



Universidad Tecnológica Ecotec

Tema: Evaluación de la gestión de reservas y su relación con la satisfacción al cliente. Caso de estudio: Hotel Avenida Machala.

Línea de Investigación: Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

Modalidad de Titulación: Examen Complexivo

Carrera: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Carrera
Administración de Empresas

Título: Licenciatura en Administración de Empresas

Autor: Joseph Fabricio Chalen Padilla

Tutor: Elena Beatriz Piedra Bonilla

Samborondón - 2022

ANEXO N°15

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado Elena Beatriz Piedra Bonilla, tutor del trabajo de titulación “Evaluación de la gestión de reservas y su relación con la satisfacción al cliente. Caso de estudio: Hotel Avenida Machala.” elaborado por Joseph Fabricio Chalen Padilla, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias del (4%), mismo que se puede verificar en el print de pantalla a continuación: <https://app.compilatio.net/v5/report/f2603fbe12f5a004def3fbca2617bcbf810d1176/suimary>



FIRMA DEL TUTOR

ELENA BEATRIZ PIEDRA BONILLA

ANEXO N°16

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Samborondón, 12 de diciembre. de 2023

Magíster

Ana María Gallardo

Decana de la Facultad

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **Evaluación de la gestión de reservas y su relación con la satisfacción al cliente. Caso de estudio: Hotel Avenida Machala** según su modalidad EXAMEN COMPLEXIVO (ESTUDIO DE CASO); fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **Chalen Padilla Joseph Fabricio**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,



PhD. Elena Beatriz Piedra Bonilla

Tutor(a)

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a mi familia quienes me han brindado el apoyo incondicional desde el comienzo de mi carrera universitaria y me han ayudado a seguir y no abandonar mis metas a pesar de las adversidades.

También a mi tutor quien ha sido una gran guía para poder lograr hacer esta tesis muchas gracias por su paciencia y dedicación profesor.

Joseph Fabricio Chalen Padilla

Agradecimiento

En primer lugar, quiero agradecer a mis padres por su apoyo incondicional que me ha permitido alcanzar todas mis metas personales y académicas. Ellos son quienes siempre me han animado con su amor a perseguir mis metas y nunca rendirme cuando enfrentado con dificultad. Ellos también son los que me han dado apoyo material y económico para que pueda concentrarme en mis estudios y nunca rendirme. Por otro lado, le agradezco muy profundamente a mi tutor por su dedicación y paciencia, sin sus palabras y correcciones precisas no hubiese podido lograr llegar a esta instancia tan anhelada. Gracias por su guía y todos sus consejos, los llevaré grabados para siempre en la memoria en mi futuro profesional.

Joseph Fabricio Chalen Padilla

Resumen

El objetivo de este estudio es evaluar la gestión de reservas y su relación con la satisfacción al cliente en el estudio de caso en el Hotel Avenida Machala en el periodo 2022-2023. Se emplea un enfoque mixto, combinando análisis documental y encuestas a clientes. Los resultados revelan que la facilidad de realizar reservas en línea y la amabilidad del personal son fortalezas. Según el Diagrama de Ishikawa la eficiencia en los procesos de reserva en el Hotel Avenida Machala ha emergido como un factor fundamental para la satisfacción del cliente. La facilidad y comodidad en la realización de reservas, la rapidez a las solicitudes, y la transparencia en la presentación de información han contribuido directamente a la percepción positiva de los huéspedes desde el inicio del proceso. La gestión segura de datos personales y financieros también ha influido en la satisfacción general, generando confianza entre los clientes y contribuyendo a una imagen positiva del hotel. Se sugiere mejorar la eficiencia en la gestión de reservas y la precisión de los datos para optimizar la satisfacción del cliente en el Hotel Avenida Machala. Los resultados revelaron que el hotel posee fortalezas en su gestión de reservas, destacando la facilidad de realizar reservas en línea y la amabilidad del personal durante el proceso. Sin embargo, se identificaron desafíos relacionados con el tiempo de respuesta a las solicitudes de reserva, con algunas demoras que afectaron la percepción de eficiencia del servicio.

Palabras claves: Gestión de reservas, Satisfacción del cliente, Hotel Avenida Machala, Procesos, Mejora, Sistema de reservas.

Abstract

The objective of this study is to evaluate reservation management and its relationship with customer satisfaction in the case study at the Avenida Machala Hotel in the period 2022-2023. A mixed approach is used, combining documentary analysis and customer surveys. The results reveal that the ease of making online reservations and the friendliness of the staff are strengths. According to the Ishikawa Diagram, efficiency in the reservation processes at the Hotel Avenida Machala has emerged as a fundamental factor for customer satisfaction. The ease and convenience in making reservations, the speed in responses to requests, and the transparency in the presentation of information have directly contributed to the positive perception of guests since the beginning of the process. Secure management of personal and financial data has also influenced overall satisfaction, building trust among guests and contributing to a positive image of the hotel. It is suggested to improve efficiency in reservation management and data accuracy to optimize customer satisfaction at the Hotel Avenida Machala. The results revealed that the hotel has strengths in its reservation management, highlighting the ease of making online reservations and the friendliness of the staff during the process. However, challenges were identified related to the response time to reservation requests, with some delays that will affect the perception of service efficiency.

Keywords: Reservation Management, Customer Satisfaction, Hotel Avenida Machala, Efficiency, Accuracy, Policies.

Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | 12 |
| Planteamiento del problema..... | 13 |
| Objetivos | 14 |
| Objetivo general | 14 |
| Justificación..... | 14 |
| PRIMERA PARTE | 16 |
| 1. Marco teórico | 17 |
| 1.1. Teoría de la experiencia del cliente multicanal | 17 |
| 1.2. Teoría de la gestión de la demanda | 18 |
| 1.3. Teoría de la gestión de la demanda | 18 |
| 1.4. Teoría de la Gestión de la Reputación en Línea | 19 |
| 1.5. Gestión de reservas en la industria hotelera | 20 |
| 1.5.1. <i>La gestión de reservas en la industria hotelera.</i> | 20 |
| 1.5.2. <i>Características y objetivos de la gestión de reservas en hoteles.</i> | 21 |
| 1.5.3. <i>Evolución de la gestión de reservas en la industria hotelera.</i> . | 24 |
| 1.5.4. <i>Mejores prácticas en la gestión de reservas en hoteles.</i> | 26 |
| 1.5.5. <i>Impacto de la gestión de reservas en la rentabilidad y satisfacción del cliente.</i> | 29 |
| 1.6. Teoría de recursos y capacidades | 30 |
| 1.7. Teoría de calidad | 31 |
| 1.8. Satisfacción del cliente en la industria hotelera | 32 |
| 1.8.1. <i>Factores que influyen en la satisfacción del cliente en hoteles.</i> | 33 |
| 1.8.2. <i>Métodos de medición de la satisfacción del cliente.</i> | 36 |

| | |
|---|----|
| 1.9. Relación entre la gestión de reservas y la satisfacción del cliente | 39 |
| 1.9.1. <i>Impacto de la gestión de reservas en la satisfacción del cliente.</i> | 40 |
| 1.9.2. <i>Factores que influyen en la satisfacción del cliente relacionados con la gestión de reservas.</i> | 40 |
| 1.10. Evaluación de la gestión de reservas y su relación con la satisfacción al cliente. | 41 |
| 1.11. Modelo Servqual | 43 |
| 1.11. Marco legal Y/O Normativo | 44 |
| 1.11.1. Ley de turismo | 44 |
| 1.11.2. Código civil de Ecuador | 46 |
| 1.11.3. Código de comercio | 47 |
| 1.11.4. Normativa tributaria | 48 |
| 1.11.5. Ley de protección al consumidor | 49 |
| SEGUNDA PARTE | 52 |
| Metodología del Proceso de Investigación | 52 |
| 2.1. Método de investigación | 53 |
| 2.2. Enfoque de la investigación | 53 |
| 2.2.1. <i>Tipo de investigación</i> | 54 |
| 2.2.2. Población | 54 |
| 2.2.3. Muestra | 54 |
| 2.4. Métodos empíricos | 57 |
| 2.4.1. <i>Investigación documental</i> | 57 |
| 2.4.2. <i>Cuestionario a clientes</i> | 57 |
| 2.4.3. <i>Análisis estadístico</i> | 59 |
| TERCERA PARTE | 60 |

| | |
|---|-----------|
| Análisis e interpretación de resultados de la investigación | 60 |
| 3.1. Situación del Hotel Avenida Machala | 61 |
| 3.1.1. Descripción de la empresa | 61 |
| Proceso de reservación del Hotel Avenida Machala | 61 |
| 3.2 Desafíos en la gestión de reservas | 64 |
| 3.2.1. Eficiencia de la respuesta..... | 64 |
| 3.2.2 Exactitud en el registro de reservas | 65 |
| 3.2.3. Eficiencia en la asignación de habitaciones..... | 65 |
| 3.2.4. Atención a solicitudes específicas | 65 |
| 3.3. Fortalezas y debilidades en la gestión de reservas del Hotel Avenida Machala..... | 66 |
| 3.4. Análisis de satisfacción del cliente..... | 68 |
| 3.5. Relación de la gestión de reserva y la satisfacción del cliente en el hotel | 74 |
| Conclusiones | 77 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 79 |
| Anexos..... | 84 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. <i>Proceso de reservación en el Hotel Machala.</i> | 63 |
| Figura 2. <i>Gestión de reservas actual en el Hotel.</i> | 64 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----------|
| Tabla 1. Principales características de la gestión de reservas en hoteles..... | 23 |
|---|-----------|

| | |
|--|----|
| Tabla 2. <i>Tendencias que influyen en la gestión de reservas</i> | 25 |
| Tabla 3. <i>Prácticas destacadas en la gestión de reservas en hoteles</i> | 27 |
| Tabla 4. <i>Factores que impactan en la satisfacción del cliente en la industria hotelera</i> | 33 |
| Tabla 5. <i>Métodos de medición de la satisfacción del cliente</i> | 36 |
| Tabla 6. <i>Ley de turismo</i> | 44 |
| Tabla 7. <i>Código civil de Ecuador.</i> | 46 |
| Tabla 8. <i>Código de Comercio</i> | 47 |
| Tabla 9. <i>Normativa tributaria.</i> | 48 |
| Tabla 10. <i>Ley de protección al consumidor.</i> | 49 |

Introducción

La gestión de reservas en la industria hotelera es un elemento crucial para el éxito y la satisfacción del cliente. La eficacia con la que un hotel administra las reservas de sus huéspedes puede tener un impacto significativo en la experiencia global del cliente, desde el momento en que realiza la reserva hasta su estancia en el establecimiento. El Hotel Avenida Machala se presenta como un caso de estudio relevante para evaluar cómo la gestión de reservas afecta directamente la satisfacción de los clientes.

En el entorno competitivo de la industria hotelera, la capacidad de un hotel para gestionar de manera eficiente las reservas, garantizar la disponibilidad de habitaciones, ofrecer tarifas competitivas y proporcionar una experiencia de reserva sin complicaciones se ha convertido en un factor crítico para atraer y retener clientes. La satisfacción del cliente no solo se mide por la calidad de la estancia en el hotel, sino también por la facilidad y la transparencia en el proceso de reserva.

Este caso de estudio se centrará en el Hotel Avenida Machala, un establecimiento hotelero ubicado en la ciudad turística Machala. A través de un análisis exhaustivo de su gestión de reservas y su impacto en la satisfacción del cliente, se buscará comprender cómo las estrategias y prácticas específicas de este hotel influyen en la percepción y la experiencia de sus huéspedes. Se examinarán aspectos clave como la precisión de la disponibilidad de habitaciones, la eficiencia en la confirmación de reservas, la flexibilidad en las políticas de cancelación y las interacciones con el personal de reservas.

Al profundizar en el estudio de este caso, se espera obtener insights valiosos que puedan ser aplicables tanto al Hotel Avenida Machala como a otros establecimientos de la industria hotelera. La relación entre la gestión de reservas y la satisfacción del cliente es un tema de interés para el sector, ya que un enfoque eficaz en este aspecto puede tener un impacto directo en la fidelización de los clientes y, en última instancia, en el éxito a largo plazo del hotel.

Planteamiento del problema

Según Vílchez (2018), la gestión hotelera implica la administración y el control de varios servicios y procesos que ocurren en las operaciones del hotel donde la administración de reservas es uno de los procesos más importantes y críticos dentro de la cadena de procesos de gestión hotelera. Esto representa el primer contacto entre la organización del hotel y los clientes potenciales, el cual muchos factores determinan si una reserva se completa con éxito o si se cancela repentinamente debido a problemas internos o externos.

En este sentido, el sector de la hostelería utiliza sistemas especializados para gestionar las reservas. Esto se debe a que estas herramientas complejas y verdaderamente confiables facilitan el tedioso trabajo que implica administrar una organización adecuada para albergar a sus clientes. Por ende, estos sistemas también pueden complementarse con otras herramientas que ejercen un control más integral, como, por ejemplo: Gestión de Ingresos, el cual administra los costos del servicio en tiempo real sin afectar la calidad del servicio o la rentabilidad.

Actualmente, el Hotel Avenida Machala registra transacciones como las reservaciones y las facturas de consumo de los clientes utilizando el software de hojas de cálculo Microsoft Excel, lo cual no favorece en absoluto el tratamiento de los datos para la obtención de información relevante para la toma de decisiones, además toma un tiempo considerable el proceso de dar un servicio por los pasos que tienen que realizarse. Además, no existe ningún respaldo de la información procesada, por consiguiente, el nivel de satisfacción de los clientes por los servicios que ofrecen decrece lo cual hace que busquen otros hoteles con un mejor servicio.

En este sentido, la satisfacción del servicio al cliente se ve afectada, ya que pueden existir retrasos en los procesos de reservas conllevando a la molestia del cliente, el cual espera recibir la atención de una manera adecuada, esta problemática se ha venido presentando en el hotel, por ende, la importancia de este estudio en hacer una evaluación de la situación actual para, asimismo, mejorar la calidad del servicio e incrementar la demanda. De esta manera surge la siguiente problemática:

¿De qué manera se relacionan la gestión de reservas en los niveles de satisfacción del servicio al cliente?

Objetivos

Objetivo general

Evaluar la gestión de reservas y su relación con la satisfacción al cliente en el estudio de caso del Hotel Avenida Machala en el 2023

Objetivos específicos

- Identificar los procesos actuales de gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala en el 2023.
- Evaluar los factores que influyen en la satisfacción de los clientes en relación con los procesos de reserva
- Analizar cómo la eficiencia de los procesos de reserva impacta en la satisfacción del cliente en el Hotel Avenida Machala en el 2023.

Justificación

Este proyecto de investigación tiene como finalidad evaluar la gestión de reservas y su relación con la satisfacción al cliente. Caso de estudio Hotel Avenida Machala, debido a que actualmente en la ciudad Machala posee un incremento de turistas nacionales e internacionales, el cual conlleva a sobre cupos en el hotel, por ende, se busca contar con reportes sobre los diferentes artículos existentes para el consumo de los clientes y su satisfacción.

