

FORMATO DE LIBERACIÓN DEL PROYECTO PARA LA TITULACIÓN INTEGRAL.



INSTITUTO TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Departamento de Ciencias Económico-Administrativas

Instituto Tecnológico Guaymas

ANEXO III Formato de liberación del proyecto para la titulación integral

Guaymas, Son. 19 de enero de 2024
Oficio N° CEAD-78/2024

MARÍA DEL ROCÍO MORALES COVARRUBIAS
JEFA DEL DEPTO. DE DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES
Presente

Por este medio le informo que ha sido liberado el siguiente proyecto para la Titulación integral:

Nombre de los egresados:	MEDRANO ANDRADE HÉCTOR RAYMUNDO Y ELENES ROSAS DAVID HORACIO
Carrera:	INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
Número de control:	11104141 y 11104097
Nombre del proyecto:	CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN HOTEL GÁNDARA EN HERMOSILLO
Producto:	TESIS

Agradezco de antemano su valioso apoyo en esta importante actividad para el Desarrollo de nuestros egresados.

ATENTAMENTE

Excelencia en Educación Tecnológica
"Educar, Iluminar, Crecer@"



CLAUDIA ALCIRA GONZÁLEZ GARCÍA
JEFA DEL DEPTO. DE CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS

LIC. DANIEL MAYTORENA GARCÍA Asesor	ING. JORGE ALONSO GARCÍA LÓPEZ Revisor	ING. MARIO LÓPEZ ROJO Revisor

ccp. Catedráticos
ccp. Archivo
CGG



Ave. Tecnológico, Km. 4, Col. Las Playitas, Guaymas, Sonora, C.P. 85480
Tels. (622) 221-5367 email: cead_guaymas@tecnm.mx,
tecnm.mx | itguaymas.edu.mx



2024
Felipe Carrillo
PUERTO
Mandato de la Constitución
Moral, Equidad y Justicia



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO INSTITUTO TECNOLÓGICO DE GUAYMAS

TITULACIÓN INTEGRAL CON EL PRODUCTO TESIS

**“CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE
EN HOTEL GÁNDARA EN HERMOSILLO”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN**

P R E S E N T A N

**HÉCTOR RAYMUNDO MEDRANO ANDRADE
DAVID HORACIO ELENES ROSAS**

GUAYMAS, SONORA

10 OCTUBRE DEL 2023

Agradecimientos por parte de Héctor Raymundo Medrano Andrade.

A Dios Nuestro Señor. Primeramente por darme una familia hermosa, amor, salud, paz, armonía, un hogar, un empleo, un propósito, razones para vivir, por lo que hace, por lo que hará y sobre todo por permitirme disfrutar de sus maravillas cada día.

A mis padres. Héctor Raymundo Medrano Abaroa y María Guadalupe Andrade Zamora por estar siempre conmigo apoyándome en todos los proyectos que hago, por cuidarme y amarme. Gracias por su apoyo, por guiarme en buenos caminos, por enseñarme los valores de la vida y por motivarme en seguir preparándome, pero sobre todo guiarme en los caminos de Dios, gracias por todo lo que han hecho.

A mis hermanos. Diana Paola Medrano Andrade y Jesús Adrián Medrano Andrade por su apoyo hacia mi persona en todos mis proyectos, gracias por estar siempre conmigo.

A mis abuelas y abuelos que siempre han estado conmigo en todo momento, gracias por ser un ejemplo.

Dedicado especialmente en Memoria de **Héctor Edgardo Medrano Lizárraga**
Mi “Tata” Héctor.

Agradecimientos por parte de David Horacio Elenes Rosas.

Para mis padres.

A quienes me han heredado el tesoro más valioso que puede dársele a un hijo: amor. A quienes sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y educarme. A quienes la ilusión de su vida ha sido convertirme en persona de provecho. A quienes nunca podré pagar todos sus desvelos ni aún con las riquezas más grandes del mundo. Por esto y más... Gracias.

“CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN HOTEL GÁNDARA EN HERMOSILLO”

ÍNDICE DE CONTENIDO

Aprobación de tesis y registro del comité revisor.....	ii
Agradecimiento y dedicatoria	iv
Agradecimiento y dedicatoria	v
Índice de contenido	vi
Resumen.....	xi
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.	
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Justificación.....	3
1.3 Objetivos	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivo Especifico	5
1.4 Preguntas de investigación	6
1.5 Antecedentes	7
1.6 Descripción de la investigación	8
1.7 Descripción del objeto de investigación	8
CAPÍTULO II. MARCO TEORICO.	
2.1 Empresa.....	9
2.2 Calidad	10
2.3 Servicio al cliente.....	11
2.4 Empresa turística	12
2.5 Ambiente de trabajo	14
2.6 Organización	16

2.7 Administración.....	17
2.8 Estructura de las empresas	18
2.9 Comunicación.....	19
2.10 La tecnología como herramienta útil en la administración de empresas ..	20
2.11 Motivación	21
2.12 Liderazgo.....	22
2.13 Satisfacción del cliente	22
2.14 Satisfacción laboral	23
2.15 Importancia de generar emoción para brindar un servicio de calidad	24
2.16 Compromiso del personal.....	25
2.17 Experiencia laboral	25
2.18 Capacitación.....	25
2.19 Justo a tiempo	27
2.20 Toma de decisiones	28
2.21 Eficacia y eficiencia	29
2.22 Valores de la empresa.....	30
2.23 Políticas y reglas de la empresa.....	31
2.24 Empresa de servicio flexible.....	32
 CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.	
3.1 Enfoque, modalidad y tipo de investigación	33
3.2 Objeto del estudio	34
3.3 Instrumentos de investigación	35
3.4 Población y muestra.....	36
3.5 Plan de recolección de información.....	36

3.6 Plan de procesamiento.....	37
3.7 Operacionalización de variable	37
3.8 Diseño de instrumentos de investigación	38
3.9 Encuesta	39
3.10 Alcances.....	41

CAPÍTULO IV. ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS.

4.1 Encuesta general de resultados	42
4.2 Presentación de análisis de resultados de encuesta	43
4.3 Interpretación de datos.....	63

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Discusión general	64
5.2. Conclusión general.....	65
5.3. Recomendaciones.....	66
5.4 Formulación y establecimiento de mejora.....	67

REFERENCIAS.

Fuentes de información	68
------------------------------	----

ANEXOS.

Carta de aceptación de permiso de investigación.....	69
Carta de aceptación de permiso de investigación.....	70
Carta de finalización de investigación por parte de la empresa	71
Carta de finalización de investigación por parte de la empresa	72

ÍNDICE DE GRÁFICAS.

CAPÍTULO IV. ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS.

Gráfica 4.1.....	43
Gráfica 4.2.....	44
Gráfica 4.3.....	45
Gráfica 4.4	46
Gráfica 4.5.....	47
Gráfica 4.6.....	48
Gráfica 4.7.....	49
Gráfica 4.8.....	50
Gráfica 4.9.....	51
Gráfica 4.10.....	52
Gráfica 4.11.....	53
Gráfica 4.12.....	54
Gráfica 4.13.....	55
Gráfica 4.14	56
Gráfica 4.15.....	57
Gráfica 4.16.....	58
Gráfica 4.17	59
Gráfica 4.18.....	60
Gráfica 4.19.....	61
Gráfica 4.20.....	62

ÍNDICE DE TABLAS.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

Tabla 3.1	38
-----------------	----

CAPÍTULO IV. ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS.

Tabla 4.1	42
-----------------	----

Tabla 4.2	43
-----------------	----

Tabla 4.3	45
-----------------	----

Tabla 4.4	47
-----------------	----

Tabla 4.5	49
-----------------	----

Tabla 4.6	51
-----------------	----

Tabla 4.7	53
-----------------	----

Tabla 4.8	55
-----------------	----

Tabla 4.9	57
-----------------	----

Tabla 4.10	59
------------------	----

Tabla 4.11	61
------------------	----

RESUMEN.

En la presente investigación se desarrolló detalladamente los aspectos relacionados a la calidad de los servicios y productos que se adquieren en Hotel Gándara en Hermosillo en la empresa Gándara Hermanos de S.A. de C.V. Esta investigación se realizó enfocada a quienes integran el sector hotelero, orientado principalmente a la calidad del servicio, idóneas para los diferentes tipos de clientes. El objetivo fue encontrar las áreas de oportunidad; analizar los servicios y el trabajo que realizan en el hotel, así como recomendar herramientas o actividades que solucionen los problemas del hotel.

Para esta investigación se tuvo en cuenta cuales son las expectativas de cada uno de los clientes, detectar cuales son los servicios que el hotel ofrece y así mismo sugerir alternativas para tener una mejor estancia. Se detectó que tipos de actividades que se realizan dentro y fuera del hotel, entre otras cosas. El fin de la investigación fue conocer lo piensan los clientes del hotel; escuchando las opiniones, problemáticas y soluciones para brindar un mejor servicio. En la actualidad las empresas desean brindar los mejores servicios, por lo cual, necesitan el personal adecuado y capacitado para la ejecución de cada una de las actividades que se requieran.

Para brindar una mejor calidad en el servicio debe existir un ambiente organizacional en donde se promueva la motivación, liderazgo, comunicación, trabajo en equipo y una buena administración.

