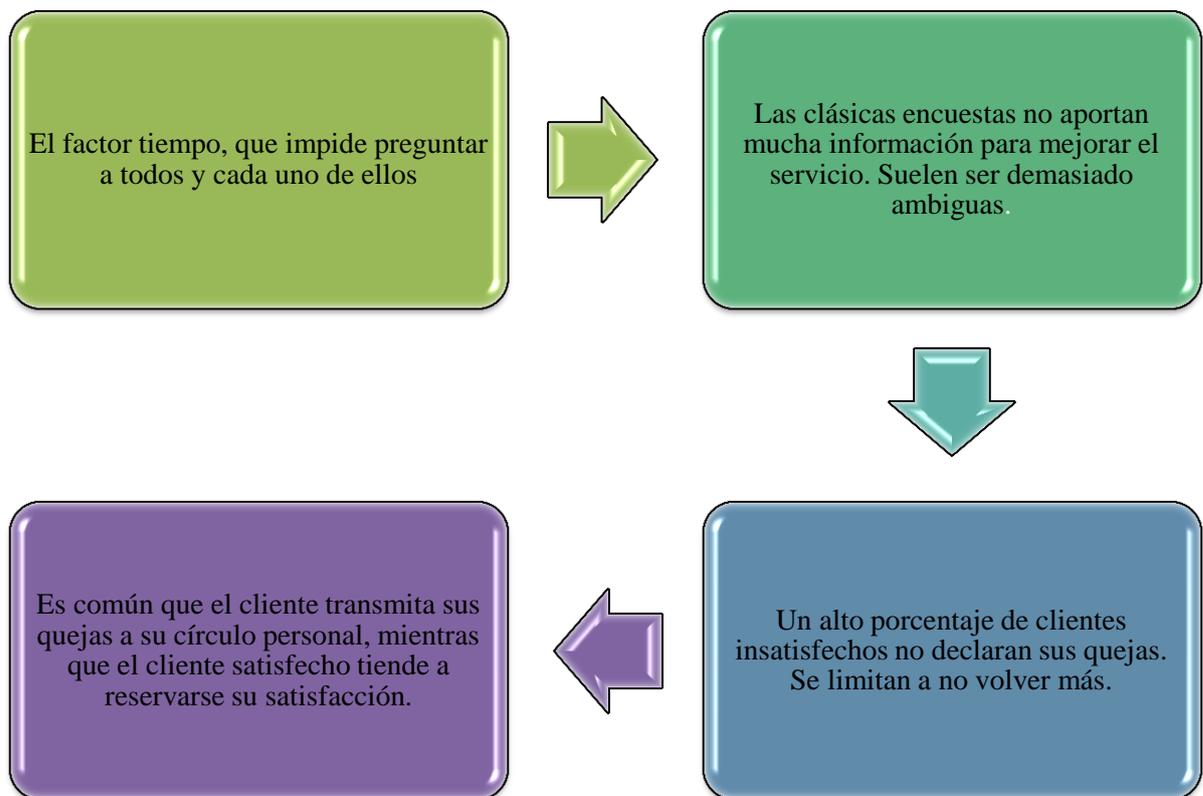


Figura N° 11. Factores que dificultan medir la satisfacción del cliente

Elaborado por: Cristina Macías

QUEJA

Es la declaración del disgusto de un cliente por el trato recibido o porque el servicio no le agrada. Se ofrece al hotel una oportunidad de rectificar y mejorar la forma de laborar, sin perder a un cliente, siempre y cuando la respuesta por parte del recepcionista sea satisfactoria.

Medios usados para hacer llegar una queja:

Es importante que el personal de recepción esté preparado para resolver una queja, y no limitándose en la mayoría de los casos a:

- Asentir y soportar al cliente, dándole la razón, aun cuando no la tiene.
- Ofrecer la hoja de reclamaciones para que exprese su queja.

Sin embargo existe una alternativa:

- Dialogar con el cliente y recompensarle por el fallo que se haya podido cometer con él, disuadiéndole de presentar una reclamación formal. Con ello el hotel
- Consigue no perder al cliente.
- Evitar que el cliente dé una publicidad negativa de la empresa.
- En cualquier caso toda queja o reclamación debe ser atendida de inmediato, evitando que el cliente se sienta desatendido o ignorado.

Es preciso que el recepcionista ofrezca una posible solución, no hay nada tan desagradable que decirle al cliente, “vuelva mañana” o “lo siento no hay quién resuelva su inconveniente

Que el cliente se sienta realmente atendido y note que tienen interés y tiempo para atender sus sugerencias y mantener un diálogo con él en busca de soluciones.

Existen tres medios básicos a través de los cuales el cliente hace llegar su queja:

Mediante cuestionario

Se trata de una relación de preguntas referentes al trato recibido y la calidad del servicio de los distintos departamentos del hotel. Estos cuestionarios se encuentran en las habitaciones y son contestadas por los clientes al final de su estancia. Se le da opción al de identificarse o permanecer en el anonimato. Suelen tratarse de cuestionarios con preguntas cerradas con tres opciones de respuesta. “bueno, normal y malo”.

Quejas emitidas personalmente en mostrador

Son las más frecuentes y las que más posibilidades de solución presentan, pues el cliente aún no ha abandonado el hotel y se tiene todavía la oportunidad de ofrecerle una solución satisfactoria en el momento de su reclamación.

BENEFICIOS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

¿Qué es el Libro de Reclamaciones?

Es un registro con el que debe contar cada hotel, donde los consumidores pueden hacer constar sus quejas y reclamos en el momento en el que ocurren los hechos.

La finalidad del libro de reclamaciones es brindarle al consumidor una herramienta eficiente para poder presentar una sugerencia o queja en la oportunidad y lugar que ocurren los hechos, lo cual a su vez otorgará al proveedor la posibilidad de solucionar el reclamo o queja de manera inmediata, sin necesidad de la intervención de la autoridad administrativa.

Entre los beneficios que se incorporan podemos encontrar los siguientes:

Las quejas de los clientes son una bendición para la empresa, pues es un grito desesperado de que algo se no se hace adecuadamente y un empujoncito para ayudarlos a mejorar.