El entorno actual pone de manifiesto la necesidad de cambiar la forma en que las empresas del sector turístico gestionan sus procesos y actividades. El mundo

moderno requiere redes hoteleras y extrahoteleras para establecerse como líderes del mercado en los servicios que ofrecen. Para ello, se analiza en detalle cada actividad con el fin de mejorar los sistemas de control y atención al cliente, satisfacer de forma significativa a los clientes potenciales, captar nuevos clientes y fidelizar a los clientes ya adquiridos. La empresa está preparada para acceder a demandas cada vez más exigentes en un mercado abierto donde el concepto de calidad se aplica en todos los aspectos y debe ser evaluado constantemente (Sánchez 2010, Pág. 13).

Es por ello que el Hotel Avenida Machala proporciona a sus clientes, los servicios de hospedaje, los cuales son requeridos de forma personal y por vía telefónica, las reservaciones son registradas manualmente en herramientas de ofimática (Excel y Word), lo cual ha generado errores en la data y el descontento de los clientes por la pérdida de tiempo, al no contar con una herramienta propia donde se puedan gestionar eficientemente los procesos del hotel, por tal motivo surge la necesidad de un sistema informático que permita dar un mejor servicio.

PRIMERA PARTE
Marco teórico

1. Marco teórico

La gestión de reservas en la industria hotelera juega un papel crucial en la rentabilidad y el éxito de un hotel. La capacidad de gestionar de manera efectiva las reservas, maximizando la ocupación y optimizando los ingresos, es fundamental para el crecimiento y la competitividad en un mercado altamente dinámico. Sin embargo, la gestión de reservas no solo tiene un impacto en los aspectos financieros del hotel, sino que también está estrechamente relacionada con la satisfacción de los clientes.

1.1. Teoría de la experiencia del cliente multicanal

En un entorno donde los clientes tienen acceso a una variedad de canales para realizar reservas, como sitios web, aplicaciones móviles y plataformas de reserva en línea, es fundamental que la gestión de reservas se adapte a estos canales y ofrezca una experiencia consistente en todos ellos. Esto implica garantizar que los clientes encuentren la misma información, precios y disponibilidad en todos los canales, sin importar dónde realicen su reserva (Canabal y Matteucci, 2018).

Una gestión de reservas eficiente en múltiples canales tiene varios beneficios para la satisfacción del cliente. En primer lugar, mejora la accesibilidad y la conveniencia al permitir que los clientes realicen reservas en el canal de su elección, según sus preferencias y necesidades individuales. Además, facilita la comparación de precios y opciones, lo que brinda a los clientes la posibilidad de encontrar la mejor oferta que se ajuste a sus requerimientos.

La coherencia en la experiencia del cliente a través de múltiples canales también contribuye a la satisfacción. Cuando los clientes encuentran información consistente y una experiencia fluida sin importar el canal que utilicen, se sienten más seguros y confiados en su elección. Esto crea una sensación de fiabilidad y profesionalismo por parte del hotel, lo que a su vez impacta positivamente en la satisfacción del cliente (Pazmiño, 2021).

1.2. Teoría de la gestión de la demanda

La gestión de la demanda se refiere a la capacidad de los hoteles para poder anticiparse a las necesidades y preferencias de los clientes en términos de reservas de habitaciones. Esto implica comprender los patrones históricos de demanda, así como utilizar técnicas de pronóstico y análisis de datos para lograr proveer la demanda futura. Al anticipar la demanda, los hoteles podrán ajustar su disponibilidad y precios de manera óptima. Por ejemplo, durante períodos de alta demanda, los hoteles pueden aumentar los precios y tener políticas de cancelación más estrictas para maximizar los ingresos. Por otro lado, durante los distintos periodos de baja demanda, pueden ofrecer descuentos o promociones especiales para llamar la atención de más clientes (Berezina, 2020)

La gestión de la demanda también puede permitir a los hoteles optimizar la asignación de recursos y maximizar la eficiencia operativa. Al tener una visión clara de la demanda esperada, los hoteles pueden ajustar su inventario de habitaciones, personal y otros recursos para satisfacer las necesidades de los clientes de manera eficiente.

Según Berezina (2020), al gestionar la demanda de manera efectiva, los hoteles pueden garantizar que se cumplan las expectativas de los clientes en términos de disponibilidad de habitaciones y opciones de reserva. Esto evita situaciones en las que los clientes no pueden obtener una reserva o no encuentran las opciones deseadas, lo que puede generar insatisfacción.

1.3. Teoría de la gestión de la demanda

Según Plaza (2020), la gestión de la demanda implica predecir y controlar la demanda de reservas en un hotel, teniendo en cuenta varios factores clave. Entre estos factores se incluyen la temporada del año, eventos especiales y tendencias históricas. Estos elementos influyen en la fluctuación de la demanda de habitaciones en un hotel, lo que puede ser aprovechado de manera estratégica.

Por otro lado, Yañez (2019) indica que cuando se gestiona adecuadamente la demanda, los hoteles pueden optimizar su capacidad y recursos disponibles. Esto significa ajustar la disponibilidad de habitaciones de acuerdo con las expectativas y necesidades de los clientes, evitando así situaciones de sobreventa o falta de disponibilidad.

Durante períodos de alta demanda, como las vacaciones o eventos especiales, los hoteles pueden ajustar sus precios y políticas de reserva para maximizar los ingresos y la ocupación. Por otro lado, durante períodos de menor demanda, como la temporada baja, pueden implementar estrategias de promoción y descuentos para atraer a más clientes y evitar habitaciones vacías (Plaza, 2021).

Al gestionar la demanda de manera efectiva, los hoteles pueden asegurarse de satisfacer las expectativas de los clientes en términos de disponibilidad de habitaciones y opciones de reserva. Esto contribuye directamente a la satisfacción del cliente, ya que se sienten atendidos y pueden obtener las reservas deseadas de manera fácil y conveniente.

1.4. Teoría de la Gestión de la Reputación en Línea

Buendía (2021) indica que la gestión adecuada de reservas, que incluye una comunicación clara con los clientes, un servicio de calidad y una resolución efectiva de problemas, tiene un impacto significativo en la reputación en línea de un hotel.

La gestión de reservas eficiente y efectiva, desde el proceso de reserva inicial hasta la experiencia del cliente durante su estancia, puede generar una reputación positiva en línea. Esto se logra al cumplir con las expectativas de los clientes, brindar un servicio de calidad y resolver cualquier problema que pueda surgir de manera satisfactoria. Una buena reputación en línea es fundamental para el éxito de un hotel, ya que influye en la confianza que los clientes potenciales depositan en el establecimiento. Los clientes suelen leer las opiniones y experiencias de otros usuarios antes de tomar una decisión de reserva. Si un hotel tiene una buena reputación en línea, esto genera

confianza en los clientes y aumenta la probabilidad de que elijan ese hotel para su estancia (Buendía, 2021).

Camps (2019) confirma la teoría agregando que: una buena reputación en línea también contribuye a la satisfacción del cliente. Los clientes pueden tomar decisiones informadas basadas en las experiencias de otros usuarios y tener expectativas realistas sobre el servicio que recibirán. Esto evita sorpresas desagradables y contribuye a una experiencia más satisfactoria.

1.5. Gestión de reservas en la industria hotelera

La gestión de reservas en la industria hotelera es un proceso esencial para garantizar una experiencia positiva para los huéspedes y maximizar la eficiencia operativa de un hotel. Implica la administración y coordinación de todas las reservas de habitaciones y servicios relacionados, desde la recepción de la solicitud de reserva hasta el check-out del huésped.

1.5.1. La gestión de reservas en la industria hotelera.

Según Chaffey y Ellis-Chadwick (2019), la gestión de reservas implica la utilización de técnicas y herramientas para optimizar la disponibilidad de habitaciones, fijar precios y promocionar el hotel.

La gestión de reservas en la industria hotelera se refiere a la planificación, organización y control de las reservas de habitaciones en un hotel. Esta área es fundamental para el éxito de un hotel, ya que la eficacia de la gestión de reservas puede afectar directamente a la ocupación y a los ingresos generados por la propiedad. La gestión de reservas implica la administración de la disponibilidad de habitaciones y la fijación de precios para cada habitación, así como la promoción y comercialización de la propiedad en diferentes canales de distribución, como agencias de viajes en línea, motores de búsqueda y redes sociales.

Además, la gestión de reservas también incluye la implementación de políticas de cancelación y de overbooking, así como la administración de inventarios y la gestión de los pagos. En la actualidad, la gestión de reservas

ha evolucionado considerablemente gracias a la tecnología y a la disponibilidad de herramientas y sistemas especializados que permiten una gestión más eficiente y automatizada. Los sistemas de gestión de reservas (PMS) permiten una gestión más eficaz de las reservas, y los sistemas de distribución global (GDS) y las agencias de viajes en línea (OTAS) permiten llegar a una audiencia más amplia y diversa.

La gestión de reservas es una de las áreas más importantes de la industria hotelera y es esencial para el éxito de cualquier propiedad. La utilización de herramientas y sistemas especializados y la comprensión de las mejores prácticas de la gestión de reservas pueden ayudar a los hoteles a maximizar la ocupación y los ingresos, y a mejorar la satisfacción del cliente. La gestión de reservas debe abordar también aspectos como la fijación de políticas de cancelación, el control de inventarios y la implementación de sistemas de pago seguros (Alén y Gutiérrez, 2021)

La fijación de políticas de cancelación es un elemento importante de la gestión de reservas, ya que permite al hotel establecer las condiciones para cancelar una reserva sin perder la totalidad del ingreso generado por la misma. De esta manera, el hotel puede evitar la pérdida de ingresos en caso de que un cliente cancele su reserva, especialmente si se trata de una reserva en una temporada alta. El control de inventarios también es crucial en la gestión de reservas, ya que permite a los hoteles maximizar la ocupación de habitaciones disponibles y garantizar una buena gestión de la disponibilidad de habitaciones. La implementación de sistemas de pago seguros es otro aspecto importante de la gestión de reservas, ya que garantiza la seguridad de las transacciones y la protección de los datos de los clientes.

1.5.2. Características y objetivos de la gestión de reservas en hoteles.

Según Pérez y Hernández (2021), la gestión de reservas en hoteles tiene como objetivo principal maximizar la ocupación y la rentabilidad del

establecimiento a través de la utilización de herramientas y técnicas que permitan controlar la disponibilidad de habitaciones, fijar precios adecuados, implementar políticas de cancelación, gestionar la distribución de habitaciones, y mejorar la satisfacción del cliente.

La gestión de reservas en hoteles es una parte fundamental de la administración hotelera que se enfoca en la planificación, organización y control de las reservas de habitaciones y servicios en un hotel. Tiene como objetivo principal maximizar la ocupación y la rentabilidad del hotel, garantizando una adecuada distribución de las habitaciones y la satisfacción de los clientes.

Se presentan las principales características de la gestión de reservas en hoteles, destacando los aspectos clave que los hoteleros deben considerar al implementar y mejorar sus procesos de reserva. Estas características abarcan desde la utilización de sistemas de gestión especializados hasta la importancia de la disponibilidad en tiempo real y la estrategia de precios. Al comprender y aplicar estas características, los hoteles pueden aumentar su eficiencia operativa y ofrecer una experiencia de reserva más satisfactoria para sus huéspedes. A continuación, se presenta una descripción detallada de cada una de estas características en la tabla.

Tabla 1.

Principales características de la gestión de reservas en hoteles

| | |
|-----------------------------|---|
| Maximizar la ocupación | Uno de los principales objetivos de la gestión de reservas es asegurar una alta ocupación de habitaciones en el hotel. Esto se logra implementando estrategias efectivas de comercialización y promoción, así como optimizando la disponibilidad y distribución de las habitaciones para aprovechar al máximo la demanda. |
| Incrementar la rentabilidad | Además de la ocupación, la gestión de reservas busca maximizar los ingresos generados por el hotel. Esto implica establecer tarifas adecuadas, gestionar las políticas de precios y promociones, y aprovechar oportunidades de venta cruzada o venta de servicios adicionales durante el proceso de reserva. |
| Control de inventario | La gestión de reservas implica mantener un control preciso del inventario de habitaciones y servicios disponibles en el hotel. Esto implica llevar un registro actualizado de la disponibilidad de habitaciones, gestionar las asignaciones de |

habitaciones de acuerdo con las solicitudes de los huéspedes y mantener una comunicación fluida con otros departamentos del hotel, como el departamento de limpieza y mantenimiento.

Nota: La implementación adecuada de estas características puede llevar a numerosos beneficios para los hoteles. Al utilizar un sistema de gestión de reservas eficiente, los hoteles pueden automatizar y centralizar el proceso de reserva, evitando overbookings y conflictos de disponibilidad. Pérez López, R., & Hernández Torres, A. (2021). Gestión de reservas en hoteles: un estudio de caso en la ciudad de La Habana. Estudios y perspectivas en turismo, 26(2), 254-270. <https://www.redalyc.org/toc.oa?id=1807&numero=52116>

1.5.3. Evolución de la gestión de reservas en la industria hotelera.

En el pasado, la gestión de reservas se realizaba manualmente a través de libros de registro y comunicaciones telefónicas. Con el desarrollo de sistemas informáticos, se introdujeron los primeros sistemas de reservas automatizados, lo que permitió un mejor seguimiento y gestión de las reservas. A mediados de la década de 1970, se introdujeron los sistemas de distribución global, que permitieron a los hoteles y agencias de viajes acceder y reservar habitaciones en múltiples hoteles a través de un sistema centralizado. Esto amplió la visibilidad y accesibilidad de los hoteles a nivel global (Perez, et al. 2020).

Según Rojas (2022) En la industria hotelera, la gestión de reservas continúa evolucionando con los avances tecnológicos y los cambios en las preferencias de los clientes.

Desde el aumento del uso de aplicaciones móviles y la inteligencia artificial hasta la creciente importancia de las plataformas de reservas en línea, estas tendencias están moldeando la forma en que los hoteles administran y

optimizan sus reservas. A continuación, se presenta una descripción detallada de cada una de estas tendencias en la tabla.

Tabla 2

Tendencias que influyen en la gestión de reservas

| | |
|---|---|
| Reservas móviles | Con el crecimiento de los dispositivos móviles y las aplicaciones, muchas personas ahora prefieren realizar reservas directamente desde sus teléfonos o tabletas. |
| Inteligencia artificial y chatbots | La inteligencia artificial se está utilizando cada vez más en la gestión de reservas para mejorar la atención al cliente y proporcionar respuestas rápidas a consultas comunes. |
| Personalización y recomendaciones | Los hoteles están utilizando tecnologías de análisis de datos para recopilar información sobre los clientes y ofrecer recomendaciones personalizadas. Esto incluye sugerencias de habitaciones, paquetes promocionales y servicios adicionales que se adaptan a las preferencias y necesidades individuales de los huéspedes. |
| Distribución a través de plataformas de reserva en línea: | Las plataformas de reserva en línea, como Booking.com, Expedia y Airbnb, continúan siendo canales populares para la gestión de reservas. |

Integración de sistemas y automatización

La integración de sistemas de gestión de propiedades (PMS) con sistemas de reservas en línea y otros sistemas de apoyo está ganando importancia.