Los estudios realizados en esta investigación son con el fin de conocer la opinión de los clientes al ser atendidos en el Hotel Gándara en Hermosillo, así como conocer los servicios ofrecidos. La presentación y análisis de resultados se implementó mediante gráficas y tablas, donde se logró concluir las opiniones sobre los servicios o productos que la empresa ofrece a los clientes.

CAPÍTULO I.

INTRODUCCIÓN.

La presente investigación describe el análisis del servicio al cliente en relación con la prestación de servicios que proporciona el Hotel Gándara en Hermosillo en la empresa Gándara Hermanos de S.A. de C.V.

La calidad de los servicios o productos dentro de las empresas determina en gran manera si la empresa tendrá éxito. En la actualidad los clientes son más exigentes, por la motivo las empresas deben estar en constante cambio para poder satisfacer las necesidades de los clientes. La tecnología es fundamental para poder lograr que los productos o servicios sean de calidad, ya sea en las entregas, adquisición o fabricación.

El servicio al cliente se puede evaluar, calcular y mejorar, es importante lograr tener aceptación con los clientes. Una empresa que no le da importancia a la calidad de los servicios y productos seguramente no tendrá éxito.

Es importante conocer lo que opinan los clientes de los productos o servicios que se les ofrece, esto ayudará a la empresa a encontrar áreas de oportunidad y poder generar autocritica, si la empresa conoce las necesidades de los clientes será más fácil proyectar esas necesidades a sus productos o servicios para que estos sean adquiridos continuamente.

La mayoría de las empresas en la actualidad necesitan de evaluaciones que deriven no solo la calidad de sus productos o servicios en el servicio al cliente, sino también, los factores de riesgo que afectan a la empresa para que esta pueda llegar a sus objetivos. En esta investigación se profundiza en conocer las opiniones de los clientes para evaluar la calidad del servicio.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El sector hotelero en México es competitivo, las empresas buscan la manera de innovar para poder hacer frente a la competencia, pero sobre todo en brindar calidad en el servicio, por tal motivo, el Hotel Gándara en Hermosillo ha brindado servicios a sus clientes por un largo tiempo, esto en el entendido que por el pasar de los años las empresas no suelen actualizarse para buscar nuevas formas de atención a sus clientes.

El cliente juega un papel fundamental en la empresa, ya que por medio de este se puede medir, si la empresa ofrece los servicios adecuados y si estos son de calidad. En el Hotel Gándara en Hermosillo, se ha encontrado algunas prácticas obsoletas de atención al cliente, ya sea por el uso de la tecnología, esto deriva tiempos de espera prolongados, el wifi y el servicio de cable en la habitación que se ofrece en el lugar falla en ocasiones.

Cabe mencionar que en el sector hotelero los clientes esperan comodidad y precios accesibles, un tiempo de espera corto de atención, facilidades al adquirir un servicio, reto que los hoteles enfrentan.

Un aspecto importante para mantener la calidad del servicio es orientar los esfuerzos en los colaboradores que conforman el hotel, analizando la calidad del servicio. Esto es necesario, ya que permite realizar mediciones que permitan evaluar. En esta investigación se realizó una encuesta a los clientes donde expresaron sus inquietudes sobre algunos servicios. La investigación va enfocada a las opiniones y comentarios que expresan los clientes sobre la calidad del servicio.

Es por ello, que en esta investigación se orientó en analizar los servicios que el Hotel Gándara en Hermosillo ofrece a sus clientes, saber sus opiniones y comentarios; y con esto saber si se ofrece un servicio de calidad.

De acuerdo con lo anterior en este trabajo de investigación, se realizó un diagnóstico que reconozca las áreas de oportunidad que permitan lograr una mejora continua y destacar las fortalezas, así como una descripción breve de los servicios que ofrece el hotel.

1.2 JUSTIFICACIÓN.

La información recaudada será de apoyo para las próximas generaciones, enfocado a la carrera de ingeniería en administración y licenciatura, ya que la investigación es enfocada en mejorar la calidad del servicio al cliente en el Hotel Gándara en Hermosillo sobre las problemáticas que surgieron al pasar los años, esta investigación será de ayuda al sector hotelero de Sonora y de México, ya sea para identificar problemas y buscar las posibles soluciones.

La investigación es importante debido al impacto que tiene el sector hotelero en el Puerto de Guaymas, además servirá de ayuda para realizar recomendaciones en la calidad del servicio al cliente que otros hoteles en el Puerto puedan imitar.

Esta investigación se llevó a cabo para analizar las funciones y servicios que se ofrecen en el "Hotel Gándara en Hermosillo" especialmente en la atención al cliente, ya sea por grado de satisfacción de los clientes por medio de diversos indicadores que nos ayuden a conocer el trabajo realizado por la empresa.

El principal beneficio que adquieren los clientes al hospedarse en Hotel Gándara en Hermosillo es la seguridad, el hotel es un espacio que cuenta con todas las comodidades que necesita una persona o familia, ya sea para una estancia corta y de largo plazo, los problemas que aquejan el hotel es que por el pasar de los años los avances tecnológicos han incrementado y el hotel se encuentra en ese proceso de adaptación y cambio, este lapso puede afectar en la atención del servicio al cliente.

Cabe resaltar que la investigación beneficiará tanto alumnos de la institución como el personal del Hotel Gándara en Hermosillo, esta ayudará a encontrar y dar una solución a cualquier suceso no deseado, facilitará la creación de un plan para prevenir errores, esto es un gran paso para tener una empresa exitosa, recordando que el municipio de Hermosillo es un lugar turístico por ser la capital y esta investigación podrá ayudar de manera significativa a los hoteles; incentivar sobre la atención del cliente y las posibles soluciones a problemas que surgen en los hoteles, por ello, esta investigación es importante no solo para el hotel Gándara en Hermosillo, también para aquellos empresarios que se dedican al sector hotelero y buscan la manera de mejorar sus empresas.

Este proyecto tiene grandes beneficios como identificar fácilmente problemas en la empresa, encontrar los problemas que no dejan dar un buen servicio y una solución a lo que podría presentarse. Se tendrán los conocimientos que ayudarán a la mejora en la calidad del servicio en el Hotel Gándara en Hermosillo, lo cual, propicia tener mejoras en el personal y por ende mejor satisfacción en los clientes.

Los problemas a solucionar son el cambio y la adaptación a la tecnología por medio de herramientas para la atención del servicio al cliente. Ya que toda empresa requiere adaptarse a los cambios tecnológicos para seguir existiendo, el hotel Gándara en Hermosillo cuenta con 50 años de antigüedad y por ello adaptarse a la tecnología es un proceso de cambio complicado.

1.3 OBJETIVOS.

1.3.1 Objetivo general.

Analizar y desarrollar propuestas de mejora del sistema de atención y de retroalimentación para la mejora de la calidad de los servicios que ofrece el Hotel Gándara en Hermosillo, esto por medio de la recomendación de herramientas prácticas que permitan mantenerse a la vanguardia en tecnología para la atención del cliente.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Conocer las opiniones de los clientes para mejorar la calidad de servicio.
- Conocer las principales problemáticas del hotel
- Conocer cada uno de los servicios que ofrece el hotel
- Determinar cuáles son los factores que conllevan que el Hotel Gándara en Hermosillo tenga diferentes niveles de aceptación de los clientes.
- Elaborar y ejecutar un análisis de recomendaciones que sirva de retroalimentación para generar o modificar estrategias que ayuden a presentar un mejor servicio.
- Elaborar recomendaciones para estar a la vanguardia
- Realizar encuestas para conocer las opiniones de los clientes
- Analizar los servicios adicionales que ofrece el hotel como el wifi, restaurant alberca y televisión por cable de las habitaciones
- Inspeccionar las áreas del hotel
- Analizar los servicios de tecnología que se aplican como parte de la mejora para la calidad del servicio al cliente

1.4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

¿El servicio al cliente del Hotel Gándara en Hermosillo está a la altura de las necesidades de los huéspedes?

¿Los servicios que brinda el Hotel Gándara en Hermosillo son de calidad?

¿El Hotel Gándara en Hermosillo ofrece una mala calidad en su servicio?

¿El servicio de wifi es de calidad?

¿La atención al cliente es en tiempo y forma?

¿El servicio de televisión en la habitación es de calidad?

¿Los servicios del hotel satisfacen las necesidades del cliente?

¿Las promociones del hotel son justas?

¿Qué otros factores determinan la satisfacción de los clientes?

1.5 ANTECEDENTES.

A lo largo de la historia el servicio al cliente dentro de las empresas ha jugado un papel fundamental, este empieza en la era preindustrial. En el pasado “ser servido” era un privilegio de las clases más ricas. La idea de un buen servicio debe ser inmediato, receptivo y satisfactorio.

La industria turística en general es uno de los principales motores de desarrollo a nivel mundial y en algunos casos, la más importante. Es por ello, la importancia de la hotelería como principal receptor turístico.

La calidad de servicio es un aspecto clave para lograr el éxito en un sector tan competitivo como la industria hotelera. La presente investigación describe el análisis del servicio al cliente en relación con la prestación de servicios que proporciona el Hotel Gándara en Hermosillo en la empresa Gándara Hermanos de S.A. de C.V.