Permiten detectar fallas en el negocio

Muchas veces, son los mismos empleados los que ocultan problemas en la calidad de los productos o el servicio. Un cliente quejoso puede resultar sumamente útil para enterarnos de lo que realmente está sucediendo en áreas clave

Ponen el foco de la empresa en el cliente

Del enojo de un consumidor, muchas veces las persona que laboran en el hotel lo olvidan y estos solo se concentran en cambio en los accionistas o los inversionistas.

Evitan una crisis de reputación

Una queja a tiempo puede ser vital para evitar que un problema menor termine escalando a otro nivel y afectando negativamente al hotel. Dicen que las malas noticias vuelan. Las redes sociales han aumentado aún más este peligro. Asegúrate de que el personal de recepción comunique a tiempo cualquier incidente y de que sea atendido de la manera más satisfactoria.

Descubren áreas de oportunidad

Los clientes que se toman el tiempo de expresar su insatisfacción o enojo son en general los que más utilizan un producto o servicio y pueden ofrecer información interesante sobre cómo mejorarlo o aumentar su alcance. Incluso pueden brindar nuevas ideas sobre ofertas complementarias. Así que no trates de sacarte de encima a estos consumidores enojados. Tómate el tiempo para atenderlos y escucharlos con atención.

Convierten a un cliente regular en un cliente leal.

Todos podemos cometer errores, hasta la empresa más grande. Esto es algo que entienden los clientes; si después de una experiencia negativa reciben el mejor trato y una solución que exceda sus expectativas, lo más probable es que se conviertan en los mejores promotores de la marca del hotel.

PROCESO DE CHECK OUT

El Check out es un procedimiento complejo, que requiere del recepcionista su máxima concentración, para realizarlo con rapidez, y al mismo tiempo, seguridad en las operaciones de cobro, el manejo y la custodia del efectivo y los documentos de cobro por crédito. El huésped solicita a la recepción que le preparen el estado de su cuenta, lo que puede hacer por vía telefónica, personalmente, o a través de otro huésped, con el propósito de marcharse del hotel. Al mismo tiempo el recepcionista prestara la debida atención a las preguntas y dudas de los cliente trabajando para que el huésped tenga todo lo que espera e incluso más (valores añadidos) de esta manera se procede a desear al huésped un feliz viaje y un pronto retorno al hotel.

Nota: Si el cliente solicita un taxi, se realiza la gestión para que el mismo quede complacido.

Tipos de Check out:

- Check out previsto.
- Check out imprevisto.
- Check out demorado.

Check out previsto

Es aquel que aparece en la lista de salidas previstas del día, dando cumplimiento de esta forma al compromiso establecido a través de la reservación hecha al hotel.

Check out imprevisto

Es aquel que no estando previsto en la lista de salidas del día, se produce a petición del cliente, o sea, el compromiso establecido con el hotel a través de la reservación se ve interrumpido por diferentes causas.

Check out demorado

Es aquel que estando en la lista de salidas previstas del día, no ocurre a la hora establecida por la administración del hotel, por lo que se prolonga más allá de esta hora. Normalmente es a petición del cliente y previa autorización del jefe de recepción, no obstante también ocurre por indisciplina del cliente que sin previa autorización acude a la recepción pasada la hora programada.

Check out time

Es la hora establecida por la administración del hotel para que una vez que culmine el tiempo pactado en la reservación, el huésped abandone la habitación. La hora que normalmente se establece, corresponde con las 12:00 PM, aunque la administración del hotel puede variarla según convenga.

Nota: Para lograr que los clientes abandonen las habitaciones a la hora establecida en el hotel para la salida prevista, el recepcionista debe entrar en contacto con el cliente durante la mañana, usando la vía telefónica, o personalmente, para amablemente recordarle el Check out time.

PROCEDIMIENTO DE LA SALIDA DE UN CLIENTE DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO (CHECK OUT)