Nota: Es esencial que los hoteles estén atentos a estas tendencias y las incorporen en su estrategia de gestión de reservas. Rojas, K. (2021). Percepción de la calidad y satisfacción del servicio en hoteles de dos estrellas de Huánuco 2020. Facultad de administración Hotelera, turismo y gastronomía. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/c17dbfdc-e53e-437c-9c47-48bfe9aa66b3>

1.5.4. Mejores prácticas en la gestión de reservas en hoteles.

Las prácticas en la gestión de reservas en hoteles se refieren al conjunto de acciones, estrategias y procesos implementados para administrar de manera efectiva y eficiente las reservas de habitaciones en un hotel. Estas prácticas tienen como objetivo principal maximizar la ocupación y los ingresos, al tiempo que garantizan una experiencia satisfactoria para los huéspedes. Las prácticas en la gestión de reservas incluyen aspectos como la utilización de sistemas de gestión de reservas, que permiten centralizar y automatizar el proceso de reserva, brindando una mayor precisión y eficiencia. También implican la implementación de estrategias de precios dinámicos, ajustando las tarifas de las habitaciones según la demanda, la disponibilidad y otros factores relevantes (Antoli y Hernández, 2023).

Según Antoli y Hernández (2023), las mejores prácticas en la gestión de reservas en hoteles son esenciales para garantizar una operación eficiente y maximizar los ingresos.

Al aplicar estas prácticas, los hoteles pueden mejorar la experiencia del cliente, maximizar la ocupación y aumentar la eficiencia operativa. A

continuación, se describe detalladamente cada una de estas prácticas en la tabla.

Tabla 3.

Prácticas destacadas en la gestión de reservas en hoteles

| | |
|--|---|
| Utilización de un sistema de gestión de reservas | Implementar un sistema de gestión de reservas centralizado y automatizado es fundamental. Esto permite tener un control preciso de las reservas, evitar duplicidades y simplificar la administración. |
| Optimización de la estrategia de precios | Utilizar un enfoque de revenue management para ajustar los precios en función de la demanda, la temporada, los eventos especiales y otros factores relevantes. Esto implica establecer tarifas dinámicas y estrategias de precios flexibles que maximicen los ingresos. |
| Gestión de disponibilidad y overbooking | Mantener un equilibrio adecuado entre la capacidad del hotel y la demanda de reservas es esencial. La gestión cuidadosa de la disponibilidad y la implementación de políticas de overbooking controladas pueden ayudar a maximizar la ocupación y minimizar las cancelaciones o no-shows. |

Políticas de cancelación y depósitos Establecer políticas claras de cancelación y depósito es fundamental para proteger los ingresos y minimizar las cancelaciones de último minuto. Estas políticas deben ser comunicadas claramente a los huéspedes al momento de hacer la reserva.

Gestión eficiente de canales de distribución Administrar adecuadamente los diferentes canales de distribución, como agencias de viajes en línea, sitios web propios y sistemas de distribución global (GDS), es importante para asegurar una distribución amplia y efectiva de las reservas.

Atención personalizada al cliente Brindar un servicio de atención al cliente excepcional en todas las etapas del proceso de reserva. Responder rápidamente a las consultas, ofrecer asistencia personalizada y asegurarse de que los clientes se sientan valorados y satisfechos.

Análisis de datos y seguimiento de KPIs Utilizar herramientas analíticas y realizar un seguimiento de indicadores clave de rendimiento (KPIs) relevantes, como la tasa de

ocupación, el RevPAR (ingreso por habitación disponible) y el ADR (tarifa promedio diaria), para evaluar el desempeño y tomar decisiones informadas.

Nota: Al adoptar estas prácticas destacadas, los hoteles pueden mejorar significativamente su capacidad para gestionar y maximizar las reservas, brindar experiencias excepcionales a los huéspedes y obtener una ventaja competitiva en la industria hotelera en constante evolución. Antolí , N., & Hernández, X. (2023). La tecnología como catalizador para innovar la formación en escuelas de hostelería y restauración. Vol. 12, Núm. 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8818548>

1.5.5. Impacto de la gestión de reservas en la rentabilidad y satisfacción del cliente.

Según Domínguez et al., (2022), el impacto de la gestión de reservas en la rentabilidad y satisfacción del cliente es un tema relevante en la industria hotelera. Una eficiente gestión de reservas puede tener un efecto significativo en la rentabilidad de un hotel, así como en la satisfacción y fidelidad de sus clientes. En términos de rentabilidad, una gestión adecuada de las reservas puede ayudar a maximizar los ingresos y minimizar los costos operativos. Al optimizar la ocupación de habitaciones, los hoteles pueden asegurarse de que están generando ingresos consistentes y aprovechando al máximo sus recursos.

Esto implica establecer estrategias de precios dinámicos, gestionar inventarios de habitaciones y utilizar técnicas de *yield management* para ofrecer tarifas competitivas y atractivas. Una gestión efectiva de las reservas también puede contribuir a reducir los costos asociados con la sobreventa o subutilización de habitaciones (Nequis, et al. 2022).

La satisfacción del cliente, la gestión de reservas desempeña un papel crucial. Un proceso de reserva ágil, transparente y sencillo puede mejorar la experiencia del cliente desde el principio. La disponibilidad de opciones flexibles de reserva, como diferentes tipos de habitaciones, servicios adicionales y políticas de cancelación razonables, permite a los clientes personalizar su estadía y satisfacer sus necesidades individuales.

Además, una gestión efectiva de las reservas ayuda a garantizar la disponibilidad de habitaciones y servicios solicitados, evitando situaciones de overbooking o falta de disponibilidad que podrían generar insatisfacción y frustración en los clientes.

Una gestión eficiente de reservas en la industria hotelera tiene un impacto directo en la rentabilidad y satisfacción del cliente. La optimización de los ingresos y la reducción de costos operativos, junto con la mejora en la experiencia del cliente a través de un proceso de reserva fluido, opciones flexibles y un servicio al cliente de calidad, son aspectos clave para el éxito de un hotel y para lograr la satisfacción y fidelidad de los clientes.

1.6. Teoría de recursos y capacidades

Según Reynoso, Valenzuela y Campos (2017), “La teoría de recursos y capacidades es un marco conceptual ampliamente utilizado en la gestión estratégica para comprender cómo las organizaciones pueden lograr ventajas competitivas sostenibles a través de la utilización efectiva de sus recursos y capacidades” En el contexto de la evaluación de la gestión de reservas y su relación con la satisfacción del cliente en el caso del Hotel Avenida Machala, la teoría de recursos y capacidades puede ser aplicada para analizar cómo los recursos y capacidades del hotel influyen en su capacidad para ofrecer una experiencia de reserva satisfactoria.

La teoría de recursos y capacidades ofrece una lente para analizar cómo los recursos y capacidades del hotel impactan en la gestión de reservas y, a su

vez, en la satisfacción del cliente. Aquí hay algunas maneras en las que esto puede relacionarse

La teoría de recursos y capacidades proporciona un enfoque para evaluar cómo los recursos y capacidades del Hotel Avenida Machala influyen en la gestión de reservas y, por ende, en la satisfacción del cliente. Identificar las fortalezas y áreas de mejora en los recursos y capacidades relevantes puede guiar la implementación de estrategias efectivas para mejorar la experiencia de reserva y, en última instancia, la satisfacción del cliente.

1.7. Teoría de calidad

La teoría de Calidad Total, un enfoque de gestión ampliamente reconocido, puede ser aplicada de manera efectiva en la evaluación de la gestión de reservas y su impacto en la satisfacción del cliente en el caso del Hotel Avenida Machala. En este sentido, la teoría se enfoca en lograr la excelencia en todas las áreas de la organización, desde la recepción hasta el proceso de reserva, a través de la mejora continua y la participación activa de todos los miembros del equipo (Muñoz, 2021).

En el contexto específico del hotel, esto implica un compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente, lo que se traduce en procesos de reserva más eficiente y satisfactoria.

La teoría de Calidad Total prioriza el enfoque en el cliente, lo que significa que el proceso de reserva debe ser diseñado para satisfacer sus necesidades y expectativas de manera precisa y efectiva. Para lograrlo, el hotel puede implementar sistemas de reserva en línea intuitivos y de fácil uso, garantizando que los clientes puedan acceder y reservar habitaciones de manera conveniente en cualquier momento. Además, la mejora continua es esencial: evaluaciones regulares del proceso de reserva permiten identificar posibles áreas de mejora y ajustar en consecuencia, asegurando que el proceso sea cada vez más eficiente y satisfactorio.

1.8. Satisfacción del cliente en la industria hotelera

Según indica Rojas (2021), la satisfacción del cliente en la industria hotelera se refiere a la medida en que los clientes se sienten satisfechos con su experiencia en un hotel. Es un indicador importante que influye en la reputación, el éxito y la rentabilidad de un hotel.

La satisfacción del cliente en la industria hotelera se construye a través de diversos aspectos. En primer lugar, la calidad de los servicios ofrecidos es fundamental. Esto incluye desde la comodidad de las habitaciones, la limpieza y mantenimiento, hasta la calidad de los alimentos y bebidas, el servicio de recepción y la atención al cliente en general. Los hoteles que brindan servicios de alta calidad y cumplen o superan las expectativas de los huéspedes tienen más probabilidades de lograr una alta satisfacción del cliente (Rojas, 2021).

Por su lado Cruz (2022) indica que:

La gestión de reservas también influye en la satisfacción del cliente. Un proceso de reserva eficiente, transparente y sin complicaciones permite a los huéspedes obtener la habitación y los servicios deseados de manera rápida y conveniente. La disponibilidad de opciones flexibles de reserva, como diferentes tipos de habitaciones y políticas de cancelación razonables, también contribuye a la satisfacción del cliente al brindarles mayor control y adaptabilidad en su experiencia de viaje.

Es importante destacar que la satisfacción del cliente en la industria hotelera no solo afecta la experiencia individual del cliente, sino que también puede tener un impacto a largo plazo en la reputación y el éxito del hotel. Los clientes satisfechos tienden a compartir sus experiencias positivas con otros, lo que puede generar una mayor demanda y lealtad hacia el hotel. Por el contrario, los clientes insatisfechos pueden compartir sus experiencias negativas, afectando la imagen y la reputación del hotel.

1.8.1. Factores que influyen en la satisfacción del cliente en hoteles.

Según Sánchez (2020), los factores que influyen en la satisfacción del cliente en hoteles son diversos y pueden variar según las necesidades y expectativas individuales de cada cliente.

Al comprender y abordar estos factores, los hoteles pueden mejorar la satisfacción general de sus clientes y fomentar la fidelidad. A continuación, se describen detalladamente cada uno de estos factores en la tabla.

Tabla 4.

Factores que impactan en la satisfacción del cliente en la industria hotelera

| | |
|--------------------------|---|
| Calidad de los servicios | La calidad de los servicios prestados por el hotel es fundamental para la satisfacción del cliente. Esto incluye aspectos como la limpieza de las habitaciones, la comodidad de las camas, la calidad de los alimentos y bebidas, la eficiencia del servicio de recepción, la amabilidad y profesionalismo del personal, entre otros. Los clientes esperan recibir un alto nivel de calidad en todos los aspectos de su estancia en el hotel. |
| Atención al cliente | La forma en que el personal del hotel interactúa y atiende a los clientes tiene un impacto significativo en su satisfacción. Los clientes valoran una atención amable, cortés y |

personalizada. La capacidad del personal para resolver problemas de manera rápida y efectiva, así como para brindar recomendaciones y asistencia, contribuye a una experiencia positiva y aumenta la satisfacción del cliente.

Cumplimiento de expectativas

Los clientes tienen ciertas expectativas al elegir un hotel y esperan que se cumplan durante su estancia. Estas expectativas pueden incluir la limpieza de las habitaciones, la disponibilidad de servicios como Wi-Fi, estacionamiento, gimnasio, piscina, entre otros. Cuando el hotel cumple con estas expectativas, los clientes se sienten satisfechos y su experiencia general mejora.

Valor percibido

Los clientes evalúan si el precio pagado por los servicios y comodidades ofrecidos por el hotel es justo y adecuado. Si sienten que están obteniendo un buen valor por su dinero, es más probable que estén satisfechos. Esto implica una relación

equilibrada entre el precio y la calidad de los servicios ofrecidos.

Proceso de reserva y check-in

La facilidad y eficiencia del proceso de reserva, así como la suavidad del proceso de check-in, influyen en la satisfacción del cliente. Los clientes valoran la conveniencia de poder realizar reservas rápidas y seguras, así como la capacidad de realizar el check-in sin problemas y sin demoras.

Ambiente y comodidades

El ambiente del hotel, incluyendo el diseño de las instalaciones, la decoración, la calidad de las amenidades y la disponibilidad de servicios adicionales, también afectan la satisfacción del cliente. Un entorno agradable y acogedor contribuye a una experiencia positiva y al bienestar general del cliente.

Cumplimiento de promesas y expectativas

Los hoteles que cumplen con las promesas que hacen a través de su publicidad y comunicación generan confianza y satisfacción en los clientes. Es

importante que el hotel cumpla con lo que promete en términos de servicios, comodidades y experiencias ofrecidas.

Nota: La personalización y la capacidad de anticipar las necesidades individuales de los huéspedes también juegan un papel importante. Los hoteles que pueden ofrecer experiencias personalizadas y adaptarse a las preferencias individuales de los huéspedes tienden a generar altos niveles de satisfacción. Sanchez, A (2020). Diseño de un plan de mejora de la calidad en el servicio interno y externo del hotel casa Q para el año 2017. Pontificia universidad católica del Ecuador. Quito. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13781>

1.8.2. Métodos de medición de la satisfacción del cliente.

Marcelo (2018) Indica que existen diversos métodos de medición de la satisfacción del cliente en la industria hotelera. Estos métodos se utilizan para recopilar información sobre la percepción y experiencia de los clientes, y así evaluar su nivel de satisfacción.

Cada método tiene sus propias ventajas y consideraciones, y su elección depende de los recursos disponibles y los objetivos específicos del hotel. A continuación, se describen detalladamente cada uno de estos métodos en la tabla.

Tabla 5.

Métodos de medición de la satisfacción del cliente

Encuestas de satisfacción

Las encuestas son una forma tradicional y ampliamente utilizada de recopilar información sobre la satisfacción del cliente. Se pueden realizar encuestas presenciales, por teléfono, por correo electrónico o a través de formularios en línea. Las

preguntas pueden abordar diversos aspectos de la estancia del cliente, como la calidad de los servicios, la atención al cliente, las instalaciones y la relación calidad-precio. Los clientes pueden calificar su experiencia en una escala numérica, responder a preguntas de opción múltiple o proporcionar comentarios abiertos.

Comentarios y reseñas en línea

Las plataformas de revisión en línea, como TripAdvisor o Booking.com, ofrecen a los clientes la posibilidad de dejar comentarios y reseñas sobre su experiencia en un hotel. Estas opiniones pueden ser una fuente valiosa de información sobre la satisfacción del cliente. Los hoteles pueden monitorear y analizar estos comentarios para identificar áreas de mejora y abordar las preocupaciones de los clientes.

Entrevistas y *focus groups*

Las entrevistas individuales y los grupos de discusión son métodos cualitativos de recopilación de información que permiten una comprensión más profunda de la satisfacción del cliente. Estos métodos implican conversaciones

directas con los clientes, donde se les invita a compartir sus experiencias, opiniones y sugerencias. Las entrevistas y los focus groups brindan la oportunidad de explorar temas específicos en detalle y obtener una perspectiva más detallada de la satisfacción del cliente.