El gremio hotelero se ha visto impactado de manera significativa debido a la contingencia sanitaria por Covid-19. Esto, debido a las restricciones de viajes, límites de aforo y cancelaciones de eventos masivos como conferencias, congresos o eventos que comúnmente se llevaban a cabo en hoteles.

Los hoteles en México se han tenido que ir adaptando a las circunstancias tanto políticas, económicas y de salud en los últimos 5 años. Por tal motivo, han buscado nuevas alternativas para brindar mejores servicios al cliente, ya sea con la aplicación de tecnología, promociones e infraestructura.

El Hotel Gándara en Hermosillo posee con 50 años de antigüedad, por tal motivo es esencial que el hotel pueda adaptarse a las nuevas modalidades que ofrecen los diferentes hoteles de Sonora.

1.6 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

La importancia de ofrecer un servicio de calidad es obtener mejores comentarios, incremento de visitas y de ventas, así como generar valor a la marca. Para saber la calidad de los servicios del Hotel Gándara en Hermosillo es fundamental conocer las opiniones de clientes. Esto dará un panorama más amplio para la toma de decisiones, generación de estrategias de metodologías de mejora.

a) Toda organización necesita un método de retroalimentación para mejorar sus procesos, servicios y productos.

b) La calidad de los productos o servicios debe ser la alta, no solo que cubra la necesidad del cliente, si no que el cliente al salir del hotel lo recomiende y vuelva a hospedarse en él.

c) La atención debe ser el punto angular para que los clientes puedan emitir criterios con objetividad, un cliente mal atendido por mejor que sea el producto servicio es un cliente que ya no volverá.

1.7 DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN.

Por tradición símbolo de la hospitalidad Sonorense, Hotel Gándara en Hermosillo posee más de 50 años de experiencia y servicios e instalaciones con la validación de la categoría 4 estrellas.

En la capital del estado y tomando ventaja de la conveniente ubicación de Hotel Gándara, justo en la Zona Hotelera Norte y a 10 minutos del Consulado Americano y del centro de la ciudad.

Las más de 120 habitaciones y 5 Junior Suites del hotel en Hermosillo, Sonora tienen espacios decorados en un estilo tradicional, limpio y elegante al mismo tiempo, cuidando que incluyan todas las amenidades que se requieren para sentirse como en casa, desde acceso a Internet, alberca, restaurante, estacionamiento, áreas verdes, hasta cajas de seguridad y pantallas planas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.

Para iniciar una investigación a profundidad es necesario conocer los conceptos básicos y definiciones de palabras relacionadas a lo que se busca indagar, esto con el fin de enriquecer la investigación y que esta pueda tener un sustento fundamental teórico, a continuación se mencionarán palabras relacionadas a la investigación.

2.1 EMPRESA.

El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos".

Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios". La empresa es una agrupación formada por capital humano, bienes materiales, bienes financieros, objetivos y meta; todo esto para ofrecer un producto o servicio para satisfacer las necesidades de los clientes.

La empresas en la actualidad brindar productos o servicios para satisfacer necesidades.

Importancia de la empresa.

La empresa toma un papel fundamental no solo para quienes la integran, esto en el sentido de poder conyugar personas que tienen conocimiento, capacidad y responsabilidad, sino también a quienes no la integran. Esta también apoya de manera indirecta a quienes no pertenecen a ella.

Los beneficios directos de las empresas a quienes la integran son:

- Capacitación al personal
- Favorece al progreso humano
- Brinda incentivos por el trabajo realizado
- Seguridad social

Beneficios de la empresa a la sociedad:

- Fortalece la economía del país
- Brinda empleos
- Genera inversión local o extranjera
- Promueve el uso de las tecnologías
- Flujo económico
- Promueve la competencia
- Inversión a los alrededores
- Promueve la relación entre los gobiernos y la empresa

Beneficios de la empresa a los clientes:

- Satisfacer necesidades
- El intercambio de recursos financieros por productos o servicios
- El cliente tiene la responsabilidad de escoger con que empresa satisfacer su necesidad
- El cliente puede expresar sus opiniones, sugerencias o quejas sobre productos o servicios

En la actualidad es necesario para que la economía de un país crezca, se debe tener a la empresa como una de las principales prioridades, ya que esta genera empleos y por ende una mejor calidad de vida a quienes laboran.

2.2 CALIDAD.

Existen diferentes definiciones de calidad en las cuales se expresa el sentido de la importancia y de la misión de realizar o aplicar la calidad en los productos y servicios. La calidad no es algo que se puede dejar por un lado, debido a que esta es una característica fundamental para que una empresa pueda tener aceptación y credibilidad entre los consumidores.

Definición de Calidad.

La Norma ISO 9000 (2000) define a la calidad como el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

Jurán y Gryna (1998) exponen a la calidad como “es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente.” La calidad no puede estar en un punto bajo cuando se trata de satisfacer las necesidades de los clientes, estas determinan si la empresa cumple o no cumple con lo acordado, esto puede hacer que una empresa tenga éxito o llegue al fracaso. Esta permite a las empresas puedan diferenciarse de la competencia, ofrecer un producto o servicio de mayor valor y mejorar la satisfacción y lealtad de los clientes, por lo tanto la empresa tendrá mejores ganancias si ofrece calidad a sus clientes.

2.3 SERVICIO AL CLIENTE.

Existen varias definiciones sobre el servicio, se agregarán únicamente definiciones que ayuden al enfoque en el término calidad.

Definición de servicio.

Consiste en un proceso de acciones que rodea el momento de una compra, por esa razón son bienes intangibles que se consumen al momento de su producción.

En conclusión, se puede definir la palabra servicio como la acción que consiste en el intercambio de experiencias, servicios y productos.

Definición de servicio al cliente.

Según Humberto Serna (2006) “el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”.

El servicio al cliente son acciones que derivan a satisfacer necesidades, para que una empresa pueda tener éxito debe enfocar una parte de sus esfuerzos en lograr que incrementemente la calidad en el servicio al cliente. Un cliente mal atendido es un cliente que no volverá y buscará a la competencia, recordemos que los clientes son nuestros mejores críticos y ellos tienen la decisión de tomar el producto o servicio que mayor satisfaga sus necesidades.

Las empresas que olvidan la calidad en la atención en el servicio al cliente con el tiempo empiezan a surgir problemas internos y financieros.

2.4 EMPRESA TURÍSTICA.

Definición de empresa turística.

Podríamos definir a la empresa turística como el intercambio de productos y servicios para turistas. Este tipo de empresas suelen tener cambio bruscos en su actuar debido a que no dependen de ellas mismas, es decir, que su vida interna y externa está en constante cambio debido a diferentes factores que influyen de manera sustancial, tales como:

Factores Económicos: El nivel de desarrollo económico del país donde opera la empresa, la distribución de la riqueza, el nivel de salarios y renta y las políticas impositivas son algunos factores que manipulan o afectan a la empresa turista de manera negativa, ya que la empresa no tiene injerencia en este factor.

Factores Tecnológicos: La tecnología incide sobre la empresa turística se da a través de: la novedad y complejidad de los servicios prestados, las innovaciones tecnológicas, en los procedimientos, en los equipos y materiales, así como los cambios en los mercados turísticos, consecuencia de los cambios tecnológico.

Esto puede ser benéfico o perjudicial a la empresa, debido a que los cambios tecnológicos traen como consecuencia en ocasiones grandes cambios dentro de los procesos o vida interna de la empresa.

Factores Sociales: al ser la empresa una unidad de riqueza y una unidad social, igualmente sufre incidencias de los cambios sociales y de la problemática del entorno

social debido a los diferentes formas de pensar de quienes la integran, valores, ideas, creencias y aspectos sociales que influyen en la toma de decisiones, como por ejemplo la moda.

Factores Políticos: repercuten en la empresa bien sea que se trate de políticas nacionales, regionales o locales; entre ellos se tienen: la estabilidad política que incide sobre la demanda, la ideología política y tendencias a no apoyar a la empresa privada, la política de inmigración y emigración que facilita o no la entrada y salida de los turistas, las relaciones internacionales y su incidencia en la demanda y oferta turística, política de desarrollo regional y política de empleo, que repercute sobre la empresa en términos de legislación laboral.

La política mal empleada puede ocasionar serios problemas a la empresa turística, si existen políticas públicas que afectan al sector turístico seguramente la empresa se verá afectada.

Factores de inseguridad: La inseguridad es determinante para que los clientes puedan adquirir servicios turísticos, ya que estos buscan lugares donde puedan estar tranquilos, la ubicación de la empresa es fundamental para que los clientes tomen una decisión, si el lugar está ubicado en un sitio inseguro los clientes buscarán otra opción.

Factores de salud: La pandemia del Covid-19 modifico el comportamiento de la empresa turística, obligándola a cumplir con las restricciones o reglas para el aglutinamiento, solamente el 30% de ocupación estaba permitido.

Es fundamental que los hoteles cuenten con las medidas sanitarias necesarias. Un hotel que no cuente con medidas sanitarias seguramente tendrá poca ocupación y podrá ser acreedores de multas por la autoridad competente o cierre de la empresa.

Importancia de la empresa turística.

Las empresas turísticas son parte fundamental de la economía, son las empresas que brindan productos o servicios a los turistas locales o internacionales, la importancia de estas radica en que son empresas que su giro se encuentra en satisfacer necesidades únicas como alimento u hospedaje.