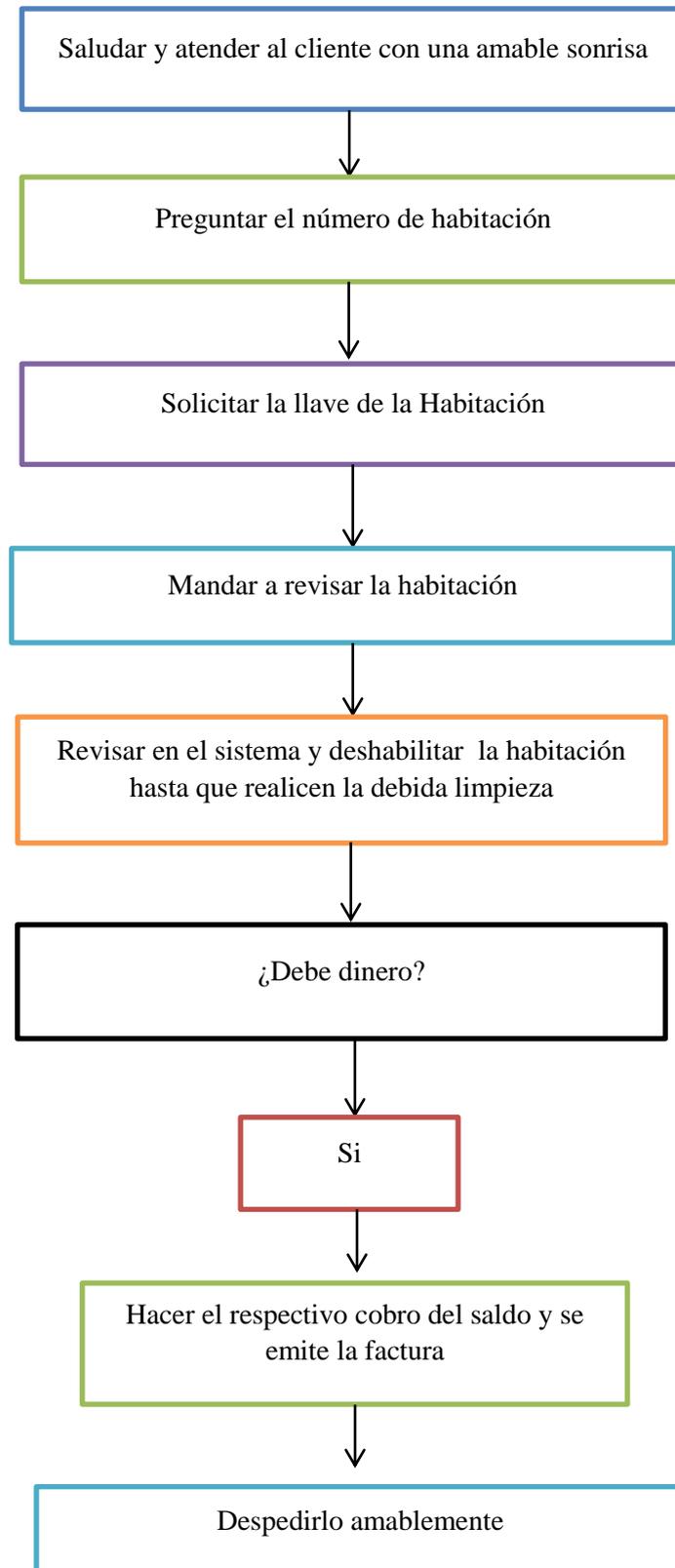


Figura N° 12. Procedimiento de la Salida de un cliente del establecimiento hotelero (Check out)

Elaborado por: Cristina Macías

RECOMENDACIONES

Seleccionar empleados que aprecien a los clientes y puedan brindar una buena atención.

- Cuando realices entrevistas, fíjate en la actitud de cada persona, la sonrisa, su energía positiva. El secreto es fijarse en las actitudes, sin decir que buscas a alguien que se interese por los clientes y por brindar un servicio de calidad, porque todos te dirán que son la persona indicada, para conseguir el trabajo.

Genera un buen clima laboral.

- Establece un ambiente de trabajo adecuado, paga a tus empleados salarios competitivos y reconoce sus logros y contribuciones.

Promueve el trabajo en equipo

- Asegúrate de que tu personal se sienta integrado en el equipo de trabajo y de que ven como su esfuerzo es importante para cumplir los objetivos empresariales.

Capacitarlos profesionalmente

- Las personas encargadas de atender las necesidades de los huéspedes del hotel deben tener los conocimientos profesionales adecuados para poder prestar un servicio de calidad. También es importante reconocer los logros y las buenas actitudes de tus empleados, no con dinero, una felicitación y algunas palabras de reconocimiento motivarán positivamente a tu personal.

Proveer las herramientas necesarias

- El personal no debe carecer de las herramientas necesarias para desarrollar eficientemente su función, que facilite la atención personalizada de los huéspedes.

Debes saber qué hacer cuando un cliente está enojado

- Es importante reaccionar adecuadamente cuando un cliente enojado está realizando un reclamo. Se debe escuchar muy atentamente lo que el cliente plantea, mirándolo a los ojos, demostrando interés por lo que dice. Realiza las preguntas pertinentes de manera preocupada e interesada, y escucha activamente las respuestas del cliente. Luego, pides disculpas por la molestia que se le ha causado y ofrécele una solución, o algún modo de compensación, sin culpar a nadie.

No caigas en los errores comunes.

- Entre los errores comunes más importantes, podemos encontrar los siguientes:
 - Pensar que el cliente está equivocado.
 - Creer que los empleados no pueden solucionar un problema con un cliente, o por lo menos, que no podrían hacerlo sin generar grandes pérdidas económicas para la empresa.
 - No capacitar a tu personal adecuadamente en atención al cliente, porque crees que sería un gasto innecesario.
 - Creer que tienes infinidad de clientes.

Figura N° 13. Recomendaciones

Elaborado por: Cristina Macías

RECUERDA:

- La mayoría de los clientes que pierde un hotel, elige otro alojamiento porque siente que ha sido mal atendido.
- En algunos casos los clientes están dispuestos a pagar un precio algo mayor que el promedio, si creen que el servicio al cliente es bueno.
- Algunos clientes que se sienten insatisfechos realizarán el reclamo formal en el departamento de recepción del hotel, pero muchos otros simplemente lo comentarán fuera del mismo, con otros potenciales clientes, afectando negativamente la reputación del establecimiento.
- Los clientes volverían a tu hotel aún luego de tener algún inconveniente si han recibido las disculpas del caso y se les ha ofrecido algún tipo de descuento, compensación o atención especial.

GLOSARIO

Actitud:

Disposición de ánimo manifestada exteriormente.

Cliente importante (VIP):

Persona importante o recomendada que recibe un trato preferencial, de acuerdo a las políticas del establecimiento de alojamiento.

Competencia:

Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas, para cumplir con los requisitos establecidos.

Conocimiento:

Noción, idea, información, es el saber.

Habilidad:

Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.

Huésped:

Cliente que se aloja en un establecimiento de alojamiento.

Ocupación:

Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.

Proceso de salida del huésped (Check out):

Proceso de facturación y salida del huésped del establecimiento de alojamiento.

Registro de ingreso del huésped (Check in):

Proceso de registro del huésped al ingresar al establecimiento de alojamiento.

Resultados esperados:

Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.

Traslado de huésped a un destino (transfer out):

Servicio de transporte que se le ofrece a un huésped o cliente para trasladarlo a un destino.

Vocabulario técnico:

Conjunto de palabras de un idioma pertenecientes al uso de una actividad determinada.

Guest:

Huésped

Boqueo:

El proceso mediante el cual se reasigna una habitación a un huésped que tiene su reserva para el día. Este procedimiento se realiza antes de la llegada del huésped con la información contenida en la reserva.

Room Status:

Formato de simulación de habitaciones donde se encuentra consignada la información del estado de las habitaciones, mostrando las características y estado de las mismas

Reclamante Persona:

Organización o su representante que hace un reclamo.

Reclamo:

Expresión de la insatisfacción, donde una respuesta o solución es una expectativa.

Disponibilidad:

El grado con que un servicio está disponible, siempre que los clientes necesitan.