Análisis de datos y métricas

Además de los métodos tradicionales, el análisis de datos y las métricas también pueden utilizarse para medir la satisfacción del cliente de manera cuantitativa. Esto implica el seguimiento y análisis de métricas clave, como el índice de satisfacción del cliente (CSI), la tasa de repetición de clientes, el Net Promoter Score (NPS) y la tasa de recomendación. Estas métricas proporcionan una visión general del nivel de satisfacción de los clientes y permiten comparaciones en el tiempo y con la competencia.

Nota: Al utilizar estos métodos de medición de la satisfacción del cliente, los hoteles pueden identificar áreas de mejora, tomar decisiones informadas y brindar experiencias excepcionales que satisfagan las necesidades y expectativas de sus huéspedes. Marcelo, J. (2021). Modelo de gestión hotelera para la mejora del servicio de alojamiento en la ciudad manta.

1.9. Relación entre la gestión de reservas y la satisfacción del cliente

La relación entre la gestión de reservas en la industria hotelera y la satisfacción del cliente ha sido estudiada por varios autores. Algunos investigadores han destacado que una gestión eficiente de reservas tiene un impacto significativo en la satisfacción del cliente. Para lograrlo, se deben enfocar en aspectos como la precisión y confiabilidad del proceso de reserva, así como la transparencia en la información proporcionada al cliente. Una gestión efectiva de reservas ayuda a reducir la incertidumbre y la ansiedad del cliente, lo que a su vez mejora su satisfacción.

La importancia de una gestión de reservas bien organizada y flexible. Esta permite ofrecer diferentes opciones de reserva, ajustes de fechas y servicios personalizados, lo que aumenta la percepción de valor por parte del cliente y fortalece su satisfacción con el hotel. Además, una gestión proactiva de reservas, que anticipa las necesidades y preferencias del cliente, también contribuye a su satisfacción. (Pazmiño, 2021)

Por otro lado, Plaza (2021) Indica que:

La atención al cliente durante todo el proceso de reserva y estancia en el hotel también juega un papel crucial. Una gestión de reservas que se acompaña de un servicio al cliente amigable, eficiente y personalizado mejora la satisfacción del cliente y su percepción de calidad del servicio recibido.

La gestión de reservas en la industria hotelera desempeña un papel fundamental en la satisfacción del cliente. Es importante garantizar la precisión, confiabilidad, flexibilidad y atención al cliente durante todo el proceso. Estos aspectos crean una experiencia positiva para el cliente, fortalecen su satisfacción y promueven su lealtad hacia el hotel.

1.9.1. Impacto de la gestión de reservas en la satisfacción del cliente.

Yañez (2019) comenta que:

La gestión de reservas en la industria hotelera desempeña un papel crucial en la satisfacción del cliente. Numerosos estudios han demostrado que una gestión eficiente de las reservas tiene un impacto directo en la experiencia general del cliente y en su nivel de satisfacción. Una gestión de reservas efectiva implica garantizar la disponibilidad de habitaciones en el momento adecuado, brindar opciones flexibles de reserva y ofrecer información clara y precisa sobre tarifas, políticas de cancelación y servicios adicionales. Cuando los clientes encuentran un proceso de reserva fácil, transparente y conveniente, se sienten satisfechos y tienen una percepción positiva del hotel.

Por otro lado, Buendía (2021) dice que:

La comunicación clara y efectiva durante todo el proceso de reserva es otro factor esencial. Los clientes valoran recibir confirmaciones rápidas y precisas, así como información relevante sobre su reserva. La posibilidad de realizar cambios o solicitar servicios adicionales de manera fácil y rápida también influye en la satisfacción del cliente.

Entonces se puede decir que una gestión de reservas bien ejecutada tiene un impacto positivo en la satisfacción del cliente en la industria hotelera. La disponibilidad de habitaciones, la flexibilidad en las opciones de reserva y una comunicación clara y efectiva son elementos clave para garantizar una experiencia de reserva satisfactoria. Al cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes, los hoteles pueden mejorar la satisfacción general del cliente y fomentar su lealtad a largo plazo.

1.9.2. Factores que influyen en la satisfacción del cliente relacionados con la gestión de reservas.

Sánchez (2020) indica que La satisfacción del cliente en relación con la gestión de reservas en la industria hotelera está influenciada por diversos

factores. Estos factores desempeñan un papel crucial en la experiencia de reserva y en la percepción global del cliente sobre el hotel.

Uno de los factores clave es la accesibilidad y facilidad de uso del sistema de reserva. Los clientes valoran la disponibilidad de canales de reserva convenientes, como sitios web o aplicaciones móviles intuitivas, que les permiten realizar reservas de manera rápida y sencilla. Un proceso de reserva complicado o poco claro puede generar frustración y afectar negativamente la satisfacción del cliente. (Sánchez, 2020).

Por su lado, Sandoval e Ibáñez (2021) hablan que:

La confiabilidad y la eficiencia en la gestión de reservas también son factores determinantes. Los clientes esperan que su reserva sea procesada de manera oportuna y precisa, sin errores ni confusiones. Un sistema de reserva confiable y una gestión eficiente reducen las posibilidades de problemas o inconvenientes, lo que a su vez mejora la satisfacción del cliente. Además, la atención al cliente durante el proceso de reserva es fundamental. Los clientes valoran una atención amable, servicial y profesional por parte del personal del hotel. La capacidad de resolver dudas, brindar recomendaciones y ofrecer asistencia personalizada genera una experiencia positiva y contribuye a la satisfacción del cliente.

1.10. Evaluación de la gestión de reservas y su relación con la satisfacción al cliente.

Cedeño y Rosario (2020) presentaron un Modelo de gestión para mejorar el producto turístico en el sector hotelero de la parroquia Crucita ya que debido al flujo de turistas que presentaba la parroquia y la competencia que mantenían los establecimientos era necesario estructurar un modelo de gestión hotelera para poder mejorar los productos ofrecidos. El enfoque del estudio fue realizado en la provincia de Manabí, por medio de un estudio exploratorio, encuestando a los visitantes. La población que fue tomada para llevar a cabo la investigación se encontraba conformada por todas las personas que visitaban con fines

turísticos la parroquia de Crucita. Esta muestra fue escogida por un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Una vez implementado el modelo de gestión para mejorar el producto turístico, se procede a la evaluación, se la efectúa en base a la aplicación de pasos (inventariar, vigilar, evaluar, enriquecer, optimizar, proteger), y a indicadores (generalidades internas y externas, gestión administrativa, adecuaciones, infraestructura, atención y satisfacción del cliente, comunicación y publicidad, compromiso con el medioambiente) calificados en un escala de porcentajes base 100% y que forman parte de la herramienta de control. (Cedeño y Rosaro, 2020).

El trabajo de campo aplicado por Cedeño y rosario (2020) mediante el diagnostico situacional evidenció muchos elementos positivos y negativos que influían directamente al turismo dentro de Crucita. Se demostró que esta zona contaba con vías de acceso de primer orden y atractivos centros turísticos. Se afirmó también que el sector Hotelero de Crucita contaba con el apoyo de grandes recursos para poder atraer más demanda, como paisajes, aras de recreación, etc.

Por otro lado, Hu (2022) presento un estudio acerca la satisfacción de los clientes en hoteles de lujo de Sevilla a partir de las reseñas de Tripadvisor. Para el estudio se recogieron las reseñas por Tripadvisor.com correspondiente a 7 hoteles diferentes en Sevilla. Con estos datos se realizó un análisis por Excel, aplicando las diferentes herramientas de cálculo existentes para obtener los resultados en forma de resumen. Con todas las reseñas encontradas se procede a sacar cuales son los principales problemas que presentan los huéspedes en los diferentes hoteles.

El empleo del software Atlas.ti 22.4 ha resultado una herramienta de trabajo propicia para que los hoteles puedan realizar un análisis cualitativo de las reseñas en plataformas como Tripadvisor, cuya influencia para los propósitos de compra de cliente es trascendental. Los resultados de la investigación evidencian para el caso de estudio que la gestión de staff resulta

un elemento común tanto para las reseñas positivas como para las negativas y que incide directamente en la satisfacción del cliente. (Hu, 2022)

1.11. Modelo Servqual

El modelo Servqual se utiliza para medir las percepciones y expectativas de los clientes en relación con la calidad del servicio proporcionado por una organización. SERVQUAL se basa en la premisa de que la calidad del servicio se puede entender a través de la brecha entre las expectativas del cliente y las percepciones reales del servicio recibido. Las dimensiones de este modelo son:

- **Confiabilidad (Reliability):** Esta dimensión se refiere a la capacidad de la organización para proporcionar un servicio de manera consistente y confiable. Los clientes evalúan si la empresa cumple sus promesas y si el servicio se brinda de manera precisa y sin errores.
- **Capacidad de respuesta (Responsiveness):** La capacidad de respuesta se relaciona con la disposición y la capacidad de la organización para ayudar a los clientes de manera oportuna. Implica la disposición a brindar un servicio rápido y eficiente cuando los clientes lo necesitan.
- **Seguridad (Assurance):** La dimensión de seguridad se refiere a la competencia y la cortesía del personal de la organización, así como a su capacidad para generar confianza en los clientes. Los clientes evalúan si sienten que están en buenas manos y si el personal es competente y confiable.
- **Empatía (Empathy):** La empatía se relaciona con la capacidad de la organización para comprender las necesidades y expectativas de los clientes y brindar un servicio personalizado y atento. Implica mostrar interés genuino por el bienestar de los clientes.

1.11. Marco legal Y/O Normativo

1.11.1. Ley de turismo

La Ley de Turismo de un país desempeña un papel fundamental en la regulación y promoción del sector turístico, estableciendo los marcos legales y las directrices para su desarrollo. Esta ley proporciona un contexto legal y normativo en el que el Hotel Avenida Machala debe operar y gestionar sus reservas.

Tabla 6.

Ley de turismo

| | |
|--|--|
| Art. 18.- Requisitos para la clasificación y categorización de los establecimientos turísticos. | Establece los requisitos para la clasificación y categorización de los establecimientos turísticos, incluyendo los hoteles. Este artículo puede ser relevante para analizar cómo el Hotel Avenida Machala cumple con los estándares y requisitos establecidos para su categorización. |
| Art. 19.- Derechos y deberes de los turistas | Establece los derechos y deberes de los turistas. Este artículo puede ser relevante para evaluar cómo el hotel garantiza y respeta los derechos de los turistas que realizan reservas, incluyendo aspectos como la información clara y veraz, la atención y el trato adecuados, y la resolución de reclamaciones o quejas. |
| Art. 20.- Derechos y deberes de los prestadores de servicios turísticos. | Establece los derechos y deberes de los prestadores de servicios turísticos, que incluyen a los hoteles. Este artículo |

puede ser relevante para analizar cómo el Hotel Avenida Machala cumple con sus obligaciones hacia los turistas, como brindar servicios de calidad, mantener la seguridad y limpieza de las instalaciones, y cumplir con las políticas de reserva y cancelación.

Art. 21.-Obligaciones de los prestadores de servicios turísticos en relación con la calidad de los servicios:

Establece las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos en relación con la calidad de los servicios. Este artículo puede ser relevante para evaluar cómo el hotel garantiza la calidad de sus servicios en el proceso de reserva y durante la estancia de los clientes, considerando aspectos como la disponibilidad de habitaciones, la atención al cliente y la satisfacción general.

Art. 43.- Sanciones administrativas por incumplimiento de las disposiciones de la Ley de turismo.

Establece las sanciones administrativas por incumplimiento de las disposiciones establecidas en la Ley de Turismo. Este artículo puede ser relevante para comprender las posibles sanciones que podrían aplicarse en caso de que el Hotel Avenida Machala no cumpla con las regulaciones y normas establecidas en la gestión de reservas y la satisfacción al cliente.

Nota: Al cumplir con los requisitos legales y normativos relacionados con la gestión de reservas, el Hotel Avenida Machala puede brindar un servicio confiable y de calidad, lo que contribuye a la satisfacción general de los clientes. Ley de turismo de Ecuador. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

1.11.2. Código civil de Ecuador

El Código Civil abarca aspectos relevantes para la gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala, como la celebración de contratos, las obligaciones y derechos de las partes involucradas, la interpretación y cumplimiento de los acuerdos, y los procedimientos para resolver disputas. Estas disposiciones legales tienen un impacto directo en la gestión de reservas y en la satisfacción de los clientes.

Tabla 7.
Código civil de Ecuador.

| | | |
|--------------------|---|--|
| Art. 1492.- | Contrato de hospedaje | Define el contrato de hospedaje y establece las obligaciones del hospedador y del huésped. |
| Art. 1494.- | Contrato de transporte | Establece las obligaciones del hospedador en cuanto a la conservación y custodia de los bienes del huésped. |
| Art. 1495.- | Contrato de agencia y representación comercial | Establece las obligaciones del huésped, incluyendo el pago del precio del hospedaje y el respeto a las condiciones establecidas por el hospedador. |
| Art. 1501.- | Contratos de agencia y representación comercial. | Establece las responsabilidades del hospedador por daños o perjuicios causados a los bienes del huésped, |

salvo casos de fuerza mayor o culpa exclusiva del huésped.

Nota: El Código Civil de Ecuador es esencial en la tesis mencionada, ya que proporciona el marco legal necesario para la gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala. Al cumplir con las disposiciones legales establecidas en el Código Civil, el hotel puede brindar un servicio de calidad, respetando los derechos de los clientes y fomentando su satisfacción en el proceso de reserva. Código Civil. (2021). https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Codificacion_del_Codigo_Civil.pdf

1.11.3. Código de comercio

El Código de Comercio abarca aspectos importantes para la gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala, como la celebración de contratos comerciales, las responsabilidades de los comerciantes, las normas para la ejecución de transacciones comerciales y las disposiciones relacionadas con la documentación y registro de dichas transacciones. Estas disposiciones legales tienen un impacto directo en la gestión de reservas y en la satisfacción de los clientes.

Tabla 8.

Código de Comercio

| | |
|--|---|
| Art. 492.- Contratos de compraventa mercantil | Establece las normas generales para los contratos de compraventa mercantil, que podrían ser relevantes para las reservas de servicios adicionales ofrecidos por el hotel. |
| Art. 554.- Contrato de transporte | Regula el contrato de transporte, que podría ser relevante en el caso de |

servicios de transporte proporcionados por el hotel.

| | |
|---|---|
| Art. 689.- Contratos de agencia y representación comercial | Establece las disposiciones generales para los contratos de agencia y representación comercial, que podrían aplicarse a acuerdos entre el hotel y agentes de viajes o intermediarios. |
|---|---|

Nota: el Código de Comercio de Ecuador es fundamental en la tesis mencionada, ya que proporciona el marco legal necesario para la gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala. Cumplir con las disposiciones legales establecidas en el código garantiza una gestión eficiente y transparente de las reservas, promoviendo la satisfacción de los clientes y estableciendo una base sólida para las operaciones comerciales del hotel. Código de comercio ecuador. (2019). [https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo de Comercio.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo%20de%20Comercio.pdf)

1.11.4. Normativa tributaria

La normativa tributaria abarca aspectos relevantes para la gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala, como el cálculo y el pago de impuestos, la emisión de comprobantes de venta, las obligaciones de registro y presentación de declaraciones fiscales, y las políticas de retención de impuestos. Estas disposiciones legales tienen un impacto directo en la gestión de reservas y en la satisfacción de los clientes.

Tabla 9.