También existen empresas turísticas encargadas de brindar servicio de acompañamiento tanto para vacacionar como para organizar eventos culturales y de entretenimiento. Debido a que estas empresas tienen un grado de responsabilidad elevado sus productos o servicios deben de ser de calidad; además de promocionar factores del entorno que influyen en la contratación de sus servicios tales como las riquezas naturales de la nación, como las playas, bosques, montañas y zonas desérticas, y su famosa gastronomía.

Existen otros beneficios por los cuales las empresas turísticas toman un rol fundamental en el desarrollo de la economía de un país como lo son:

- El número de turistas en el país
- Ayudan al crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto)
- Aportan a la generación de empleos

Gracias a las empresas turísticas quienes visitan el país pueden ser atendidos de la manera que corresponde a sus necesidades.

Las empresas brindan servicios para quienes viajan, estos ya sea por negocios, diversión, entretenimiento o para eventos sociales. Estas empresas suelen estar concentradas en destinos turísticos donde los visitantes pueden adquirir servicios o productos.

Los servicios pueden llegar a ser desde alojamiento, como excursiones y actividades de ocio (apuestas, máquinas de entretenimiento, casino, arte y actividades deportivas).

2.5 AMBIENTE TRABAJO.

Definición de ambiente de trabajo.

El ambiente de trabajo puede definirse como un conjunto de características que describen una organización.

El ambiente de trabajo puede ser en ocasiones el punto más complicado para que una empresa pueda funcionar adecuadamente, ya que este puede ser un factor para no alcanzar los objetivos de la organización.

Tener un buen clima organizacional es fundamental para la empresa, ya que este es el indicador más preciso que demuestra los niveles que se tienen en la organización en cuanto a relaciones laborales internas, ya que estas puedan afectar el servicio con los clientes.

Cuando es positivo, generará beneficios tanto para los empleados como para la organización, mientras que cuando es negativo conduce a pérdidas, gastos, despidos, conflictos y demás situaciones adversas que pueden llevar a la organización incluso a la quiebra o bancarrota.

Importancia de un buen ambiente de trabajo.

Un buen clima en una organización radica en que este influye de manera importante en el desempeño de los empleados, este tiene un impacto en la motivación, las actitudes y la satisfacción de los empleados a nivel individual.

La empresa debe capacitar no solamente, si no crear el ambiente necesario para que sus empleados tengan un sentido de pertenencia y de esta manera se sientan incluidos, para que de esta forma pueden explotar sus talentos, conocimientos o habilidades.

El clima organizacional está directamente relacionado con la eficacia y desempeño de tus equipos de trabajo, es decir si existe un mal clima organizacional los empleados no realizan sus actividades al 100%.

Beneficios de un buen ambiente de trabajo.

Mantener un buen clima organizacional es un reto para las empresas, ya que estas se encuentran dificultad para poder coincidir en ciertos aspectos que derivan al buen ambiente laboral. Un buen entorno de trabajo permite alcanzar los objetivos de la organización. Los beneficios son los siguientes:

Un ambiente agradable: La ausencia de tensiones facilitará la comunicación organizacional y la relación entre los miembros de la empresa, la reducción del miedo y

el estrés laboral trae como consecuencia de un aumento de la seguridad en uno mismo y en el equipo traerá un mejor desempeño.

Incremento del interés: Un ambiente relajado y agradable ayuda a que las ganas de trabajar se renueven así como el interés por emprender nuevos proyectos, así como de una mayor participación de quienes integran la empresa, debido al sentido de pertenencia, nadie quiere laborar en un espacio de conflicto y de constante tensión con los compañeros de trabajo.

Satisfacción laboral: La comunicación, el sentimiento de grupo y el reconocimiento mejorarán la felicidad en el trabajo de los empleados.

Es esencial reconocer a quienes realizan de manera eficiente las actividades dentro de la empresa, estos pueden ser incentivos que provoquen emoción pero también un sentido de compromiso hacia los objetivos de la empresa.

Evitar el ausentismo laboral: La infelicidad en el trabajo y un clima organizacional malo son algunas de las causas del ausentismo laboral. Nadie quiere estar en un ambiente tenso y complicado, en ocasiones los empleados justifican su asistencia con esto, debido a que el mal ambiente laboral provoca que estos no se sientan cómodos o seguros.

Mejorar la productividad laboral: Un ambiente laboral adecuado que permita el desarrollo individual y en grupo de los empleados permitirá una optimización del tiempo y los recursos.

2.6 ORGANIZACIÓN.

Es importante tener una idea acerca de lo que significa este término para poder referirnos con propiedad, a una entidad (organización con o sin fines de lucro) o a una determinada actividad (la organización de una empresa, un evento u otro).

Por ello, se plantea la definición de organización desde distintos puntos de vista de algunos autores con la finalidad de brindar una idea más amplia acerca del significado de este término.

Definición de organización.

El Diccionario de la Real Academia Española, menciona que la organización es una "asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines".

Después de entender a la organización es importante conocer los elementos que la conforman. Estos elementos generales en los cuales una organización se basa son los que derivan el comportamiento de esta, estos son: El ser humano, la motivación, el medio ambiente, el liderazgo, la comunicación, el conflicto, poder, cambio, la toma de decisiones, la participación y la eficiencia. Estos elementos pueden definir si una organización puede tener éxito o no.

2.7 ADMINISTRACIÓN.

La administración hace uso del conocimiento organizado básico y lo aplica a la realidad para obtener un resultado deseado.

Administrar implica realizar un planeación, establecer la estructura contribuya al cumplimiento de los objetivos y planes. Así como estar vigilantes a los procesos dentro de la estructura organizacional.

Es muy importante en una empresa la motivación de los empleados, ya que de estos depende en gran manera la calidad de los servicios o productos emanados de la empresa.

Definir la administración es una tarea complicada. La administración es el proceso de planeación, de organización, de la integración de personal en su capacitación motivación y conocimiento, además de la dirección y control de una organización, y también de utilizar todos los recursos financieros, materiales y humanos para alcanzar metas deseadas. Planificación es el primer momento del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las soluciones del pasado, y se escojan planes y programas. La integración del personal consiste en ocupar y mantener así los puestos dentro de la estructura organizacional.

Esto se logra mediante el reconocimiento de quienes integran las fuerzas de trabajo, el personal con el que se cuenta y el reclutamiento, identificación y desenvolvimiento tanto de postulantes al empleado como de empleados en funciones a fin de que puedan cumplir eficaz y eficientemente las tareas a elaborar

2.8 ESTRUCTURA EN LAS EMPRESAS.

Definición de estructura en las empresas.

Los liderazgos dentro de las empresas han necesitado capital humano para poder llevar a cabo las tareas que hacen funcionar la organización, el hecho de responsabilizar personas en las tareas facilita el proceso, por tal motivo, la creación de estructura es un término administrativo que vino a facilitar la manera de trabajar.

El proceso de la organización se define: como la creación de la estructura de una organización. Con todo esto el reto de los gerentes consiste en saber diseñar una estructura organizacional que permita que sus empleados puedan realizar su trabajo con eficacia y eficiencia, alcanzando al mismo tiempo las metas y objetivos de la organización (Robines 2000).

De acuerdo con Robbins define “la estructura organizacional es el marco formal mediante el cual las tareas se dividen, agrupan y coordinan”.

En tercer lugar, la estructura de una organización debe responder a las condiciones en las que se encuentra. Ésta debe diseñarse en favor al trabajo, para permitir las condiciones de los integrantes de un grupo y para hacer posible que las personas cumplan eficientemente los objetivos trazados en el futuro.

En cuarto lugar, se debe tener muy en claro que la organización está integrada por personas, en la agrupación de actividades y las relaciones de autoridad de una estructura organizacional se deben tomar en cuenta las limitaciones y costumbres de las personas. Esto no significa que la estructura se deba diseñar en torno a los empleados y no a las metas y/o consecuentes actividades, con la finalidad de saber el tipo de personas que la componen.

2.9 COMUNICACIÓN.

Este es el proceso de compartir información. En un término administrativo significa que la información representa cualquier pensamiento o idea que los administradores deseen compartir con quienes integran la organización.

Las actividades de comunicación de los administradores generalmente se efectúan dentro de una organización e implican el compartir información con otros miembros de la organización.

La fuente es aquella persona en la situación de comunicación interpersonal que origina y codifica la información que desea compartir con otra persona. La codificación es el proceso de disponer la información en alguna forma que puede ser recibida y comprendida por otra persona.

La señal es información codificada que la fuente pretende compartir constituye un mensaje. Un mensaje que ha sido transmitido de una persona a otra se denomina señal.

Decodificador o destinatario es aquella persona con la cual la fuente trata de compartir información. Este individuo recibe la señal y decodifica o interpreta el mensaje para determinar su significado. La decodificación es el proceso que se sigue para volver a convertir los mensajes en información. En todas las situaciones de comunicación interpersonal, el significado del mensaje es un resultado de la decodificación. El decodificador o destinatario se denomina destinatario o destino.

Desde el punto de vista de la administración, la comunicación es un proceso en el cual los miembros de una organización interpretan información para realizar una tarea.

La comunicación se define como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, el proceso de comunicación consiste en pasos mediante los cuales un concepto e ideas pasan desde su concepción por una persona (el emisor) hasta que es puesto en acción por otra persona (que es el receptor).