Cortesía:

El grado con que el prestador del servicio demuestra un comportamiento cortés y profesional.

Agilidad:

El grado con que una unidad de atención rápidamente satisface la solicitud de los clientes.

Confianza:

El grado con que el prestador del servicio demuestra poseer las habilidades para prestar el servicio prometido, de manera precisa y confiable.

Competencia:

El grado con que el prestador del servicio demuestra poseer las habilidades y los conocimientos necesarios para prestar el servicio.

Comunicación:

El grado con que el personal se comunica con sus clientes, compañeros, público, etc. a través de un lenguaje, simple, claro y de fácil entendimiento.

Satisfacción del usuario:

Es la intención de vender satisfactores más que productos.

Expectativas del cliente respecto al servicio:

Sin errores -Calidad a cada instante- Solución a problemas- Responsabilidad-Velocidad ,, agradecimiento.

Las necesidades personales:

Son las necesidades concretas las que conformarán unos ciertos deseos y por tanto las preferencias del cliente con respecto a un servicio concreto.

Las influencias personales:

Influido por los comentarios de otras personas o por las propias experiencias personales.

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

Los resultados esperados de esta alternativa de solución para los hoteles de Babahoyo, luego de la implementación de una guía de mejoras en la atención al cliente, se la puede cuantificar en tres etapas las cuales las expondremos a continuación por cada uno de los implicados en esta importante propuesta.

A LOS PROPIETARIOS HOTELEROS

Para los propietarios de los hoteles de Babahoyo, con la implementación de esta guía en atención al cliente, será de gran ayuda para mejorar su establecimiento hotelero, puesto que ayudara al departamento de recepción mejorando el trato con los clientes, donde se detallaran ciertos pasos que deben manejar para un mejor desempeño en el área de recepción y así aumentar la visita al hotel.

AL PERSONAL QUE LABORA EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

Para las personas que laboren en el departamento de recepción, la implementación de esta guía optimizara los procesos internos de recepción, innovando los servicios que ofrecen y los pasos de cómo se debe tratar al cliente, así mismo la guía favorece a todo el personal de recepción, a cómo actuar en diferentes casos que se le presentarán en el diario vivir del establecimiento hotelero.

A LOS TURISTAS

El resultado de la guía de mejoras en atención al cliente, favorecerá en cuanto a los huéspedes del hotel, porque gracias a esto ellos además de sentirse seguros y confiados, podrán disfrutar de su estadía sin ningún tipo de inconveniente.

BIBLIOGRAFÍA

(Artículo publicado en *Journal of revenue & Pricing Management*, Noviembre de 2016)

Arias Anaya, M. A. (2017). Nivel de Satisfacción del Cliente del Hotel Sunqu del distrito de Surquillo de Lima, 2017.

Bernabe Villon, S. Y. (2016). Manual de atención al cliente para el departamento de recepción del Veuxor executive hotel de la Ciudad de Machala.

Calzado Ramírez, C. D. L. S. (2017). Muestreo del trabajo en hoteles: una aplicación al departamento de recepción. De las Américas, 2017.).

Camejo, I. T. G., Sánchez, E. B., Carreó, N. H., del Villar Ayala, A., & Fernández, L. L. (2018). Procedimiento para la evaluación de la satisfacción del cliente con los servicios hoteleros/Procedure to evaluate customer's satisfaction with hotel services. *Retos Turísticos*, 16(3).

Carballo Cruz, E., Carballo Ramos, E. E., & Yera Toledo, R. (2011). Del desarrollo de capacidades de aprendizaje a la satisfacción del cliente en una instalación hotelera: caso Hotel Tryp Cayo Coco, destino Jardines del Rey, Cuba.

De León, I. S., Hernández, M. N., & Peña, Y. A. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. *Ciencias Holguín*, Vol 23(3), 1-13.

Del Alcázar Martínez, B. (2003). Situación actual y perspectivas del marketing en la industria hotelera española. *Estudios y perspectivas en turismo*, 12, 93-115.

Dos Anjos, S.J.G.,& de Abreu, A.F.(2009). La mediación de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 18(2), 175-186

Espinosa Aguilar, G. A. (2017). Plan de mejora de calidad para el área de servicio de recepción en Zamorano Real Hotel, ubicado en la ciudad de Loja (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2017.).

Espinosa Aguilar, G. A. (2017). Plan de mejora de calidad para el área de servicio de recepción en Zamorano Real Hotel, ubicado en la ciudad de Loja (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2017.).

Fernández Sáenz, G. P., Upiachihua, T., & Augusto, C. (2015). Influencia De La Gestión Administrativa En Las Actividades Del Área De Recepción De Los Hoteles Tres Estrellas De Iquitos-2015.

Franco, M., & Cesibel, P. (2016). Manual de atención hotelera, su incidencia en la calidad de servicio del hotel ecológico riverside del cantón Quevedo, 2016 (Bachelor's thesis, Babahoyo: UTB, 2016).

Friedlander, R. J. (2017). ¿Cómo aumentar la satisfacción del cliente y los ingresos de tu hotel? Tecnohotel: revista profesional para la hostelería y restauración, (472), 40.

Garazo, T. G., & González, J. A. V. (2004). Características De Los Establecimientos Hoteleros Y Comportamientos De Ciudadanía De Los Empleados De Recepción. Estudios turísticos, (160), 69-83

García, A. Soto, M. y González, N. 2011. Los sistemas informáticos de gestión hotelera y los beneficios de su implementación. Revista Turydes. Vol. 4.p 1-10.

García, A., Manuel, E., & Cieza Roca, J. D. (2018). La calidad en el servicio al cliente en el Tucan Suites Apart Hotel, distrito de la Banda de Shilcayo, Año 2017.

García, M. L., & Picos, A. P. (2009). La calidad percibida como determinante de tipologías de clientes y su relación con la satisfacción: Aplicación a los servicios hoteleros. Revista europea de dirección y economía de la empresa, 18(3), 189-210.

GHL Hoteles (2009). Cultura Organizacional y Sistema de Gestión de Calidad.