Normativa tributaria.

| | |
|---|---|
| Ley de Régimen Tributario Interno (Ley No. 822): | Ley del Impuesto al Valor Agregado (Ley No. 6826): |
|---|---|

Art. 9.- Obligación de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
Art. 2.- Hecho generador del impuesto y sujetos obligados.

Art. 56.- Obligación de emitir y entregar comprobantes de venta o facturas.
Art. 9.-Exenciones y tarifas reducidas aplicables a determinados servicios turísticos.

Art. 57.- Regulaciones sobre la emisión de notas de crédito y notas de débito.
Art. 14.-: Obligaciones relacionadas con la facturación y registro de las operaciones gravadas.

*Nota: la normativa tributaria en Ecuador es esencial en la tesis mencionada, ya que proporciona el marco legal necesario para la gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala. Cumplir con las disposiciones legales establecidas en la normativa tributaria garantiza el cumplimiento de las obligaciones fiscales y contribuye a una gestión transparente y responsable de las reservas, promoviendo la satisfacción de los clientes y estableciendo una base sólida para el cumplimiento tributario del hotel. Normativa tributaria de Ecuador. <https://www.sri.gob.ec/normativa-tributaria1>
Normativa tributaria de Ecuador. <https://www.sri.gob.ec/normativa-tributaria1>*

1.11.5. Ley de protección al consumidor

La Ley de Protección al Consumidor abarca aspectos importantes para la gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala, como la información y publicidad veraz, los plazos de entrega y cancelación, las políticas de devolución y reembolso, y la resolución de reclamaciones y disputas. Estas disposiciones legales tienen un impacto directo en la gestión de reservas y en la satisfacción de los clientes.

Tabla 10.

Ley de protección al consumidor.

Art. 4.- Derecho a la información veraz, clara y oportuna.

Este artículo establece que los consumidores tienen derecho a recibir información completa y precisa sobre los bienes y servicios ofrecidos, incluyendo detalles sobre las condiciones de reserva, políticas de cancelación y reembolso, tarifas, servicios incluidos, entre otros aspectos relevantes para la toma de decisiones.

Art. 8.- Derecho a la protección contra publicidad engañosa o abusiva.

Este artículo prohíbe la publicidad que pueda inducir a error o confusión en los consumidores, asegurando que la información brindada sea veraz, clara y no engañosa.

Art. 15.- Derecho a la garantía de calidad y seguridad.

Este artículo establece que los consumidores tienen derecho a recibir bienes y servicios de calidad y seguros, incluyendo los servicios de hospedaje ofrecidos por el hotel.

Art. 23.- Derecho a la atención de reclamos y resolución de conflictos.

Este artículo establece que los consumidores tienen derecho a presentar reclamos y a que sus quejas o disputas sean atendidas y resueltas de manera efectiva por el proveedor de servicios, incluyendo el hotel.

Art. 30.- Derecho a la indemnización por daños y perjuicios.

Este artículo establece que los consumidores tienen derecho a recibir

indemnización por los daños y perjuicios sufridos como resultado de incumplimientos por parte del proveedor de servicios, como políticas de cancelación injustas o falta de cumplimiento de los términos y condiciones acordados.

Nota: la Ley de Protección al Consumidor en Ecuador es fundamental en la tesis mencionada, ya que establece el marco legal necesario para la gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala. Cumplir con las disposiciones legales establecidas en la ley garantiza una gestión transparente y responsable de las reservas, promoviendo la satisfacción de los clientes y estableciendo una relación de confianza basada en el respeto de los derechos del consumidor. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. <https://www.dpe.gob.ec/wp->

SEGUNDA PARTE

Metodología del Proceso de Investigación

2.1. Método de investigación

El método de investigación propuesto se llevó a cabo en varias etapas. En primer lugar, se realizó una investigación documental exhaustiva en el Hotel Avenida Machala. Esto implicó revisar y analizar los documentos internos del hotel, como manuales de procedimientos, políticas de reservas y registros históricos de reservas. A través de este proceso, se documentaron los procesos actuales de reservas, identificando los pasos involucrados, los sistemas utilizados y las responsabilidades del personal.

Posteriormente, se diseñó una encuesta (Anexo1) para evaluar la satisfacción de los clientes con los procesos de reservas del hotel. La encuesta contuvo preguntas cerradas de opción múltiple para recopilar opiniones y sugerencias adicionales. La encuesta se distribuyó a los clientes del Hotel Avenida Machala, en formato impreso en el establecimiento y a través de medios digitales como correo electrónico o redes sociales. Los datos recopilados de las encuestas fueron almacenados y preparados para su posterior análisis.

Luego, se llevó a cabo un análisis estadístico de los datos recopilados. Esto implicó tabular y analizar las respuestas de la encuesta. Finalmente, basándose en los resultados de la investigación documental, la encuesta a los clientes y el análisis estadístico,

2.2. Enfoque de la investigación

La combinación de ambos enfoques, cuantitativo y cualitativo, permitió obtener una visión integral de la gestión de reservas en el hotel. Los datos cualitativos proporcionaron detalles y contexto enriquecedores, mientras que los datos cuantitativos brindaron una perspectiva más objetiva y generalizable. Esta estrategia de enfoque mixto fortaleció la validez y la profundidad de los resultados, proporcionando una base sólida para la comprensión de la relación entre la gestión de reservas y la satisfacción del cliente en el Hotel Avenida Machala.

La combinación de datos cualitativos y cuantitativos permitió una comprensión completa del tema. Los datos cualitativos proporcionaron detalles y contexto

enriquecedores, mientras que los datos cuantitativos ofrecieron una perspectiva más objetiva y generalizable. Esta estrategia de enfoque mixto fortaleció la validez y la robustez de los resultados, proporcionando una base sólida para entender la relación entre la gestión de reservas y la satisfacción del cliente en el contexto del Hotel Avenida Machala.

2.2.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizó en este estudio es una investigación descriptiva. Según Neuman (2013) “La investigación descriptiva se centra en la recolección sistemática de datos con el fin de describir y presentar de manera precisa las características de un fenómeno o población en particular” por ende este estudio puede considerarse como una investigación descriptiva. Ya que se buscó conocer y describir los procesos de reservas actuales en el hotel, así como la satisfacción de los clientes en relación con esos procesos. Se recopilaron datos sobre los procedimientos existentes, las opiniones de los empleados y las percepciones de los clientes, lo que permitió obtener una imagen clara y detallada de la situación actual.

Este estudio buscó no solo describir los procesos de reservas actuales en el hotel y la satisfacción de los clientes, sino también comprender por qué existe una relación entre la eficiencia de los procesos de reserva y la satisfacción del cliente.

2.2.2. Población

Para el enfoque cuantitativo, la población fueron los clientes que han realizado reservas y se han alojado en el Hotel Avenida Machala en el 2023. Mientras que, para el enfoque cualitativo, se consideró a cargos gerenciales y operativos de la empresa.

2.2.3. Muestra

En el enfoque cuantitativo, se optó por realizar un muestreo no probabilístico por conveniencia, conformando así un grupo compuesto por 27 participantes, todos los cuales son clientes habituales del Hotel Avenida Machala. Es decir, clientes que frecuentan el hotel. La elección de estos participantes se basó en criterios específicos, seleccionando a aquellos clientes que habían realizado reservas durante el período que abarca la investigación. La selección de estos participantes se llevó a cabo considerando su disponibilidad y voluntad de colaborar en el estudio. Es importante

destacar que estos participantes habían efectuado sus reservas en el hotel para un periodo de estadía de 5 días.

Para el enfoque cualitativo, se entrevistó al directivo de la empresa y todos los recepcionistas, encargados de las reservas del hotel.

5.4. Conceptualización y operacionalización de variables

| Variable | Conceptualización | Indicadores | Instrumentos y métodos |
|-----------------------------------|--|---|--|
| Nivel de satisfacción del cliente | La gestión de reservas se refiere a los procesos y actividades realizados por el Hotel Avenida Machala para administrar y gestionar las reservas de sus clientes, basados en el modelo SERVAQUAL | Confianza Capacidad de respuesta Seguridad Empatía | Cuestionario de satisfacción del cliente (Anexo 1) |
| Gestión de reservas | La "eficiencia en la respuesta" en la gestión de reservas se refiere a la rapidez y prontitud con la que el personal del hotel responde a las solicitudes y consultas de los clientes, asegurando una atención | <ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia en la respuesta • Exactitud en el registro de reservas • Eficiencia en la asignación de habitaciones | Revisión de los registros Entrevistas |

oportuna y
satisfactoria. La
"exactitud en el
registro de reservas"
implica la precisión y
la atención al detalle
al capturar y registrar
la información
proporcionada por los
clientes durante el
proceso de reserva,
evitando errores en
los datos y
garantizando que se
reflejen con precisión
las preferencias y
necesidades de los
huéspedes. La
"eficiencia en la
asignación de
habitaciones" se
relaciona con la
capacidad del hotel
para asignar
habitaciones de
manera ágil y
adecuada, teniendo
en cuenta las
preferencias de los
clientes y
optimizando la

2.4. Métodos empíricos

2.4.1. Investigación documental

La técnica de investigación documental se empleó en este estudio para examinar y analizar diversos documentos internos del Hotel Avenida Machala, los cuales proporcionaron información valiosa sobre los procesos de reservas. La revisión de estos documentos permitió comprender en detalle los procedimientos establecidos, las políticas implementadas y la evolución histórica de las reservas en el hotel.

En primer lugar, se revisó los manuales de procedimientos del hotel. Estos documentos detallaron los pasos y directrices que el personal debe seguir al realizar una reserva. Se abordaron aspectos como la solicitud y confirmación de reservas, la asignación de habitaciones, los métodos de pago y las políticas de cancelación. A través de esta revisión, se obtuvo una visión clara de los procesos actuales utilizados en el Hotel Avenida Machala. Además, se analizarán las políticas de reservas establecidas en el hotel. Estas políticas definieron las reglas y condiciones que rigen el proceso de reserva. Se abordaron temas como los requisitos de reserva, las tarifas, las políticas de depósito, los cambios y cancelaciones, y las políticas de no presentación. La revisión de estas políticas permitió comprender las prácticas y normas vigentes relacionadas con las reservas.

Asimismo, se examinaron los registros históricos de reservas del hotel. Estos registros contienen información detallada sobre las reservas anteriores, como las fechas de reserva, las fechas de estadía, la categoría de habitación reservada, los datos de contacto del cliente y los registros de pagos. Al revisar estos registros, se podrá identificar tendencias históricas, patrones de demanda y la capacidad de respuesta del hotel ante las reservas.

2.4.2. Cuestionario a clientes

El cuestionario evaluó la satisfacción de los clientes con los procesos de reservas. Se utilizó escalas de calificación para medir el nivel de satisfacción en

diferentes aspectos, como la rapidez de respuesta a las solicitudes de reserva, la precisión de la información proporcionada y la amabilidad del personal. Las preguntas de opción múltiple permitieron a los clientes seleccionar las opciones que mejor reflejen su experiencia y preferencias (Ver Anexo 1).

Se utilizó un cuestionario de máximo 6 preguntas para evitar que el entrevistado no complete sus respuestas o quiera participar de la investigación.

En esta investigación se optó por emplear el modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) como base para diseñar la encuesta de satisfacción de los clientes con los procesos de reservas en el Hotel Avenida Machala.

Para el análisis de satisfacción en la gestión de reserva se utilizará 4 dimensiones las cuales son:

- Confiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía

Se omitió la quinta dimensión “Elementos tangibles” ya que el estudio se enfoca en la gestión de reservas dentro del hotel y no al servicio hotelero en general. Se hizo énfasis en la confiabilidad, ya que se espera que se genere este aspecto en los clientes del Hotel Avenida Machala.

En última instancia, el uso de este modelo en la encuesta fortaleció la validez y relevancia de los resultados obtenidos en la investigación, aportando una perspectiva sólida para la toma de decisiones orientadas a la mejora de la gestión de reservas y la satisfacción del cliente en el Hotel Avenida Machala.

El cuestionario se aplicó de manera sistemática y estandarizada a todos los participantes de la muestra seleccionada. Esto aseguró que los datos recopilados fueran comparables y puedan analizarse de manera significativa. El cuestionario se administró de diferentes formas, como en formato impreso para ser completado en el hotel por los clientes durante su estadía, o en formato electrónico a través de una

plataforma en línea o correo electrónico. Se garantizó la confidencialidad y anonimato de los participantes, y se pueden ofrecer incentivos para fomentar la participación.

La aplicación de las encuestas a los clientes permitió recopilar datos cuantitativos sobre la satisfacción de los clientes con los procesos de reservas en el Hotel Avenida Machala. Estos datos serán fundamentales para comprender la percepción de los clientes y evaluar la eficacia de los procesos actuales.

2.4.3. Entrevistas al personal

Se llevó a cabo una entrevista semiestructurada de 4 preguntas que incluyeron tanto preguntas abiertas como cerradas. Para tener acceso a las preguntas detalladas utilizadas en las entrevistas, se puede consultar el Anexo 2 del estudio. Estas entrevistas se diseñaron de manera cuidadosa para recopilar información valiosa de los participantes, permitiendo tanto respuestas espontáneas como respuestas específicas a preguntas cerradas.

2.4.3. Análisis estadístico

La técnica de análisis estadístico descriptivo se utilizó para procesar y analizar los datos recopilados a través de las encuestas a los clientes del Hotel Avenida Machala. Para llevar a cabo este análisis, se emplearán gráficas y análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta.

TERCERA PARTE

Análisis e interpretación de resultados de la investigación

3.1. Situación del Hotel Avenida Machala

3.1.1. Descripción de la empresa

El Hotel Avenida Machala es un establecimiento hotelero, abierto en el año 2010, ubicado en la ciudad de Machala, Ecuador. En cuanto a sus instalaciones, el Hotel Avenida Machala cuenta con 28 habitaciones las cuales se dividen en 11 individuales, 15 con doble cama y 2 habitaciones triples bien equipadas, comodidades como televisión por cable, aire acondicionado, acceso a internet y baño privados. El hotel se encuentra en la ciudad de Machala, av. 25 de junio y colon en el centro de Machala.

Además de las habitaciones, el hotel puede ofrecer servicios adicionales para el disfrute de sus huéspedes. Esto puede incluir un restaurante donde se sirven platos locales e internacionales, un bar para relajarse y disfrutar de bebidas refrescantes, servicio de habitaciones para mayor comodidad y atención personalizada, y áreas comunes como salones de reuniones o espacios para eventos.

El personal cuenta con 8 personas divididas en 2 recepcionistas, 3 de limpieza, un encargado de parking y un administrador. El personal del Hotel Avenida Machala se caracteriza por su amabilidad y profesionalismo, brindando un trato cálido y atención personalizada a los huéspedes. El objetivo es asegurar que los visitantes se sientan bienvenidos y atendidos durante toda su estancia en el hotel.