La comprensión de estos pasos y sus posibles barreras se pueden presentar y así lograr una comunicación más efectiva.

Tipos de comunicación.

Comunicación formal.

Es el intercambio de información no oficial, esta puede ser llevada por miembros de la empresa pero no cuenta con un sustento oficial.

También se establecen canales por los cuales fluya la comunicación ascendente, esto anima a los subordinados a expresar ideas, actitudes y sentimientos de ellos mismos, políticas y prácticas organizacionales que conciernen a toda la organización.

Comunicación informal.

La comunicación formal se encuentra entre personas de una organización cuyas relaciones pueden ser independientes de la autoridad y de las funciones de su puesto. Esto es resultado de socializar y pasar información que creen sus colegas que no poseen

2.10 LA TECNOLOGÍA COMO HERRAMIENTA ÚTIL EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

La tecnología nos ha permitido poder tener cierto control sobre los procesos y una mayor capacidad de respuesta y resolución a los problemas, además de poder estar en constante innovación sobre los productos o servicios.

El uso de la tecnología nos ha permitido a lo largo de la historia a mejorar en ciertos aspectos, tales como:

- Tener una mayor capacidad para dominar el tiempo y la distancia para el movimiento de productos de un lugar a otro.
- Lograr una mayor capacidad para diseñar nuevos materiales y cambiar las propiedades de otros para que satisfagan mejor las necesidades.
- Mejorar los procesos de mecanización y automatización de procesos

2.11 MOTIVACIÓN.

Definición de motivación.

La motivación sirve para que mejorar la participación de manera objetiva. Dentro de las organizaciones se deben realizar estudios internos para buscar cuales son los motivadores o los elementos idóneos para motivar a las personas. Los elementos que motivan a las personas pueden ser provistos por la misma organización o por los mismos empleados. Las personas consideran a la organización como la principal fuente en la que el trabajador puede encontrar un significado en su vida, propósito, fuente financiera y de relaciones humanas.

La motivación que implica una serie amplia de impulsos, deseos necesidades, anhelos y fuerzas similares, es apegado a un impulso emocional para la toma de decisiones. Esto quiere decir que los administradores motivan a sus subalternos, con la finalidad de realizar cosas con la que esperan satisfacer sus impulsos y deseos e inducir a los subordinado a actuar de una forma determinada.

Puede existir una gran complejidad en la relación que existe cuando un individuo está motivado. Las necesidades se refieren a las carencias que como seres humanos sentimos. La motivación se refiere a la búsqueda de satisfactores para nuestras necesidades físicas o emocionales.

También puede definirse como un estado del individuo que lo hace comportarse en una forma para alcanzar algún objetivo. Esto quiere decir que la motivación explica por qué las personas se comportan en la forma en que lo hacen.

Entre mejor entiendan a sus líderes, el comportamiento de los miembros de la organización influye en el comportamiento y reflejarlo en los objetivos de la organización.

El resultado del comportamiento de los miembros de la organización es la influencia en que dicho comportamiento es una clave del administrador para incrementar la productividad de la empresa.

2.12 LIDERAZGO.

El liderazgo lo podemos definir como la habilidad para influir en las personas para que estos lo sigan. Los líderes tienen la capacidad para motivar a la gente, esto lo hacen a través de la persuasión, comunicación y motivación.

El enfoque del liderazgo ayuda a los seguidores a buscar y encontrar por sí mismos su camino, propósito u objetivos. El liderazgo busca potencializar las habilidades, talentos o conocimientos de las personas para poder alcanzar objetivos o metas.

De acuerdo con Humberto Serna (1991) la capacitación para el liderazgo es un proceso en el cual toda la gente implicada en el logro de los objetivos o resultados puede contribuir de una manera más objetiva, el liderazgo es inherente al grupo y pasa de una persona a otra según lo requiera la situación. Dentro de una empresa el liderazgo ayuda para que todos los empleados lleven la secuencia de las obligaciones y responsabilidades, de que se logre lo que se ha planeado, que todos hagan lo que él líder dictamine. El liderazgo también difiere de la autoridad aun cuando los líderes podrían tener la autoridad y las autoridades ser líderes.

Tradicional: Obedece una costumbre o una forma en particular porque así lo han hecho nuestros antecesores.

Racional: Obedece a quienes ocupan ciertos cargos, como por ejemplo a los directores de la escuela, porque creemos que tienen el derecho de tomar decisiones, derecho que se basa en la premisa de que esas decisiones harán que el sistema funcione mejor.

Carismática: Obedece a una persona en particular por una “devoción extraordinaria y poco común de un grupo de seguidores a la fuerza sagrada y heroica, o a la ejemplaridad de un individuo y al orden revelado o creado por él”, Bolman, 1995.

2.13 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

La satisfacción del cliente es la medición en que los consumidores tienen con respecto al servicio o producto. Las calificaciones, comentarios, críticas u opiniones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan.

Una buena atención no termina cuando se finaliza una compra, si no a partir de ese momento la empresa que proporciona el producto o servicio debe de crear una conexión con el cliente para que este sea su principal promotor. Mantener una relación cercana con tus clientes genera una conexión que te diferenciará del resto. Un detalle que puedes tener es enviarles un correo preguntándoles qué les pareció tu producto o servicio.

Para satisfacer al cliente tenemos que definir ciertos elementos que nos ayudaran a identificar qué aspectos debemos de mejorar si queremos lograr que los clientes se encuentren satisfechos en la calidad del servicio, como lo son:

2.14 SATISFACCIÓN LABORAL.

La satisfacción laboral se puede definir como aquellas emociones o sentimientos de quienes laboran dentro de una empresa por realizar alguna actividad.

En primer lugar, reducirá la tasa de rotación y fidelización dentro de la organización donde si los empleados están satisfechos con su trabajo, permanecerán fieles a la organización durante un período más largo.

En segundo lugar, conducirá una mayor productividad ya que los empleados que están satisfechos con su trabajo darán lo mejor de sí mismos para realizar su trabajo.

Y tercero, los ingresos de la organización aumentarán a medida que se pruebe que los empleados que estén satisfechos crearán un resultado final más sólido que comprende economía, beneficios ambientales y sociales que son vitales para determinar la sostenibilidad del negocio.

En general, hay dos métodos para medir la satisfacción laboral que son Minnesota Cuestionario de satisfacción e índice de descripción del puesto.

Dentro del entorno laboral islámico, respetar los sentimientos de los demás es extremadamente importante para garantizar la satisfacción de los empleados hacia la organización.

2.15 LA IMPORTANCIA DE GENERAR EMOCIÓN PARA BRINDAR UN SERVICIO O PRODUCTO DE CALIDAD.

En la actualidad las empresas no solo buscan brindar un servicio o producto sino que también buscan brindar experiencias y emociones. Las grandes cadenas comercializadoras de comida rápida son un claro ejemplo de la comercialización global avanza en un sentido de poder generar un sentimiento.

La contratación de deportistas, artistas o personas reconocidas para generar empatía o llamar la atención de las personas para lograr que estas consuman los productos o servicios, esto ya sea con campañas publicitarias que promuevan una causa, moda o pensamiento social.

La empatía, la escucha activa y la capacidad de adaptarse a las necesidades emocionales del cliente son habilidades clave que los vendedores y las empresas deben desarrollar.

Si las empresas no saben las necesidades de sus clientes muy probablemente no tengan éxito. No se pueden inventar fórmulas mágicas, se debe conocer las opiniones y críticas de los clientes para poder expandirse en todos los aspectos.

Generar emociones hoy es parte del parte del servicio al cliente, las empresas que hacen esto a un lado suelen no tener relación con sus clientes, provocando esto bajas venta.

El marketing es importante en las empresas, pues por este medio podemos crear emociones con nuestros cliente, para generar esto se deben de tomar ciertos aspectos, tales como:

- Conocer a la audiencia
- Crea una historia en la cual se apega a las necesidades del cliente. Las historias son una de las formas más poderosas para conectar emocionalmente con tu público
- Utiliza imágenes y videos
- Selecciona los medios adecuados
- Sé auténtico

2.16 COMPROMISO DEL PERSONAL.

El compromiso laboral puede definirse como el involucramiento de las personas con la empresa, relacionado con la satisfacción del trabajo.

Tener personal comprometido con la empresa es fundamental para alcanzar las metas u objetivos. Sabemos que si el personal no se encuentra convencido de la empresa podría generar ciertos problemas en ella, tales como:

- Ausentismo laboral
- Conflictos con otros compañeros
- Mala atención al cliente

El compromiso es esencial si queremos lograr el éxito, pues este marca una línea hacia lo que queremos lograr o alcanzar. Mientras el empleado tenga compromiso con la empresa incrementará el grado de involucramiento emocional e intelectual del empleado esa y con los retos del negocio; por lo tanto, está directamente relacionado en la medida que los empleados encuentren oportunidades de crecimiento y beneficios que contribuyan a la conciliación vida, familia y trabajo.

2.17 EXPERIENCIA LABORAL.

La experiencia laboral se entiende como los acontecimientos dentro del trabajo que sirvieron para aprender de mejorar y evitar errores.

El hecho de querer adquirir tal experiencia conlleva a la aceptación de la llamada precariedad laboral. Un trabajo precario se diferencia del llamado “Trabajo Decente o “Trabajo en blanco,” en donde se les son reconocidos beneficios y protegidos por la ley.