Granados Balbin, L. M. (2018). Efectos de la calidad de servicio de los establecimientos de hospedaje y la satisfacción de los turistas en el distrito de San Ramón en el 2017.

Herrera, C. B., & Agatón, D. (2015). Estudios de la satisfacción de servicios hoteleros: reflexiones y estudio estadísticos. Redmarka: revista académica de marketing aplicado, (15), 69-99.

Intriago Mieles, C. P. (2018). Manual de procedimientos para la mejora de procesos en áreas de recepción y ama de llaves del Hotel Poseidón, Manta (Bachelor's thesis, Calceta: ESPAM).

Intriago Mieles, C. P. (2018). Manual de procedimientos para la mejora de procesos en áreas de recepción y ama de llaves del Hotel Poseidón, Manta (Bachelor's thesis, Calceta: ESPAM).

Instituto Ecuatoriano de Normalización, Turismo, Recepcionista polivalente, Requisitos de competencia laboral, Quito., Ecuador 2008

Izquierdo, G. A., Rosero, E. C., Espinoza, J.B., & Medina, C. M. (2018). Caracterización Tipológica del Sector Hotelero de la Provincia de Los Ríos, Ecuador. *Ciencia Sociales y Económicas*, 2(1), 55-70

Jiménez García, M., Peña Sánchez, A. R., & Ruiz Chico, J. (2017). La demanda turística internacional: recuperación de la crisis y turismo de lujo, una primera aproximación al caso español.

Lumbreras, S. (2013). Gestión de reservas de habitaciones y servicios propios de alojamiento. España: Ediciones Paraninfo, S.A

Macancela Coronel Nelly Rosa.(2014).Diseño de un modelo de gestión por procesos para las áreas de recepción y alimentos & bebidas del Hotel Barceló Colón Miramar de Salinas, año 2012.(Trabajo de titulación de magister en gestión empresarial).UTPL.Salinas

MINTUR (2008). Reglamento General de actividades turísticas. Decreto Ejecutivo 3400. Ecuador.

Mulluni Chacolli, D. (2017). La gestión en el departamento de reservas como medio de negociación vía online en el Hotel Casona Plaza Puno–2017.

Ramírez, A., & Viviana, A. (2017). Plan de mejora en la aplicación de los procesos existentes para el servicio al cliente, en el área de front desk del Hotel Wyndham Guayaquil(Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2017.).

Ramírez, A., & Viviana, A. (2017). Plan de mejora en la aplicación de los procesos existentes para el servicio al cliente, en el área de front desk del Hotel Wyndham Guayaquil(Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2017.).

Robalino Martínez, Mateo (2018). Propuesta de mejora de calidad para el área de recepción y conserjería en el hotel “Casa Gangotena” de la ciudad de Quito. Escuela de Hospitalidad y Turismo. UDLA. Quito. 89 p

Rodríguez Vera, R. (2007). En Costos aplicados a hoteles y restaurantes. Ecoe.

Tomás J. López-Guzmán Guzmán Sandra María Sánchez Cañizares (210) La satisfacción laboral como valor intangible de los recursos humanos. Un estudio de caso en establecimientos hoteleros

Universidad de Córdoba (España) Universidad de Algarve (Portugal)

Uribe, E. G. G., Rodríguez, J. Q., & Mercado, O. A. E. (2016). Satisfacción del usuario en la industria hotelera como factor de competitividad. Mercados y Negocios (2594-0163), (22), 23-42.

Vallejo, I., & Valeria, C. (2017). Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del Hotel Camino Real (Bachelor's thesis).

Ventura Saucedo, P. D. (2008). Propuesta de mejora en la calidad del servicio para el departamento de recepción en un hotel de gran turismo.

Vergara, J. C. ((2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales. Ingeniare. Revist. Ciudad de Cartagenna.

Yar Hidalgo, M. F. (2017). Propuesta de plan de mejora de calidad en el área de servicio en el departamento de recepción del Hostal Aposento del Conde, Centro Histórico de Quito (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2017.).

Cruz-Acuña, E. F. (2006). Manual de procedimientos para el departamento de recepción y manual de puestos para Hotel Arenal Manoa, La Fortuna de San Carlos.

LINKOGRAFIA

<https://www.hotelrum.com/6-estrategias-para-incrementar-las-ventas-directas-de-su-hotel/>

<https://josefacchin.com/como-mejorar-la-calidad-del-servicio-al-cliente-en-nuestro-hotel/>

<http://easystaytech.com/7-maneras-de-incrementar-la-satisfaccion-de-los-clientes-de-tu-hotel/>

<https://www.isotools.org/2017/09/26/importancia-sistema-atencion-peticiones-quejas-reclamos-sugerencias/>

<https://mipropiojefe.com/5-ventajas-las-quejas-los-clientes/>

Tabla N° 13. Matriz de Operacionalización de la variable Dependiente

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	ITEMS
<p>Variable Dependiente Departamento de Recepción</p>	<p>El departamento de recepción se constituye como el departamento central del hotel, el recepcionista es el primer contacto directo que tiene el huésped al llegar al establecimiento, donde se ofrece servicios de check in – check out, además de ser los responsables en ofrecer servicios de calidad y atención al cliente de manera satisfactoria.</p>	<p>Departamento Central</p> <p>Contacto directo con el huésped</p> <p>Check in – Check out</p> <p>Ofrecer Servicios De Calidad</p> <p>Atención al Cliente</p>	<p>¿Cómo evaluaría la actitud de los recepcionistas al momento de atenderlo?</p> <p>¿Cuál fue su tiempo de espera en recepción al momento de registrarse en el hotel?</p> <p>¿Cuál fue su tiempo de espera en recepción al momento de realizar la salida del hotel?</p> <p>¿Usted se siente seguro cuando utiliza los servicios de recepción (cambios, dineros, llamadas)?</p> <p>¿Cuándo tiene algún problema el recepcionista a cargo se lo resuelve eficientemente?</p>