Proceso de reservación del Hotel Avenida Machala

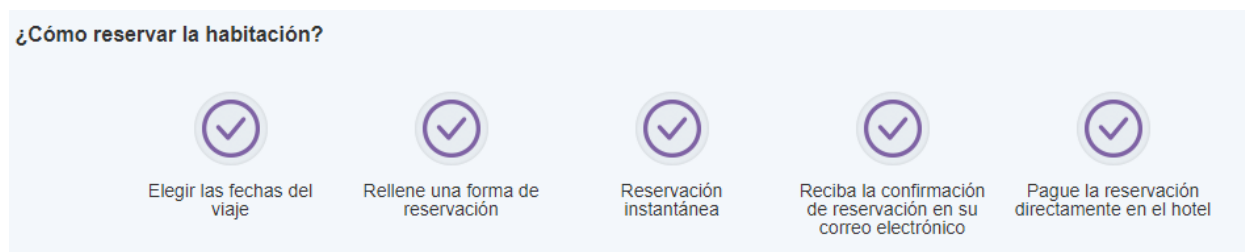
Según la información proporcionada por la página principal del Hotel Avenida Machala

Los procesos de reserva en el Hotel Ejecutivo Machala parecen ser bastante sencillos y directos. El hotel ofrece la opción de reservar en línea a través de su sitio web, lo que brinda a los clientes la conveniencia de hacerlo en unos pocos clics. Además, la recepción del hotel está disponible las 24 horas del día, lo que facilita aún más el proceso de reserva y check-in para los huéspedes. La descripción de las habitaciones y los servicios proporcionados se presenta de manera clara, lo que permite a los clientes tomar decisiones informadas al momento de hacer su reserva.

En cuanto a la efectividad de los procesos de reserva, el hecho de que los clientes puedan realizar reservas en línea y recibir confirmación por correo electrónico en cuestión de minutos sugiere que el proceso es eficiente y ágil. Además, la disponibilidad de la información detallada sobre las habitaciones y servicios, así como los horarios de entrada y salida, contribuye a la claridad y transparencia del proceso. No obstante, es importante mencionar que en la sección de preguntas frecuentes se indica que el hotel acepta únicamente pagos en efectivo, y que los datos de la tarjeta de crédito se requieren solo para verificar la reserva. Esta política puede influir en la percepción de comodidad y seguridad por parte de los clientes, ya que algunos podrían preferir opciones de pago más diversificadas y seguras.

Figura 1.

Proceso de reservación en el Hotel Machala.

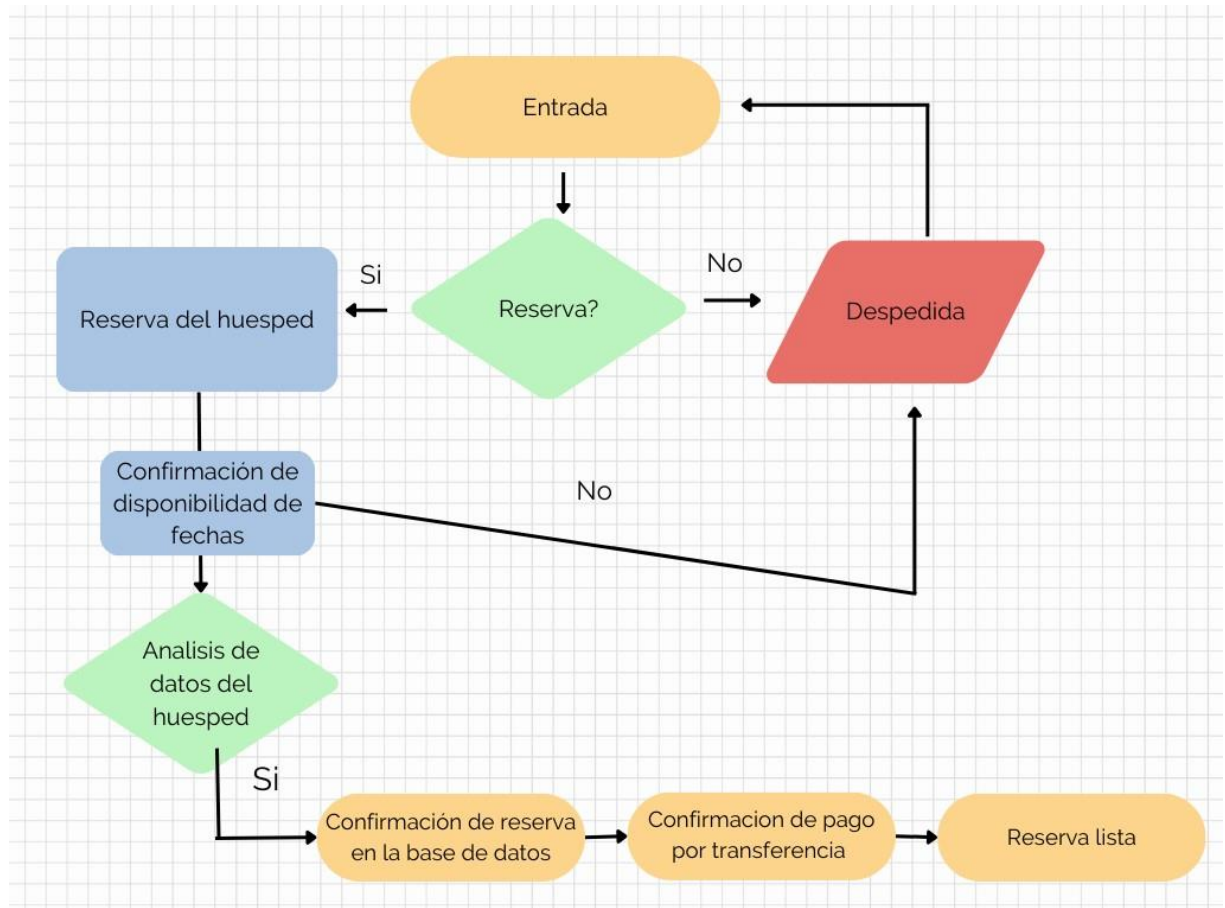


Nota: Proceso para reservar una habitación en el hotel Machala. Planet of hotels (2023)

3.1.2. Gestión de reservas actual en el Hotel Avenida Machala.

Figura 2.

Gestión de reservas actual en el Hotel



Nota: La gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala se lleva a cabo utilizando métodos y herramientas actualizadas para garantizar una experiencia eficiente y conveniente tanto para los huéspedes como para el personal del hotel. En primer lugar, el hotel cuenta con un sistema de gestión de reservas en línea, que permite a los huéspedes realizar reservas de habitaciones de manera rápida y sencilla a través de su página web oficial o plataformas de reserva en línea.

Este sistema proporciona información en tiempo real sobre la disponibilidad de habitaciones, tarifas y opciones de alojamiento, brindando a los clientes la posibilidad de comparar y elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades.

Además del sistema de reservas en línea, el Hotel Avenida Machala también cuenta con un equipo de recepción dedicado que se encarga de gestionar las

reservas realizadas por teléfono o personalmente. Este equipo está capacitado para proporcionar información detallada sobre las habitaciones, tarifas especiales, paquetes promocionales y cualquier otra consulta relacionada con la reserva.

También se encargan de confirmar las reservas, recopilar los datos necesarios de los huéspedes y brindarles instrucciones precisas sobre cómo llegar al hotel y el proceso de check-in.

La gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala se enfoca en mantener una comunicación fluida con los huéspedes antes de su llegada. Se envían correos electrónicos de confirmación que incluyen detalles de la reserva, políticas de cancelación y cualquier otra información relevante que los huéspedes necesiten conocer. Esto ayuda a generar confianza y brindar tranquilidad a los clientes, asegurándoles que su reserva está garantizada y que se están tomando todas las medidas necesarias para una estancia exitosa.

3.2 Desafíos en la gestión de reservas

La entrevista (Anexo 3) a los dos recepcionistas dentro del hotel Raúl Acosta y Ana Rosa Maldonado fue basada en las siguientes dimensiones de gestión de reservas, donde se explica cada una según la respuesta de los dos recepcionistas.

3.2.1. Eficiencia de la respuesta

El hotel enfrenta un desafío significativo en cuanto a la eficiencia en la respuesta a las solicitudes de reserva. Si bien mencionan que mantienen una buena calidad de atención, el tiempo de respuesta se ve afectado en periodos de alta demanda, cuando numerosas solicitudes se presentan simultáneamente. Esto puede generar retrasos en el procesamiento de las reservas y, en última instancia, afectar la satisfacción de los clientes. El hotel podría considerar estrategias para optimizar la eficiencia en la respuesta, como la implementación de sistemas de gestión de reservas que automatizan ciertos procesos y permiten un manejo más rápido de las solicitudes.

3.2.2 Exactitud en el registro de reservas

Según los dos recepcionistas el hotel reconoce la importancia de garantizar la exactitud en el registro de reservas. Se menciona que se toman medidas para asegurar que la información proporcionada por los clientes sea precisa. Sin embargo, es esencial abordar cualquier discrepancia o error en los registros de manera inmediata para evitar problemas durante la estancia de los huéspedes. Esto destaca la relevancia de mantener un seguimiento y control riguroso de los registros, así como la necesidad de contar con sistemas de registro más precisos para minimizar los errores en primera instancia.

3.2.3. Eficiencia en la asignación de habitaciones

Según la entrevista, el hotel no utiliza herramientas específicas para agilizar el proceso de asignación de habitaciones. En cambio, depende de un enfoque manual basado en el orden de llegada de los clientes. Este enfoque podría ser una limitación en términos de eficiencia, ya que no considera factores como las preferencias de los huéspedes o la disponibilidad de habitaciones de manera óptima. Para mejorar la eficiencia en la asignación de habitaciones, el hotel podría considerar la adopción de sistemas de gestión de habitaciones que asignen automáticamente las habitaciones en función de las preferencias y la disponibilidad, lo que podría agilizar el proceso y aumentar la satisfacción de los clientes.

3.2.4. Atención a solicitudes específicas

La entrevista revela que el hotel no tiene una política definida para atender las solicitudes específicas de los clientes, como preferencias de ubicación de habitación o servicios adicionales. Si bien se menciona que estas solicitudes se registran y se atienden según la disponibilidad, no existe una estrategia proactiva para abordarlas. Para mejorar la experiencia del cliente, el hotel podría considerar la implementación de un sistema que permita a los huéspedes especificar sus preferencias durante el proceso de reserva y, en la medida de lo posible, garantizar que estas solicitudes se cumplan. Esto podría contribuir a una mayor satisfacción del cliente y a la fidelización.

3.3. Fortalezas y debilidades en la gestión de reservas del Hotel Avenida Machala.

El Hotel Avenida Machala presenta tanto fortalezas como debilidades en su gestión de reservas. A continuación, se detallan algunas de ellas:

3.1.3.1. Fortalezas:

- Sistema de gestión de reservas en línea: El hotel cuenta con un sistema en línea que permite a los clientes realizar reservas de habitaciones de forma rápida y conveniente a través de su página web oficial. Esto brinda comodidad y accesibilidad a los huéspedes, permitiéndoles reservar habitaciones las 24 horas del día.
- Equipo de recepción de calidad: El hotel cuenta con un equipo de recepción capacitado y dedicado que se encarga de gestionar las reservas de manera eficiente. Estos profesionales están preparados para responder a consultas, proporcionar información precisa y confirmar las reservas de los huéspedes, brindando un servicio personalizado.
- Comunicación clara: El Hotel Avenida Machala se destaca por su comunicación clara con los clientes. Envían correos electrónicos de confirmación detallados, que incluyen información importante sobre la reserva, políticas de cancelación y cualquier otra instrucción relevante. Esto brinda tranquilidad a los huéspedes y les permite tener claridad sobre los detalles de su reserva.

3.3.3.2. Debilidades:

- Capacidad limitada de gestión de reservas: El hotel puede tener dificultades para gestionar un alto volumen de reservas en momentos de alta demanda. Esto puede resultar en posibles retrasos en la confirmación de las reservas o en la atención de las consultas de los clientes.

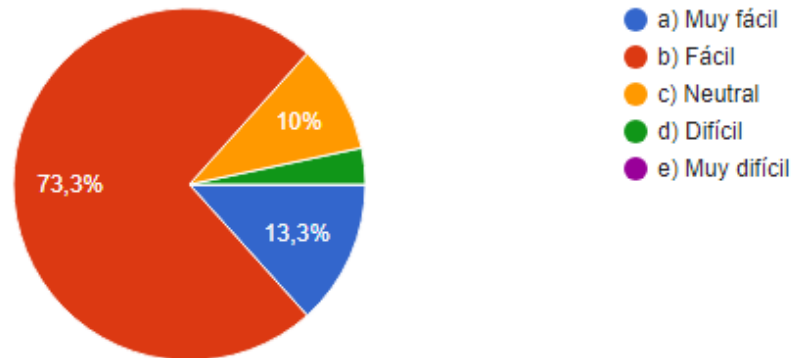
- Falta de integración de sistemas: Si el sistema de gestión de reservas en línea no está completamente integrado con otros sistemas del hotel, como el sistema de gestión de huéspedes o el sistema de facturación, puede haber dificultades en la coordinación y la fluidez del proceso de reserva.
- Posibles errores en la disponibilidad de habitaciones: Si no se realiza un seguimiento adecuado de las disponibilidades y se actualizan de manera precisa en el sistema de reservas, puede haber casos en los que se ofrezcan habitaciones que en realidad no están disponibles. Esto puede generar frustración en los huéspedes y afectar negativamente su experiencia.

El Hotel Avenida Machala tiene fortalezas en su gestión de reservas, como un sistema en línea y un equipo de recepción dedicado. Sin embargo, también enfrenta desafíos, como la capacidad limitada de gestión de reservas y la posibilidad de errores en la disponibilidad de habitaciones. Estas debilidades pueden afectar la eficiencia y la satisfacción del cliente en el proceso de reserva. Es importante que el hotel trabaje en mejorar estas áreas para optimizar su gestión de reservas y brindar una experiencia excepcional a sus clientes.

3.4. Análisis de satisfacción del cliente

3.4.1. Confiabilidad

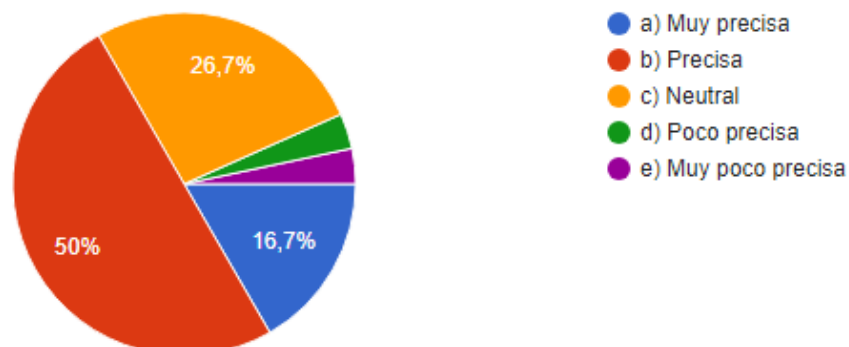
3.4.1.1. ¿Cómo calificaría la facilidad de uso del sistema de reservas en el hotel Avenida Machala?



Según los resultados de la encuesta realizada a 30 participantes, se observa que un 13% de los encuestados consideran que el uso del sistema de reservas del Hotel Avenida Machala es "Muy fácil". Además, un 73% de los encuestados opinan que es "fácil" utilizar dicho sistema. Un 10% de los participantes expresaron una percepción "Neutral" en cuanto a la dificultad de uso del sistema. Por otro lado, un 7% de los encuestados indicaron que consideran el uso del sistema de reservas como "Muy difícil". Estos resultados reflejan una tendencia mayoritaria hacia la facilidad de uso del sistema de reservas en el Hotel Avenida Machala, con un porcentaje significativo de encuestados que lo consideran tanto "Muy fácil" como "fácil". Sin embargo, también se evidencia una minoría que percibe dificultades en el uso del sistema, con un pequeño porcentaje que lo califica como "Muy difícil".