2.18 CAPACITACIÓN.

Chiavenato (2008), define: “La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos” (p. 386).

La capacitación es una herramienta para la administración de recursos humanos, que permite para mejorar la eficiencia del trabajo de la empresa, logrando que se adapte a nuevas circunstancias que se presentan tanto dentro como fuera de la organización, estableciendo parámetros de beneficio en funcionamiento de la organización.

También consiste en dar al empleado la preparación teórica y práctica que requiera para que pueda cumplir con las tareas asignadas.

Importancia de la capacitación.

La capacitación juega un papel primordial para el logro de tareas y proyectos, dado que es el proceso mediante el cual las y los trabajadores adquieren los conocimientos, herramientas, habilidades y actitudes para interactuar en el entorno laboral y cumplir con el trabajo que se les encomienda.

Las empresa para lograr la calidad de sus productos o servicios deben capacitar a su personal para que este tenga el conocimiento necesario para llevar a cabo las actividades en la ejecución del trabajo, no es solo eso, también mejorar sus habilidades o talentos con el fin de mejorar los procesos. Una de las formas más habituales para generar motivación en los empleados es capacitarlos no solo para la empresa, sino también para la vida. La capacitación influye directamente en la calidad desde el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas.

Existen beneficios al momento de capacitar a los empleados, los beneficios de la capacitación pueden ser directos como indirectos. Tan es así, que muchas compañías cuentan con un área dedicada a diseñar y ejecutar campañas de capacitación.

Los beneficios pueden ser los siguientes:

- Aumenta la productividad
- Genera un mejor ambiente laboral
- Incentiva la permanencia
- Personal comprometido

2.19 JUSTO A TIEMPO.

El justo a tiempo también aplica en el servicio al cliente, la realidad es que a nadie nos gusta esperar mucho tiempo cuando adquirimos un producto o servicio, controlar los tiempos de servicio es esencial para satisfacer a los clientes, una persona que es mal atendida en el cuanto al tiempo seguramente no volverá a consumir el producto servicio por más calidad que tenga este.

El concepto Just in Time surge de la visión de Kiichiro Toyota en aquellos años: Creo que lo más importante es garantizar que no haya escasez ni exceso, es decir, garantizar que no haya más trabajo del posible ni más tiempo disponible del necesario para llevar a cabo la producción planificada.

Las empresas que se dedican a brindar un servicio y producto, por ejemplo, las cadenas de comida rápida entienden que cumplir con los estándares de mediciones de tiempo es fundamental para lograr la satisfacción al cliente.

Existen beneficios de la aplicación de la metodología justo a tiempo, tales como:

- Minimización de existencias
- Reducción de costos
- Eliminación de residuos
- Mayor control sobre el proceso de producción
- Maximizar el flujo de obras
- Mejora de la satisfacción del cliente
- Mejora del rendimiento en general
- Mejora en la relación con proveedores;
- Control del cumplimiento de plazos.

La filosofía del justo a tiempo es un reflejo directo de la segunda mitad del siglo XX y del contexto histórico-social de la época, como la caída del mercado de valores de 1929, la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría. A mediados de la década de 1970, Toyota Motors Company desarrolló un sistema de producción que podía gestionar las demandas específicas de automóviles de diferentes colores en el menor tiempo posible. Aquí está el comienzo de JIT (Just in Time). Este modelo de producción se extendió a Occidente

y fue adoptado en varios segmentos de la industria, a través de la implementación en áreas como la gestión de materias primas, la gestión de calidad, la asignación de insumos, el desarrollo de productos, la organización del trabajo y la gestión de recursos humanos.

Manteniendo el ADN japonés, JIT sigue estando muy extendido, llegando a numerosos segmentos de la industria, no solo el automóvil, incluso, las confecciones se benefician justo a tiempo en el desarrollo de colecciones y en la producción de piezas. El justo a tiempo también tiene algunas desventajas una de ellas es que la empresa se compromete a cumplir con los tiempos establecidos, esto puede también complicar la tarea debido a que pueden suceder situaciones que no estar previstas y retrasar las cosas, por lo tanto la empresa no cumpliría con su política de justo a tiempo, en ese caso la empresa debe de buscar la manera de poder llegar a un acuerdo con el cliente afectado.

2.20 TOMA DE DECISIONES.

Definición de toma de decisiones.

(Chiavenato, 2009) “La toma de decisiones es un proceso que consiste en hacer un análisis y elegir entre varias opciones un curso de acción” (p. 36).

La toma de decisiones es la elección de una alternativa entre varias para una situación específica, ya sea a través de una persona o un grupo de personas, por lo que es fundamental observar, escuchar y apoyarnos para tomar la mejor decisión.

En no analizar antes de tomar una decisión dentro de una empresa puede costar no solo recursos financieros sino materiales y humanos, la importancia de tomar buenas decisiones radica en el conocimiento del líder, la persona que conozca a profundidad la problemática tendrá mejor panorama para tomar una mejor decisión y de esta forma resolver el problema.

Tipo de decisiones. Existen diferentes tipos de decisiones que se toman en relación con la cantidad y calidad de información con que se cuenta, o las que se toman de forma individual o en grupo.

Decisiones bajo certidumbre. Si la persona o grupo de trabajo que van a tomar la decisión están plenamente informados sobre el problema y sus posibles soluciones, entonces podemos argumentar que tomarán decisiones bajo pleno consentimiento.

Decisiones bajo incertidumbre. Si contamos con una poca información entonces la asignación de probabilidades a nuestro tipo de toma de decisiones sería muy limitada; y es muy probablemente la decisión que tomemos no sea la mejor o la adecuada.

Decisiones bajo riesgo. El tercer tipo de decisiones está determinado por la falta de información, la persona corre el riesgo y que de alguna manera acepta bajo las condiciones en que actualmente se presenta la situación, tomando así la decisión.

Decisiones programadas. Las decisiones programadas responden a una agenda de la organización ya definida; son acciones repetitivas y de las cuales se tiene una decisión establecida.

Decisiones no programadas. Las decisiones no programadas no son repetitivas y se presentan en situaciones extraordinarias que el gerente debe enfrentar. Puede tener algún tipo de riesgo debido a eventos inesperados.

Decisiones individuales. Este tipo de decisiones son aquéllas en que participa sólo una persona directamente. Para tomar una decisión individual el gerente busca formalizarlas bajo las siguientes bases, Mercado, 1997.

Decisiones de grupo. Las decisiones estratégicas y corporativas dentro de una empresa se toman en grupo. En este tipo de decisiones radica su importancia, entre otras cosas, en que su efecto es de largo alcance (Robbins 2009) para sus actividades y el personal.

2.21 EFICIENCIA Y EFICACIA EN EL SERVICIO.

Definición de eficiencia.

Para Koontz y Weihrich (2004, p. 14) la eficiencia es "el logro de las metas con la menor cantidad de recursos".

Definición de eficacia.

Koontz y Weihrich indican que la eficacia es el cumplimiento de objetivos. Robbins y Coulter la califican cómo hacer las cosas correctas.

Idalberto Chiavenato a la capacidad de lograr los resultados deseados o alcanzar los objetivos establecidos. Es la medida de qué tan bien se están logrando los resultados esperados. La eficacia se enfoca en hacer las cosas correctas, es decir, en lograr los resultados esperados de manera efectiva y satisfactoria.

Diferencias entre eficiencia y eficacia.

La eficacia es la capacidad de conseguir lo que se propone en el tiempo indicado, pero la eficiencia es lograr el objetivo con menos recursos. Es decir la diferencia sustancial entre estos dos conceptos es que la eficacia se centra en los fines, mientras que la eficiencia se enfoca en los medios.

2.22 VALORES DE LA EMPRESA.

Los valores de una empresa guían las decisiones y conductas. En ellos se basa su filosofía, identidad y cultura. Estos valores, entre otras cosas, representan el enfoque y objetivos que hacen que una organización esté activa en el mercado

Los valores humanos nos permiten reconocernos a nosotros mismos y aspirar a ser mejores personas. Establecen la forma relacionamos con nuestra forma de actuar, y ofrecen medios a través de conforme piensas. Una de las cosas más importantes es asegurar que los cimientos de la compañía sean sólidos para soportar cualquier situación. Los valores de la empresa son la columna vertebral dentro una organización para el control del orden.

Existen beneficios claros acerca de los valores dentro de las organizaciones o empresas, tales como:

- Crear una organizacional solida
- Motivar al personal

- Evitar el abstencionismo
- Evitar conflictos entre trabajadores
- Generar un ambiente de confianza y credibilidad en clientes, proveedores, empleados

2.23 POLÍTICAS Y REGLAS DE UNA EMPRESA.

Su objetivo principal es el de brindar protección a los colaboradores, así como a los intereses comerciales de los patrones o empleadores. Cada organización tiene sus propias necesidades y determina sus prioridades. Por lo tal, establece sus políticas y normas. Cabe mencionar que las políticas y reglas nos evitan tener problemas no solo con los clientes o empleados, también ayudan a evitar problemas con la ley.

En la actualidad las políticas y reglas son importantes dentro de la empresa pues estas derivan el comportamiento de los empleados y de los clientes. Estas ayudan a cumplir con la ley, por ejemplo la política de vestimenta en una empresa que se maneja residuos peligrosos.