Elaborado por Cristina Macías

Tabla N° 14. Matriz de Operacionalización de la variable Independiente

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	ITEMS
<p style="text-align: center;">Variable Independiente :</p> <p>Satisfacción de los turistas</p>	<p>Los turistas poseen dos tipos de expectativas sobre un servicio, el nivel deseado y el nivel percibido, depende del trato que le brinden en el hotel para que sea satisfactoria la experiencia que el cliente se lleve de dicho establecimiento. Por lo cual es necesario el contar con personal capacitado en sus áreas de trabajo, que vista de manera profesional para un mejor desempeño laboral, satisfaciendo las necesidades de los huéspedes, resolviendo eficazmente problemas e inquietudes y brindar un servicio de calidad.</p>	<p>Capacitaciones al personal de recepción</p> <p>Satisfacer las necesidades del huésped</p> <p>Resolver problemas e inquietudes</p> <p>Buena presentación</p> <p>Servicio de Calidad</p>	<p>¿En qué áreas opina que los recepcionistas necesitan capacitaciones?</p> <p>¿Los recepcionistas muestran un sincero interés en solucionar los problemas?</p> <p>¿Los recepcionistas poseen una apariencia profesional y cuidada?</p> <p>¿Cómo calificaría el servicio de recepción que recibió en el hotel?</p>

Elaborado por: Cristina Macías



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO

Encuestas dirigida al personal de recepción de los hoteles de Babahoyo

Objetivo: Analizar las capacidades profesionales del personal del departamento de recepción

1. ¿QUÉ NIVEL DE FORMACIÓN PROFESIONAL POSEE?

Básica Superior “Área de turismo”

Media Post Grado

2. ¿CUANTAS PERSONAS LABORAN EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN?

1 Más

2

3

3. ¿CUANTOS TURNOS TIENE LA RECEPCIÓN?

Turno de la mañana Turno de la noche

Turno de la tarde

4. ¿RECIBE CAPACITACIONES DE COMPETENCIAS LABORALES?

Si

No

5. ¿UD. HA RECIBIDO CAPACITACIONES TALES COMO?

Hospitalidad Recepcionista

Recepcionista Polivalente Atención al cliente

Ninguno

6. **¿HABLA UD OTRO IDIOMA?**

Sí

No

7.- **DISPONE USTED DE UNA GUÍA DE MEJORAS EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN**

Sí

No

8.- **CONSIDERA USTED QUE EL LIBRO DE SUGERENCIAS ES PARTE FUNDAMENTAL DE LA GUÍA DE MEJORAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE.**

Sí

No

A veces



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN



HOTELERÍA Y TURISMO

Encuestas dirigidas a los huéspedes de los hoteles de Babahoyo para medir el nivel de satisfacción.

Objetivo: Medir el nivel de satisfacción de los turistas que se hospedan en los hoteles de la ciudad de Babahoyo.

1. ¿CUÁL FUE SU TIEMPO DE ESPERA EN RECEPCION AL MOMENTO DE REGISTRARSE EN EL HOTEL?

3 minutos 5 minutos 10 minutos 5 minutos
Más de 15 min

2. ¿CUÁL FUE SU TIEMPO DE ESPERA EN RECEPCION AL MOMENTO DE REALIZAR LA SALIDA DEL HOTEL?

3 minutos 5 minutos 10 minutos 5 minutos
Más de 15 min

3. ¿CUAL FUE EL NIVEL DE SATISFACCION EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS NECESIDADES?

Excelente Muy bueno Bueno Regular
Deficiente

4. ¿EN QUE ÁREAS OPINA UD QUE LOS RECEPCIONISTAS NECESITAN CAPACITACIONES?

Idiomas Planificación Solución de problemas
Atención cliente

5. ¿CUÁNDO TIENE ALGÚN PROBLEMA EL RECEPCIONISTA A CARGO SE LO RESUELVE EFICIENTEMENTE?

Sí No

6. ¿USTED SE SIENTE SEGURO CUANDO UTILIZA LOS SERVICIOS DE RECEPCIÓN (CAMBIOS, DINEROS, LLAMADAS?)

Si No Nunca

7. ¿LOS RECEPCIONISTAS POSEEN LOS CONOCIMIENTOS SUFICIENTES COMO PARA CONTESTAR LAS PREGUNTAS QUE UD LE HACE?

Sí No

8. ¿MUESTRAN UN SINCERO INTERÉS EN SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS?

Sí No

9. ¿LOS RECEPCIONISTAS POSEEN UNA APARIENCIA PROFESIONAL Y CUIDADA?

Sí No

10. ¿COMO CALIFICARÍA UD EL SERVICIO DE RECEPCION QUE RECIBÍ EN EL HOTEL?

Excelente Muy bueno Bueno Regular
Deficiente

ALGUNA SUGERENCIA QUE PUEDA REALIZAR AL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

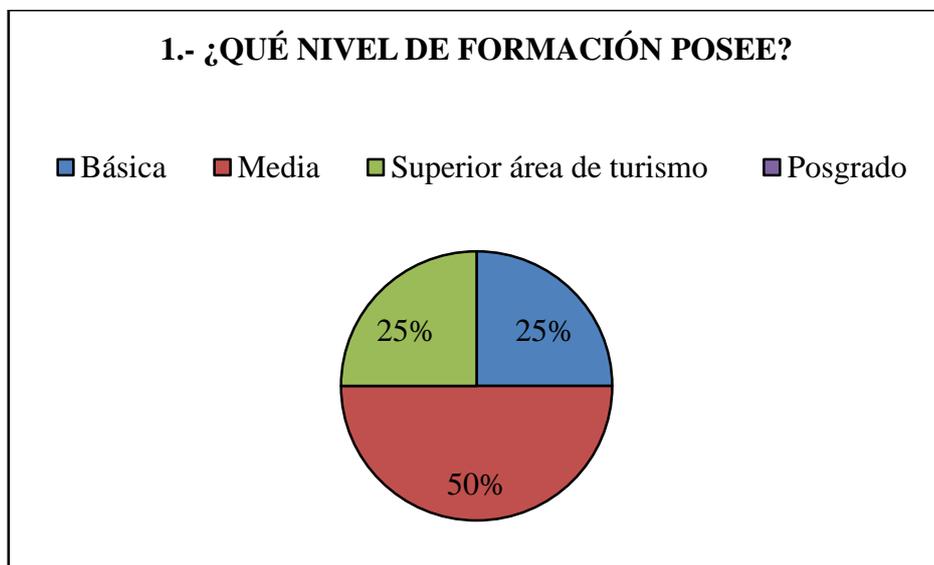
¿Qué nivel de formación posee?