Estos hallazgos son importantes para el hotel, ya que proporcionan una visión general de la satisfacción y experiencia de los clientes con respecto al sistema de reservas. El hotel puede utilizar esta información para identificar áreas de mejora en el sistema y tomar medidas para optimizarlo, con el objetivo de brindar una experiencia aún más positiva y satisfactoria a sus clientes.

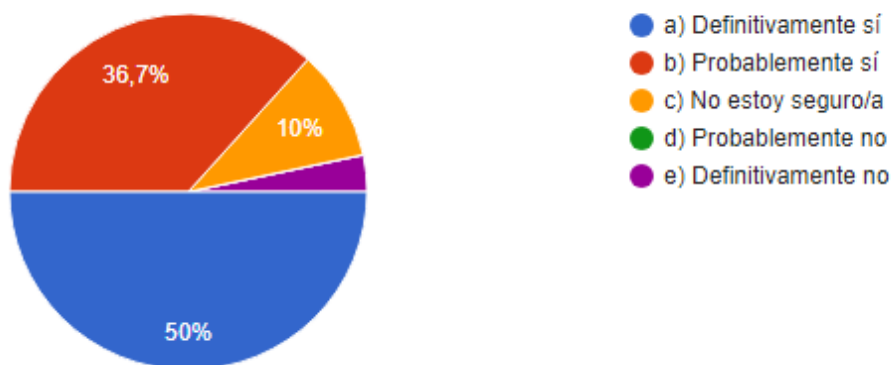
3.4.1.2. ¿Qué tan precisa fue la información proporcionada durante el proceso de reserva en el Hotel Avenida Machala?



Según los resultados de la encuesta, se encontró que el 16,7% de los encuestados consideraron que la información proporcionada durante el proceso de reserva fue "muy precisa". Por su parte, el 50% de los encuestados indicaron que la información fue simplemente "precisa". Un 26,7% de los encuestados se mantuvieron en una posición neutral, sin emitir una evaluación clara sobre la precisión de la información proporcionada. El resto de los encuestados se distribuyó de manera equitativa entre aquellos que consideraron que la información fue "poco precisa" y aquellos que la calificaron como "muy poco precisa".

Estos resultados indican que, si bien la mayoría de los encuestados consideró que la información proporcionada durante el proceso de reserva fue precisa, existe una proporción significativa de encuestados que expresaron cierta insatisfacción con la precisión de la información recibida. Esta falta de precisión puede generar confusión y frustración entre los clientes, lo cual puede afectar negativamente su experiencia y percepción de la empresa.

3.4.1.3. ¿Recomendaría el Hotel Avenida Machala a familiares, amigos o colegas para realizar reservas?

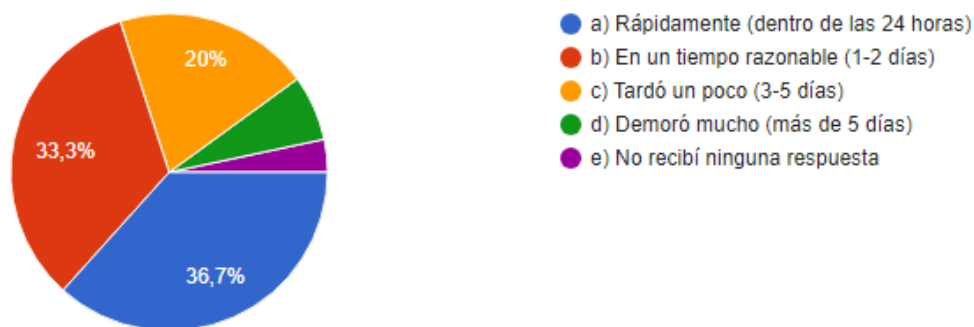


De acuerdo con los resultados de la encuesta, se observa que un 50% de los encuestados afirmaron que "definitivamente sí" recomendarían el hotel a sus familiares, amigos o colegas. Además, un 36,7% de los encuestados expresaron que "probablemente sí" recomendarían el hotel. Sin embargo, un 10% de los encuestados manifestaron estar indecisos o no estar seguros de recomendar el hotel.

Estos resultados indican que la mitad de los encuestados tienen una alta probabilidad de recomendar el hotel a sus contactos, lo que es una señal positiva de satisfacción y confianza en la calidad de los servicios ofrecidos por el establecimiento. Además, un porcentaje considerable de los encuestados mostró una predisposición positiva hacia la recomendación del hotel.

3.4.2. Capacidad de respuesta

3.4.2.1. *¿Con que rapidez recibió una respuesta a su solicitud de reseña en el Hotel Avenida Machala?*

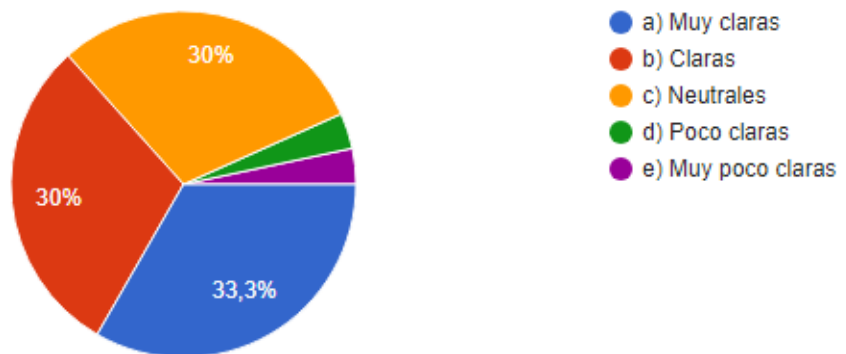


De acuerdo con los resultados de la encuesta, se encontró que el 36,7% de los encuestados confirmaron que sus solicitudes fueron recibidas de manera "rápida", es decir, dentro de las 24 horas posteriores a su realización. Por otro lado, un 33,3% de los encuestados afirmaron que las solicitudes que realizaron fueron atendidas en un "tiempo razonable", con un periodo de respuesta de 1 a 2 días. Un 20% de los encuestados indicaron que experimentaron una demora en la respuesta, ya que sus solicitudes tomaron de 3 a 5 días para ser atendidas. Es importante destacar que el resto de los encuestados no recibió ninguna respuesta a sus solicitudes.

Estos hallazgos resaltan la variabilidad en el tiempo de respuesta por parte de la empresa a las solicitudes de los empleados. Si bien una parte significativa de los encuestados reportó una respuesta rápida o en un tiempo razonable, es evidente que existe un porcentaje considerable que experimentó demoras en la atención de sus solicitudes. Esto podría tener un impacto negativo en la satisfacción laboral de los empleados y generar percepciones de falta de atención por parte de la empresa.

3.4.3. Seguridad

3.4.3.1. *¿Cómo calificaría la claridad de las políticas de reserva del Hotel Avenida Machala?*



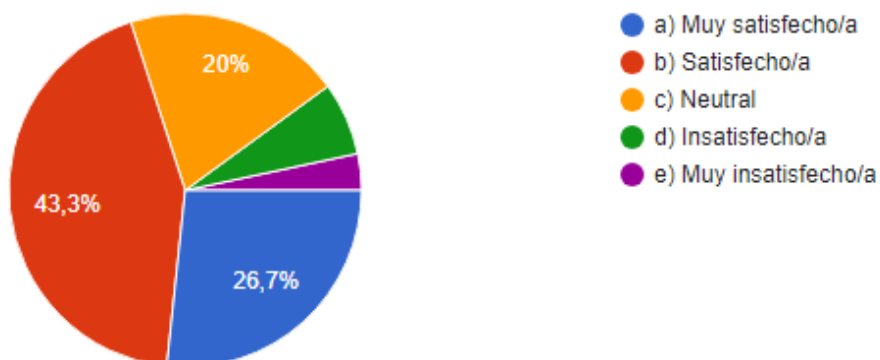
Según los resultados de la encuesta, se observa que un 33,3% de los encuestados calificaron la claridad de las políticas del hotel como "muy claras". Asimismo, un 30% de los entrevistados las consideraron "claras". Por otro lado, un

30% de los encuestados se mantuvieron en una posición neutral, sin emitir una evaluación clara sobre la claridad de las políticas. El porcentaje restante se dividió entre aquellos que las calificaron como "poco claras" y "muy poco claras".

Estos resultados indican que una parte significativa de los encuestados percibe las políticas del hotel como claras y comprensibles. Sin embargo, también es relevante considerar el porcentaje de encuestados que expresaron neutralidad o insatisfacción con respecto a la claridad de las políticas. La claridad de las políticas del hotel es fundamental para brindar una experiencia satisfactoria a los huéspedes, ya que les permite comprender las reglas, normas y condiciones de su estadía.

3.4.4. Empatía

3.4.4.1. *¿Cuál fue su nivel de satisfacción con la amabilidad y cortesía del personal durante el proceso de reserva en el Hotel Avenida Machala?*



Según los resultados de la encuesta, se observó que el 26,7% de los entrevistados manifestaron estar "muy satisfechos" con la amabilidad y cortesía del personal. Por su parte, un 43,3% de los entrevistados expresaron estar "satisfechos" con la cortesía del personal. Un 20% de los encuestados se mantuvieron en una posición neutral, sin emitir una evaluación clara sobre la amabilidad y cortesía del personal. Los encuestados restantes se dividieron entre aquellos que se mostraron "insatisfechos" y aquellos que se consideraron "muy insatisfechos".

Estos resultados señalan que una parte significativa de los entrevistados percibió de manera positiva la amabilidad y cortesía del personal. Sin embargo,

también es importante considerar la proporción de encuestados que expresaron una neutralidad o insatisfacción en este aspecto. La amabilidad y cortesía del personal son elementos fundamentales en la experiencia del cliente, ya que contribuyen a generar un ambiente acogedor y satisfactorio.

Los resultados de la encuesta realizada a los clientes que reservaron en el Hotel Avenida Machala durante un periodo de 5 días ofrecen importantes indicios sobre la relación entre la gestión de reservas y la satisfacción del cliente. De acuerdo con los hallazgos, una parte significativa de los encuestados percibe de manera positiva la facilidad de uso del sistema de reservas, lo cual puede contribuir a una experiencia más satisfactoria al simplificar el proceso de reserva. Además, se observa que existe variabilidad en el tiempo de respuesta a las solicitudes, lo que sugiere que las demoras pueden afectar la percepción de eficiencia del servicio y, por ende, la satisfacción. La percepción sobre la precisión de la información durante el proceso de reserva también juega un rol importante, ya que la falta de precisión puede generar confusión y frustración entre los clientes, impactando negativamente su satisfacción. La amabilidad y cortesía del personal son aspectos destacados en los resultados, indicando que una mayoría de los encuestados tiene una percepción positiva. Sin embargo, la claridad de las políticas y la intención de recomendar el hotel presentan matices.

Aunque muchos consideran las políticas como claras y estarían dispuestos a recomendar el hotel, existen proporciones significativas de encuestados que muestran neutralidad o insatisfacción en estos aspectos. En conjunto, estos resultados sugieren que una gestión eficiente de reservas, que incluye aspectos como facilidad de uso, tiempo de respuesta, precisión de información y amabilidad del personal, puede influir directamente en la satisfacción del cliente en el Hotel Avenida Machala, mejorando así la experiencia global de los huéspedes.

Las preguntas formuladas en la encuesta tienen como objetivo evaluar la calidad del servicio en el Hotel Avenida Machala desde diferentes perspectivas. Estas preguntas se alinean con las dimensiones clave del modelo

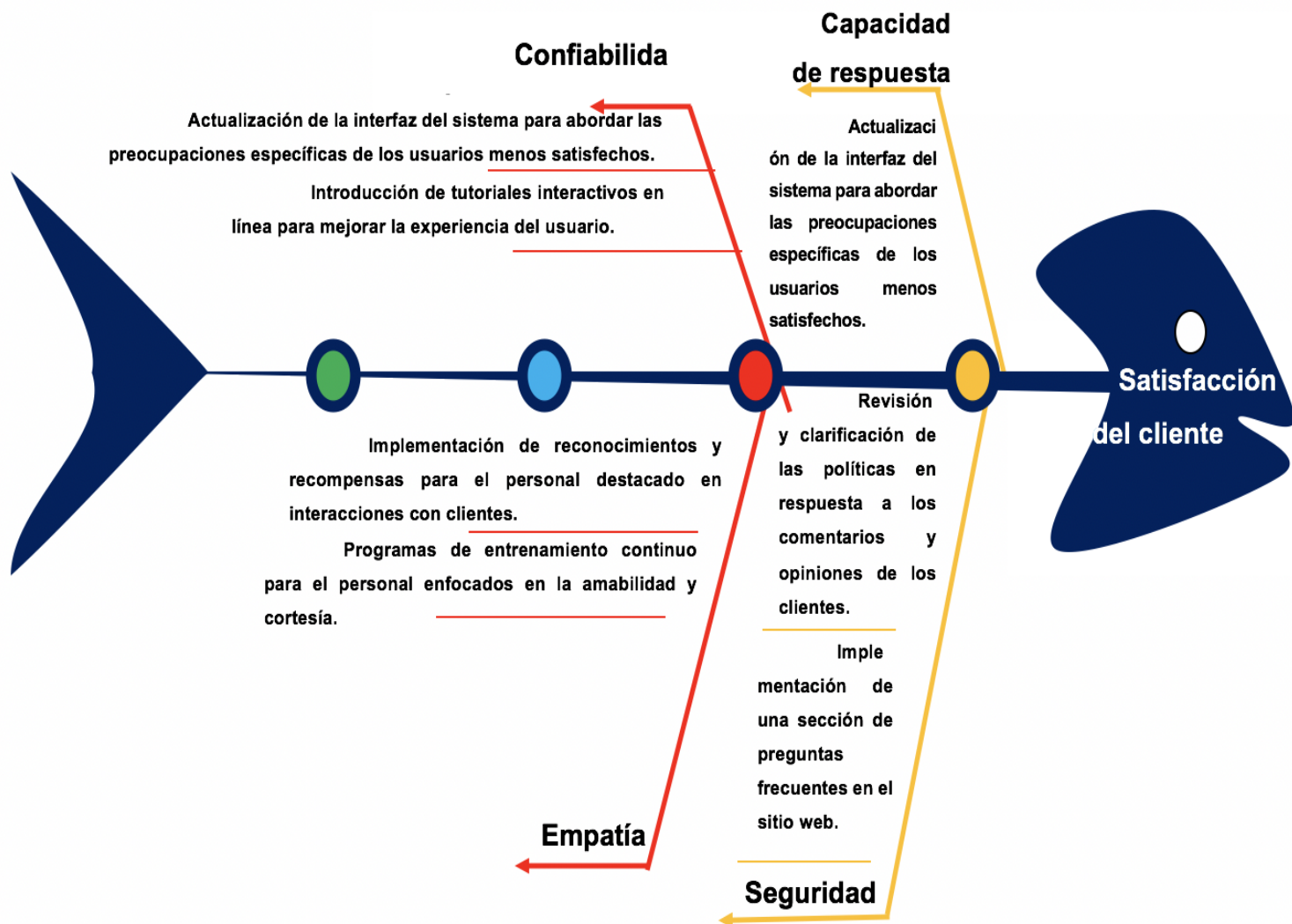
SERVQUAL, que se utiliza para medir la calidad percibida del servicio en una organización.