Las políticas o reglas pueden estar relacionadas con los siguientes factores:

- Conducta de los trabajadores
- Asistencia
- Evaluación de desempeño
- Códigos de vestimenta
- Privacidad de la información
- Seguridad y salud industrial
- Otros términos y condiciones de empleo.
- Ventas y reembolsos
- Productos dañados
- Entregas de productos o servicios

Las políticas de una empresa sirven para gobernar las acciones, en su ejecución para alcanzar los objetivos. Ayudan a delegar y mantener las buenas relaciones entre las personas.

La redacción de las políticas o reglas de una empresa no son suficiente para determinar su actuar. Se requiere que se vuelvan parte de la cultura, al vivirlas durante la toma de decisiones. Si éstas solo se encuentran escritas pero no se aplican seguramente se creará un ambiente de desorden dentro de la empresa y ocurrirán problemas, la aplicación de estas es fundamental.

2.24 EMPRESA DE SERVICIO FLEXIBLE.

Una organización flexible es aquella que pretende, a corto plazo, utilizar los factores disponibles para adaptarse a los cambios inmediatos, mientras que, a largo plazo, se esfuerza por adaptarse al entorno competitivo y lograr un desarrollo interno.

Las empresas flexibles pueden adaptarse fácilmente a los cambios para poder mejorar la calidad de sus productos o servicios, este tipo de empresa suele tomar decisiones con riesgo pero con el fin de mejorar la calidad, los tiempos de espera, la toma de decisiones sea a corto plazo y adaptarse a las problemáticas para la resolución de ellas.

Una empresa flexible se adapta a los cambios constantes como por ejemplo la tecnología y la comunicación. Las posibilidades que brindan las tecnologías de la información y las comunicaciones están permitiendo cambiar la concepción del trabajo y romper la rigidez que imponía el tradicional marco de espacio y tiempo en el desarrollo de la actividad profesional.

Otro aspecto de las empresas flexibles es el entorno de trabajo. La filosofía de trabajar en espacios abiertos y compartidos es la respuesta a cómo el entorno físico del trabajo se adapta también a las nuevas tecnologías y formas de trabajar. Este tipo de flexibilidad dentro de la empresa ayuda a no seguir en un entorno tradicional, probando otras formas de maneras de seguir procedimientos sin perder recursos económicos.

La flexibilidad es una magnífica oportunidad para que los empleados puedan gestionar mejor y de manera más equilibrada su tiempo y su trabajo, pero no significa reducir la carga de trabajo o sacrificar recursos económicos en la empresa.

Las empresas que son rígidas en su forma de actuar suelen quedar obsoletas con el tiempo, hoy se debe buscar formas nuevas de facilitar la adquisición de los productos y servicios.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

3.1 ENFOQUE, MODALIDAD Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La investigación se llevó a cabo en la empresa Hotel Gándara Hermosillo se utilizó el método analítico y descriptivo. De acuerdo con Ramón Ruiz Limón, (1998) es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El enfoque de la investigación será mixto debido a que se implementaron acciones para instrumentos y técnicas de recolección de información. Con el fin de lograr una investigación más completa.

En modalidad descriptiva ya que recaudaron datos relevantes de los clientes sin afectar el entorno, de esta manera se garantiza que la información recabada es únicamente opiniones o críticas sobre la calidad del servicio.

El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual, se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. Asimismo será descriptivo ya que permiten detallar situaciones y eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinando fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

3.2 OBJETO DE ESTUDIO.

La empresa Gándara Hermanos SA de CV Hotel Gándara en Hermosillo cuenta con una gran cantidad de clientes debido a los años que se encuentra operando y cuenta con 40 empleados, estos distribuidos en diferentes áreas para brindar un mejor servicio, el objeto de estudio será únicamente los clientes hospedados en el hotel.

Los procedimientos de estudio se efectuaron de la siguiente manera:

Para la aplicación de la encuesta se aplicó exclusivamente para 50 clientes que se encuentran hospedados en el hotel, dichos clientes fueron encuestado al azar, estos fueron encuestados en los diferentes sitios del hotel como el restaurant, habitaciones, salones, recepción, alberca y todas las inmediaciones del hotel.

Para la aplicación de las fichas de opinión se aplicó para 10 clientes hospedados en el hotel, estos fueron escogidos al azar, dentro del hotel y podrán expresarse en dicho aplicación del instrumento con ninguna restricción.

Para la recopilación de opiniones en internet, se tomaron al azar únicamente opiniones que sean de cuentas reales, en los cuales se brinde una opinión crítica y objetiva.

Cabe mencionar que dicha investigación inicio el lunes 08 de mayo del 2023, la aplicación de los tres los instrumentos de investigación iniciaron el jueves 01 de junio del 2023 en periodo vacacional con el objetivo de que el Hotel Gándara en Hermosillo cuente con el mayor número de personas hospedadas por el periodo vacacional y la investigación concluyó el viernes 22 de septiembre del 2023.

3.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Para la obtención de la información se efectuó un instrumento de medición en los cuales se llevaron las siguientes dinámicas:

1). La opinión de los clientes hospedados en el hotel Gándara Hermosillo por medio de una encuesta donde se media la calidad del servicio y productos que ofrece el hotel, la medición en la encuesta fue con los criterios "Si", "Más o menos" y "No".

En la presente investigación se utilizó un cuestionario en la encuesta para diagnosticar la calidad del servicio al cliente, consistente 10 preguntas acordes al entorno a los servicios y productos que el hotel ofrece. Los enunciados de este cuestionario se adaptaron a clientes hospedados únicamente, a los cuales, se aplicó a 50 personas, teniendo 3 ideas fundamentales en la encuesta.

Calidad del servicio: En lo que respecta a la percepción de los clientes a la hora de adquirir un servicio, estos pueden determinar si es de calidad y sobre todo si cubrió su necesidad.

Justo a tiempo: Son los tiempos de atención, entrega y salida de los productos y servicios que ofrece el hotel.

Satisfacción: Sentimiento de los clientes al adquirir los productos o servicios, si estos cumplen con lo prometido, midiendo si cubrieron la necesidad y satisfaciendo lo acordado.

La investigación busca encontrar las opiniones de los clientes por diferentes medios e instrumentos posibles, ya que en el hotel se han encontrado deficiencias en la atención del cliente, esta investigación busca encontrar áreas de oportunidad y recomendar soluciones de mejora.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.

Para determinar el número de encuestas a realizar se utilizó el muestreo aleatorio simple, con afijación proporcional; donde se encuestó a 50 clientes (N) personas que se hospedaron Hotel Gándara en Hermosillo en la empresa Gándara Hermanos de S.A. de C.V, Para realizar los cálculos se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq N}{E^2 N + z^2 pq}$$

La muestra (población) encuestada fue de 50 clientes hospedados en Hotel Gándara en Hermosillo en la empresa Gándara Hermanos de S.A. de C.V.

3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Los sujetos de estudio fueron 50 los cuales estaban hospedados en el Hotel Gándara en Hermosillo, estos clientes encuestados distribuidos en diferentes áreas del hotel, por ejemplo; en la alberca, habitaciones, restaurante, estacionamiento, recepción, etc.

El instrumento utilizado para la recolección de información fue una encuesta, con una escala que abarcó desde “No”, “Más o menos”, “Si”.

La presentación y análisis de resultados se dio mediante graficas de pastel y diagrama de Pareto en donde se logró concluir que el servicio al cliente de la empresa es favorable en general, mediante la evaluación de indicadores; así mismo, se recomienda fortalecer el indicador motivación, lo cual se puede realizar mediante un programa de reconocimientos e incentivos para el personal, en el cual se adjuntó a las recomendaciones.

3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO.

Para lograr entender de manera clara y precisa se ordenó la información de la encuesta a los 50 clientes hospedados en el hotel Gándara en Hermosillo en una tabla de encuesta general de resultados.

Esto nos permite tener un mayor control de la información, sabiendo el número de encuestados, sus decisiones entre el "No", "Más o menos", "Si".

Al lograr el procesamiento adecuado nos permitió garantizar que la información de los clientes sea ordenada y precisa. El procesamiento de la información consiste en la recolección de datos para transformarlos de una manera más entendible como gráficas, tablas o documentos.

Para este caso decidimos que la información fuera puesta en tablas, ya que de esta forma podemos agilizar, procesar y encontrar datos precisos de manera más eficiente.

3.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Nominal: Calidad en el servicio del Hotel Gándara en Hermosillo.

Independiente: Calidad del Servicio del Hotel Gándara en Hermosillo.

Dependiente: Atención al cliente.

3.8 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

DIMENSIONES	INDICADORES
Servicios que ofrece el Hotel.	Alberca Locales Estacionamiento exclusivo Internet Salones para eventos Lobby Servicio de restaurant Restaurant exclusivo Área de descanso Servicio de limpieza para habitación
Calidad en el servicio	Tiempos de espera Costo del servicio y producto Satisfacción del cliente Tiempo de atención Calidad en sus servicios Diversidad de servicios
Tipos de habitaciones	Habitación Doble Estándar Habitación Ejecutiva Habitación Junior Suite Habitación Master Suite
Atención al cliente	Puntualidad Higiene Presentación Amabilidad

Tabla 3.1

3.9 ENCUESTA

Tecnológico Nacional de México.