Tabla N° 15. Nivel de formación

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Básica	3	25%
Media	6	50%
Superior área de turismo	3	25%
Posgrado	0	0%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 12. Nivel de formación



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del 100% de personas encuestadas, el 25% posee formación básica, el otro 25% tiene formación profesional en el área de turismo y el 50% posee formación hasta medio bachillerato.

Interpretación

El mayor personal que labora en el departamento de recepción, solo posee formación media es decir bachiller.

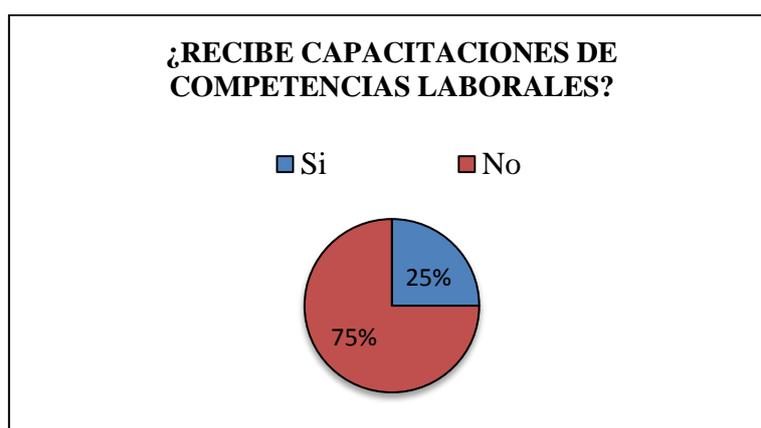
¿Recibe capacitaciones de competencias laborales?

Tabla N° 16. Capacitaciones de competencias laborales.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	25%
No	9	75%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 13. Capacitaciones de competencias laborales



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

De las 100% personas encuestadas el 25% menciona que si ha recibido capacitación de competencias laborales y el otro 75% dijo que no.

Interpretación

Los recepcionistas en su mayoría no reciben capacitaciones de competencias laborales, dificultando en los procesos de recepción su escaso desarrollo de habilidades.

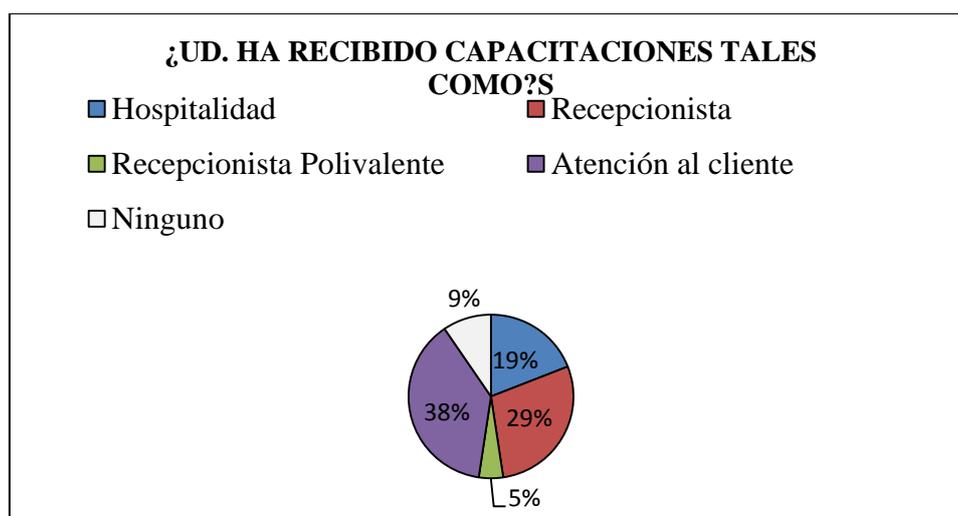
¿Ha recibido capacitaciones tales como?

Tabla N° 17. Capacitaciones

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hospitalidad	4	19%
Recepcionista	6	29%
Recepcionista Polivalente	1	5%
Atención al cliente	8	38%
Ninguno	2	9%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 14. Capacitaciones



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

El 18% de encuestados menciona que recibieron capacitaciones de hospitalidad, 32% de recepcionista, 4% recepcionista polivalente, 32% atención al cliente y un 14% no ha recibido ninguna de las anteriores.

Interpretación

Del total de recepcionista encuestado, se deduce que desean mejorar la atención al cliente capacitándose en esa área un porcentaje mayoritario.

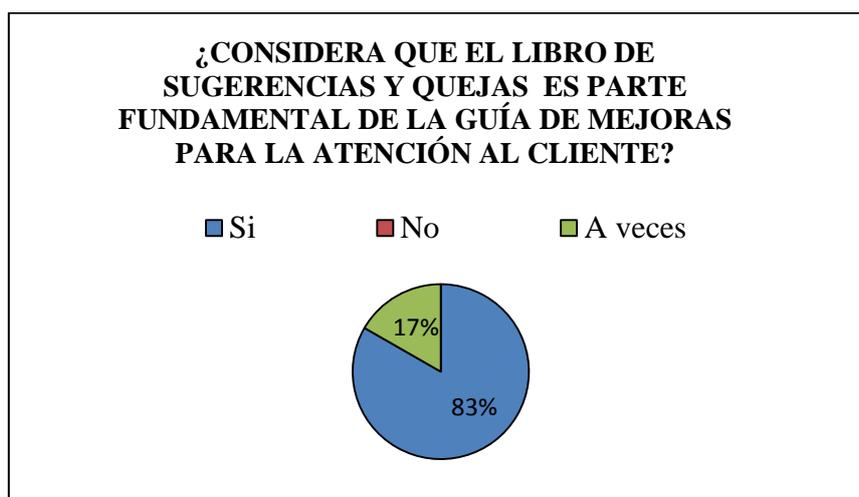
¿Considera que el libro de sugerencias y quejas es parte fundamental de la guía de mejoras para la atención al cliente?