En términos generales, las preguntas sobre la facilidad de uso del sistema de reservas, la rapidez en la respuesta a las solicitudes de reserva, la precisión de la información proporcionada, la amabilidad y cortesía del personal, la claridad de las políticas de reserva y la disposición a recomendar el hotel se relacionan con dimensiones como la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los aspectos tangibles del servicio. Estas dimensiones ayudan a comprender cómo los clientes perciben la calidad del servicio en el hotel y si sus expectativas se están cumpliendo. En conjunto, estas preguntas permiten obtener una evaluación integral de la calidad del servicio en el Hotel Avenida Machala desde la perspectiva de los clientes, lo que puede ser invaluable para identificar áreas de mejora y tomar decisiones orientadas a la satisfacción y fidelización de los clientes.

3.5. Relación de la gestión de reserva y la satisfacción del cliente en el hotel

3.5.1. Diagrama de Ishikawa

Durante el periodo 2022-2023, la eficiencia de los procesos de reserva en el Hotel Avenida Machala ha desempeñado un papel crucial en la satisfacción del cliente. Se ha observado que la facilidad y comodidad para realizar reservas, ya sea a través de la página web o por otros medios, ha tenido un impacto directo en la percepción positiva de los huéspedes desde el momento en que inician el proceso de reserva. La rapidez en el tiempo de respuesta a las solicitudes de reserva también ha sido un factor determinante, ya que las confirmaciones rápidas y las respuestas oportunas han contribuido a que los clientes se sientan valorados y atendidos de manera eficiente. Además, la claridad y transparencia en la presentación de información relevante, como las políticas del hotel y los costos asociados, ha generado un sentido de seguridad y confianza entre los huéspedes.



La percepción de que el hotel gestiona de manera segura los datos personales y financieros de los clientes también ha influido en la satisfacción general. En conjunto, la eficiencia en los procesos de reserva ha impactado positivamente en la experiencia de los clientes y ha contribuido a una imagen favorable del hotel, lo que a su vez ha aumentado la satisfacción y la probabilidad de que los clientes recomienden el establecimiento a otros. Por lo tanto, el hotel reconoce la importancia continua de mejorar y optimizar sus procesos de reserva para mantener y elevar los niveles de satisfacción del cliente.

La implementación de estas acciones busca abordar las áreas de mejora identificadas en cada dimensión del modelo SERVQUAL, mejorando así la satisfacción general del cliente en el Hotel Avenida Machala. Estos cambios están diseñados para ser coherentes con las expectativas y necesidades de los clientes, fortaleciendo la posición del hotel en el mercado y construyendo relaciones sólidas con sus clientes.

Conclusiones

- **Identificar los procesos actuales de gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala en el 2023.**

En el año 2023, el Hotel Avenida Machala ha implementado procesos de gestión de reservas actualizados y eficientes. Utiliza un sistema de reservas en línea que permite a los clientes realizar reservas de manera rápida y sencilla a través de su página web oficial o plataformas en línea. Además, cuenta con un equipo de recepción dedicado que se encarga de gestionar las reservas realizadas por teléfono o personalmente, brindando información detallada y confirmaciones a los huéspedes. Se destaca la comunicación clara con los clientes mediante correos electrónicos de confirmación que incluyen información relevante. Sin embargo, existen desafíos en la capacidad de respuesta en momentos de alta demanda y en la precisión de la información registrada.

- **Evaluar las dimensiones relacionadas a la satisfacción de los clientes en relación con los procesos de reserva**

Confiabilidad: La facilidad de uso del sistema de reservas es percibida positivamente por la mayoría de los encuestados, lo que sugiere confiabilidad en la operación del sistema. La percepción sobre la precisión de la información durante el proceso de reserva es mixta, con algunos expresando insatisfacción, lo que podría afectar la confiabilidad percibida.

Capacidad de respuesta: Se menciona que la rapidez en el tiempo de respuesta a las solicitudes de reserva varía, con algunas demoras que pueden afectar la satisfacción. Esto indica que la capacidad de respuesta puede ser un área de mejora.

Seguridad: En el hotel, se mantiene un compromiso constante de brindar un servicio que refleje la competencia y cortesía del personal. El equipo, altamente capacitado, es reconocido por su profesionalismo y confiabilidad. Se trabaja

arduamente para asegurar que los clientes se sientan en buenas manos en todo momento, creando así un ambiente de confianza y satisfacción. La seguridad de los huéspedes, tanto en términos de competencia del personal como de confiabilidad, se sitúa como una prioridad fundamental en el enfoque de servicio del hotel.

Empatía: La amabilidad y cortesía del personal son aspectos valorados positivamente por la mayoría de los encuestados, lo que sugiere una buena empatía por parte del personal.

- **Analizar cómo la eficiencia de los procesos de reserva impacta en la satisfacción del cliente en el Hotel Avenida Machala en el 2023.**

El análisis indica que la eficiencia de los procesos de reserva, incluyendo la facilidad de uso, la rapidez en la respuesta, la precisión de la información y la seguridad percibida, tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente en el Hotel Avenida Machala en 2023. El Hotel Avenida Machala cuenta con procesos eficientes como: La facilidad en el uso del sistema de reservas, la rapidez en la respuesta a las solicitudes de reserva, la precisión de la información y la seguridad percibida.

La gestión de reservas en el Hotel Avenida Machala en 2023 se caracteriza por una combinación de fortalezas y debilidades que impactan directamente en la satisfacción de los clientes. La eficiencia en los procesos de reserva, la precisión de la información y la claridad de las políticas son áreas clave en las que el Hotel Avenida Machala puede enfocarse para optimizar la satisfacción del cliente y fortalecer su posición en la industria hotelera. La gestión efectiva de estas áreas puede contribuir a una experiencia excepcional para los huéspedes y aumentar la probabilidad de que recomienden el hotel a otros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alén, E., & Gutiérrez, A. (2021). *Revenue Management en hoteles*. ESIC Editorial.
<https://www.udemy.com/course/revenue-management-para-hoteles/>
- Antolí, N., & Hernández, X. (2023). *La tecnología como catalizador para innovar la formación en escuelas de hostelería y restauración*. Vol. 12, Núm. 1.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8818548>
- Buendía, M. (2021). Gestión de la personalización en el proceso de reserva hotelera. *Cuadernos de Turismo*, (40), 97-115. <https://revistas.um.es/turismo>
- Biedma, P. (2017). *La reputación online de los hoteles y su relación con la gestión de reservas*. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(5), 943-958.
<https://www.redalyc.org/toc.oa?id=1807&numero=31336>
- Berezina, K. (2020). Information and communication technologies in Tourism 2023. International federation for it and travel & tourism. *Ed Springer*.
<https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/61301>
- Chavez, E., Cerdan, L., & Chavez, E. (2019). *El turismo en Cuba: Desarrollo, retos y perspectivas*. Vol. 11, Núm. 1, Pp. 23-49.
<https://doi.org/10.18226/21789061.v11i1p23>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (6th ed.). Pearson.
[https://www.scirp.org/\(S\(lz5mqp453edsnp55rrgjt55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2538947](https://www.scirp.org/(S(lz5mqp453edsnp55rrgjt55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2538947)
- Código Civil. (2021). https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Codificacion_del_Codigo_Civil.pdf

Cedeño, A., & Cevallos, J. (2020). *Modelo de gestión para mejorar el producto turístico en el sector hotelero de la parroquia Crucita*. Vol. 5, Núm. 3, Ed 43. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398424>

Cruz, Y. (2022). *Importancia de la atención al cliente en el área de recepción en pandemia la covid-19, Hotel Kamana 2021*. Facultad de ciencias de la comunicación, turismo y psicología. Lima- Perú. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/10392>

Camps, M. (2019). Gestión de la reputación online en hoteles: un enfoque estratégico. *Revista Internacional de Organizaciones*, (27), 91-108. <https://www.revista-rio.org/>

Creswell, W., & Clark, V. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Sage Publications.

Canabal, E., Matteuci, M. (2018). *La importancia de la Omnicanalidad en las grandes empresas. Trabajo final de práctica profesional*. Universidad nacional de San Martín. <https://core.ac.uk/download/pdf/299817214.pdf>

Código de comercio ecuador. (2019). [https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo de Comercio.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo%20de%20Comercio.pdf)

Domínguez, F., Flores, Y., & González, M. (2021). *Hacia un turismo inclusivo en los hoteles comercializados por Ecotur en la Habana y Varadero*. Vol. 22, Núm. 2. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932021000200076

Gosset, S. (1908). *The probable error of a mean*. *Biometrika*, 6(1), 1-25.

Hu, T. (2022). *Un estudio de la satisfacción de los clientes en hoteles de lujo de Sevilla a partir de las reseñas de Tripadvisor*. Facultad de turismo y finanzas. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/140723>

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.

Ley de turismo de Ecuador. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. <https://www.dpe.gob.ec/wp->

Muñoz, G. (2021) *La calidad como herramienta estratégica para la gestión*. 39,19–36 http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692021000100019

Marcelo, J. (2021). *Modelo de gestión hotelera para la mejora del servicio de alojamiento en la ciudad manta*. Escuela superior politécnica agropecuaria de Manabí Manuel Felix Lopez. Calceta. <https://repositorio.esпам.edu.ec/handle/42000/734>

Normativa tributaria de Ecuador. <https://www.sri.gob.ec/normativa-tributaria1>

Neuman, L. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson.

Nequis, E., Reyna, J., & Cisneros, M. (2022). Catalizadores del desempeño del sector hotelero: Orientación emprendedora, responsabilidad social corporativa, gestión de la calidad total. Vol. 10, Núm. 24. *Ciencias sociales, humanidades y arte*. <https://revistas.unam.mx/index.php/entreciencias/article/view/81708>

- Perez, H. (2021). *La experiencia del consumidor y reputación online: El caso del sector hotelero de régimen "Todo incluido" en Ecuador*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/64274/>
- Pazmiño, A. (2021). *Calidad turística: sistema de gestión de calidad para la satisfacción del cliente en los hoteles del cantón salinas*. Universidad Estatal península de santa Elena. La libertad. <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/5660>
- Plaza, A. (2020). La gestión de la demanda en la industria hotelera: un enfoque estratégico para la optimización de ingresos. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 9(20), 147-157. <https://journaldatabase.info/journal/issn1988-5261>
- Pérez, R., & Torres, A. (2021). *Gestión de reservas en hoteles: un estudio de caso en la ciudad de La Habana*. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(2), 254-270. <https://www.redalyc.org/toc.oa?id=1807&numero=52116>
- Rosario, M., & Yañez, C. (2023). *Uso de las TIC en las MIPYMES del sector turístico en Puerto Vallarta*. Vol. 8, Núm., 2. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8800476>
- Rojas, K. (2021). *Percepción de la calidad y satisfacción del servicio en hoteles de dos estrellas de Huánuco 2020*. Facultad de administración Hotelera, turismo y gastronomía. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/c17dbfdc-e53e-437c-9c47-48bfe9aa66b3>
- Reynoso, C., Valenzuela, K., Capos., L. (2017). *La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052017000200411

Sandoval, L., & Ibañez, M. (2021). *Diseño, Desarrollo e implementación de un sistema de información dirigido hacia los hoteles para el control de reserva, recepción y hospedaje en el municipio de Tocaima 2020-2021*. Universidad Piloto de Colombia. Cundinamarca.
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10418/PROYECTO%20DE%20GRADO%20HOTELES%20TOCAIMA%202020-2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sanchez, A. (2020). *Diseño de un plan de mejora de la calidad en el servicio interno y externo del hotel casa Q para el año 2017*. Pontificia universidad católica del Ecuador. Quito. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13781>

Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. Panapo.

Yañez, S. (2019). Modelos de gestión de la demanda para la optimización de ingresos en la industria hotelera. *Revista Científica y Técnica de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 15(2), 95-108.
<https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/issue/view/112>

Anexos

Anexo 1

Preguntas de encuesta

Confiabilidad

- 1. ¿Cómo calificaría la facilidad de uso del sistema de reservas en el hotel Avenida Machala?**
 - A. Muy fácil
 - B. Fácil
 - C. Neutral
 - D. Difícil
 - E. Muy difícil

- 2. ¿Qué tan precisa fue la información proporcionada durante el proceso de reserva en el Hotel Avenida Machala?**
 - A. Muy precisa
 - B. Precisa
 - C. Neutral
 - D. Poco precisa
 - E. Muy poco precisa

- 3. ¿Recomendaría el Hotel Avenida Machala a familiares, amigos o colegas para realizar reservas?**
 - A. Definitivamente si
 - B. Probablemente si
 - C. No estoy seguro/a
 - D. Probablemente no
 - E. Definitivamente no

Capacidad de respuesta

4. ¿Con que rapidez recibió una respuesta a su solicitud de reserva en el Hotel Avenida Machala?

- A. Rápidamente
- B. En un tiempo razonable
- C. Tardó un poco
- D. Demoro mucho
- E. No recibí ninguna respuesta

Empatía

5. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con la amabilidad y cortesía del personal durante el proceso de reserva en el hotel avenida Machala?

- A. . Muy satisfecho/a
- B. Satisfecho/a
- C. Neutral
- D. Insatisfecho/a
- E. Muy insatisfecho/a

Seguridad

6. ¿Cómo calificaría la claridad de las políticas de reserva del Hotel Avenida Machala?

- A. Muy claras
- B. Claras
- C. Neutrales
- D. Poco claras
- E. Muy poco claras

Anexo 2.

Entrevista a los recepcionistas del Hotel Avenida Machala.

¿Cómo describirías el proceso actual de respuesta a las solicitudes de reserva? ¿Crees que es eficiente en términos de tiempo y calidad de atención?

Lo podemos describir relativamente bien, con algunos problemas ya que en ciertos casos el proceso se dificulta cuando la temporada es alta ya que existen muchas reservas simultáneamente y no deja que se organice de manera correcta todas las peticiones de los clientes. Mantiene buena calidad pero debe ser mejorado en cuanto al tiempo de reserva.

En relación con el registro de reservas, ¿qué medidas se toman para garantizar la exactitud de la información proporcionada por los clientes? ¿Cómo se manejan las posibles discrepancias o errores en los registros?

Las medidas que se toman se basan en las peticiones que tienen los clientes mediante una plataforma de booking, apartado donde se pueden escribir las peticiones. Cuando suceden errores se soluciona de manera inmediata a los huéspedes, en caso de que no haya habitaciones y el registro de reserva falla se busca la manera de llevarlo a un hotel disponible.

¿Se utilizan sistemas o herramientas específicas para agilizar el proceso de asignación de habitaciones? ¿Cómo contribuyen a la eficiencia en este aspecto?

No, no se usan herramientas, para contribuir a la eficiencia se trata de mantener todo en orden, como las primeras en llegar y su respectiva registración.

¿Cuál es la política del hotel en cuanto a atender las solicitudes específicas de los clientes, como preferencias de ubicación de la habitación o servicios adicionales? ¿Cómo se gestionan estas solicitudes de manera precisa y eficiente?

No existe una política como tal, siempre se registran en la habitación que quieran y todos son tratados por igual según su reserva.