Tabla N° 18. Libro de sugerencias.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	83%
No	0	0%
A veces	2	17%
Total	12	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 15. Libro de sugerencias.



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del 100% de encuetados, el 83% mencionaron que si considera el libro de sugerencias parte fundamental de la guía de mejoras para la atención al cliente y el 17% a veces.

Interpretación

Los encuestados manifestaron la importancia de un libro de sugerencias y quejas implementado en el área de recepción para medir el nivel de satisfacción del turista.

Encuestas aplicadas a los huéspedes de los hoteles en Babahoyo

¿Cuál fue su tiempo de espera en recepción al momento de registrarse en el hotel?

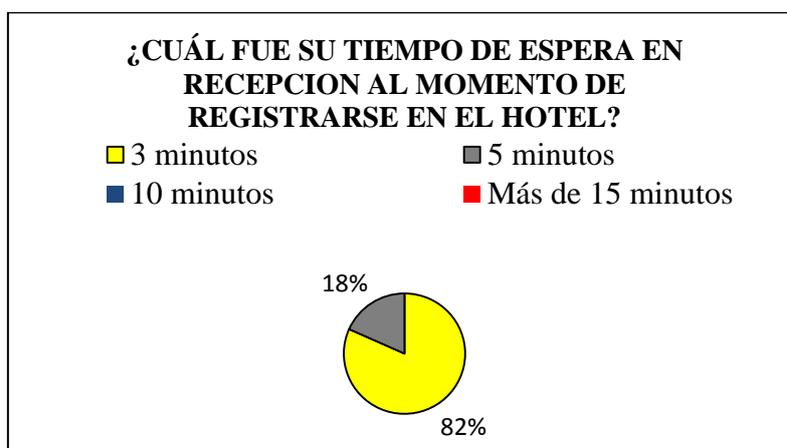
Tabla N° 19 . Registro en el hotel

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3 minutos	49	82%
5 minutos	11	18%
10 minutos	0	0%
Más de 15 minutos	0	0%
Total	60	100%

Ela

borado por: Cristina Macías

Gráfico N° 16. Registro en el hotel



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del 100% de huéspedes encuestados el 82% menciona que el tiempo de espera en recepción al momento de registrarse fue de 3 minutos y el otro 18% fue en 5 minutos.

Interpretación

Se interpreta que el proceso de registro del huésped, se encuentra en un nivel óptimo en cuanto al tiempo.

¿Cuál fue su tiempo de espera en recepción al momento de realizar la salida del hotel?

Tabla N° 20. Tiempo de espera al realizar la salida del hotel

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3 minutos	60	100%
5 minutos	0	0%
10 minutos	0	0%
Más de 15 minutos	0	0%
Total	60	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 17. Tiempo de espera al realizar la salida del hotel



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del 100% de encuestados el 100% menciono que el tiempo de espera al momento de realizar la salida del hotel fue de 3 minutos.

Interpretación

Al momento de retirarse del establecimiento hotelero el huésped menciona, que fue recomendable el tiempo de espera para hacer entrega de la habitación y poder marcharse.

¿Se siente seguro cuando utiliza los servicios de recepción (cambios, dineros, llamadas?)

Tabla N° 21 . Seguridad al utilizar los servicios de recepción.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	60	100%
No	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 18. Seguridad al utilizar los servicios de recepción



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

Del 100% de huéspedes encuestados el 100% menciono que si se siente seguros de utilizar los servicios de recepción.

Interpretación

Mediante los resultados obtenidos, todos los turistas mencionaron que se sienten seguros al hacer uso de los servicios de recepción, por el momento no se ha presentado inconvenientes.

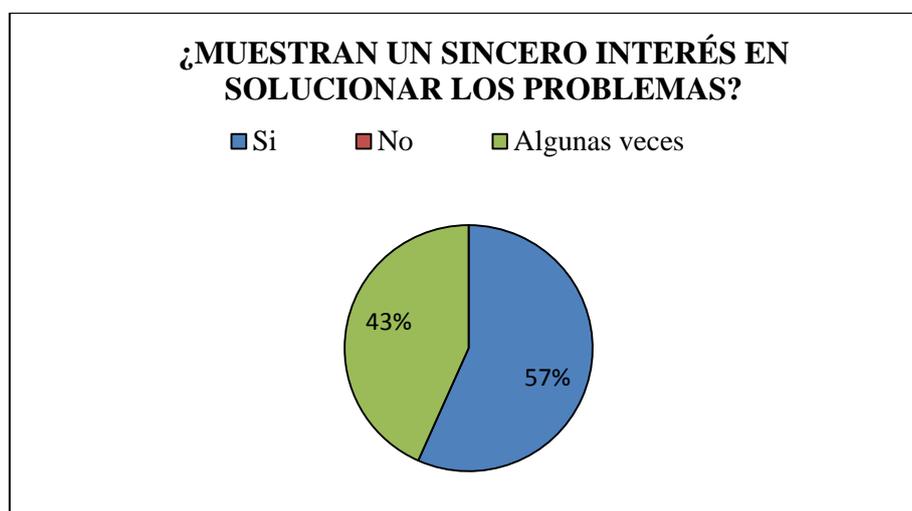
¿Muestran un sincero interés en solucionar los problemas?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	34	55%
No	0	0%
Algunas veces	26	42%
Total	60	100%

Tabla N° 22. Solución de problemas

Elaborado por: Cristina Macías

Gráfico N° 19. Solución de problemas



Elaborado por: Cristina Macías

Análisis

El 57% de huéspedes mencionaron que si muestran sincero interés en solucionar problemas, mientras que el 43% menciona que algunas veces.

Interpretación

Los recepcionistas en su mayoría según los encuestados, si muestra un sincero interés en solucionar cualquier tipo de problema que se ha presentado en el tiempo de su estadía, y el resto menciona que algunas veces.

Realizando encuestas a las personas que laboran en el departamento de recepción



Realizando encuestas a los Huéspedes