Instituto Tecnológico de Guaymas

Encuesta para clientes hospedados en

Hotel Gándara en Hermosillo

Encuesta.

Objetivo: Conocer y analizar las opiniones de los clientes sobre la calidad del servicio del Hotel Gándara en Hermosillo, esto para que los clientes puedan expresar sobre la calidad del servicio de esta manera se obtenga información objetiva.

Instrucciones: Subraya o tacha la respuesta correspondiente.

1- Está de acuerdo con las promociones del Hotel Gándara en Hermosillo.

No____ Más o Menos____ Si____

2- El personal mostro disponibilidad al momento de atenderle.

No____ Más o Menos____ Si____

3- La atención del personal fue en tiempo y forma.

No____ Más o Menos____ Si____

4- Se siente satisfecho por el servicio de wifi que ofrece el hotel.

No_____ Más o Menos_____ Si_____

5- El hotel cuenta con un ambiente seguro y de confianza.

No_____ Más o Menos_____ Si_____

6- El servicio de televisión por cable de las habitaciones cumplieron sus expectativas.

No_____ Más o Menos_____ Si_____

7- El servicio del restaurant es de calidad.

No_____ Más o Menos_____ Si_____

8- La limpieza del hotel es la adecuada.

No_____ Más o Menos_____ Si_____

9- En el momento que llego a la recepción del hotel lo trataron con amabilidad y cortesía.

No_____ Más o Menos_____ Si_____

10- Se encuentra satisfecho por los servicios que adquirió en el hotel.

No_____ Más o Menos_____ Si_____

3.10 ALCANCES.

Alcances: El alcance es analizar los servicios del Hotel Gándara en Hermosillo a empleados y clientes, para que esta forma se pueda identificar los problemas que pueden suscitarse, en cada uno de los factores que fueron estudiados siendo de utilidad para ser considerado en beneficio a nivel individual y colectivo y de igual forma para el área donde fuere aplicado, sirviendo de igual manera de fuente informativa en el hotel con los trabajadores que entran a laborar en esta empresa.

Limitaciones.

Limitaciones: Únicamente se tomaron en cuenta los comentarios y opiniones en la aplicación de la encuesta a clientes hospedados en Hotel Gándara en Hermosillo. Debido a que se una investigación descriptiva solo se sugirieron recomendaciones para la mejora de los servicios de la atención al cliente.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1 ENCUESTA GENERAL DE RESULTADOS.

Los resultados de esta encuesta derivan de 50 clientes hospedados en el Hotel Gándara en Hermosillo, dichas personas fueron encuestados al alzar, los resultados generales fueron los siguientes:

No.	Encuesta General de Resultados (preguntas)	Opción "No"	Opción 2 "Más o menos"	Opción 3 Si
1	Está de acuerdo con las promociones del Hotel Gándara en Hermosillo.	0	5	45
2	El personal mostro disponibilidad al momento de atenderle.	0	5	45
3	La atención del personal fue en tiempo y forma	0	7	43
4	Se siente satisfecho por el servicio de wifi que ofrece el hotel.	1	2	47
5	El hotel cuenta con un ambiente seguro y de confianza.	0	1	49
6	El servicio de televisión por cable de las habitaciones cumplieron sus expectativas.	3	3	44
7	El servicio del restaurant es de calidad.	0	3	47
8	La limpieza del hotel es la adecuada	0	1	49
9	En el momento que llego a la recepción del hotel lo trataron con amabilidad y cortesía	0	2	48
10	Se encuentra satisfecho por los servicios que adquirió en el hotel	0	1	48

Tabla 4.1

4.2 PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTA.

Análisis de encuesta, pregunta 1.

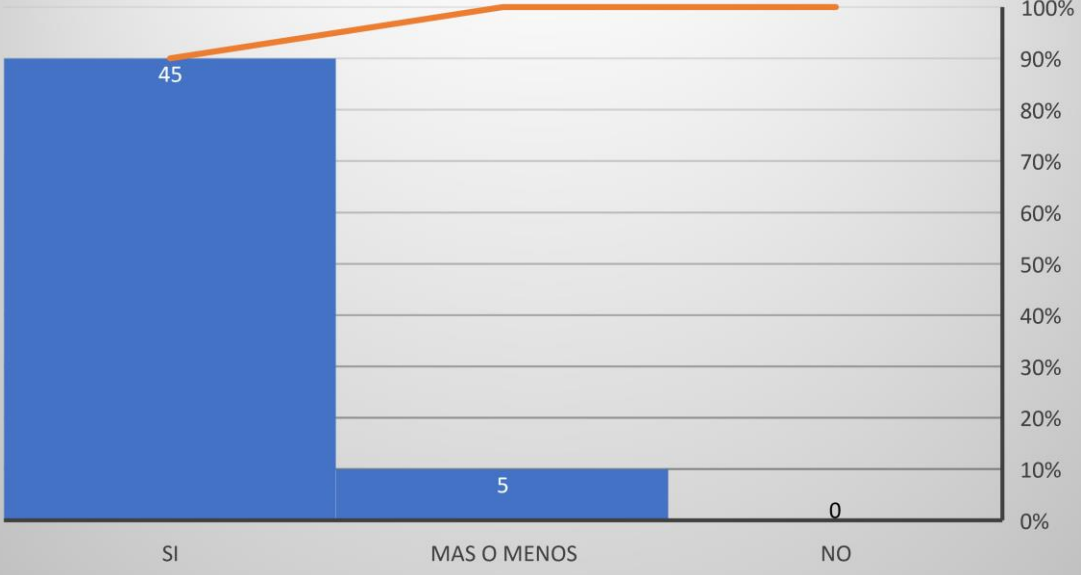
1- Está de acuerdo con las promociones del Hotel Gándara.			
NO	0		
MAS O MENOS	5		
SI	45		

Tabla 4.2



Gráfica 4.1

Está de acuerdo con las promociones del Hotel Gándara en Hermosillo.

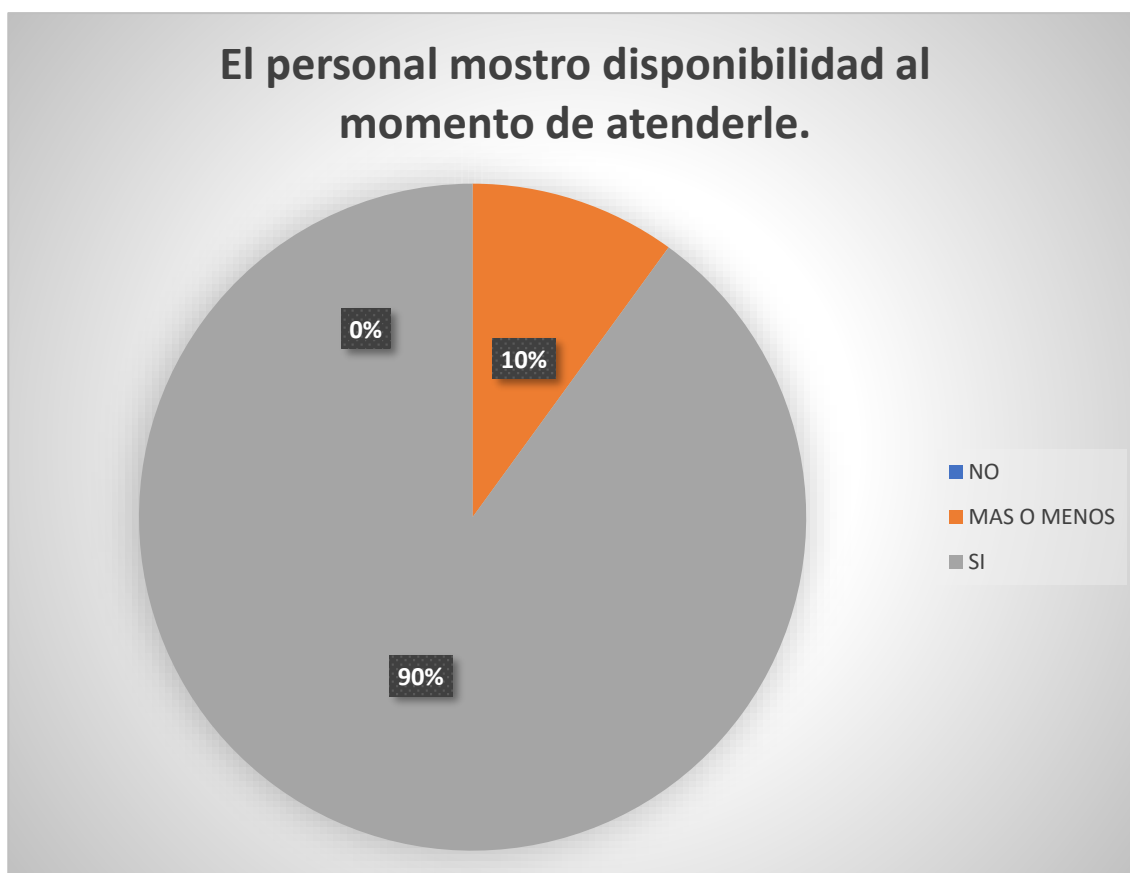


Gráfica 4.2

Análisis de encuesta, pregunta 2.

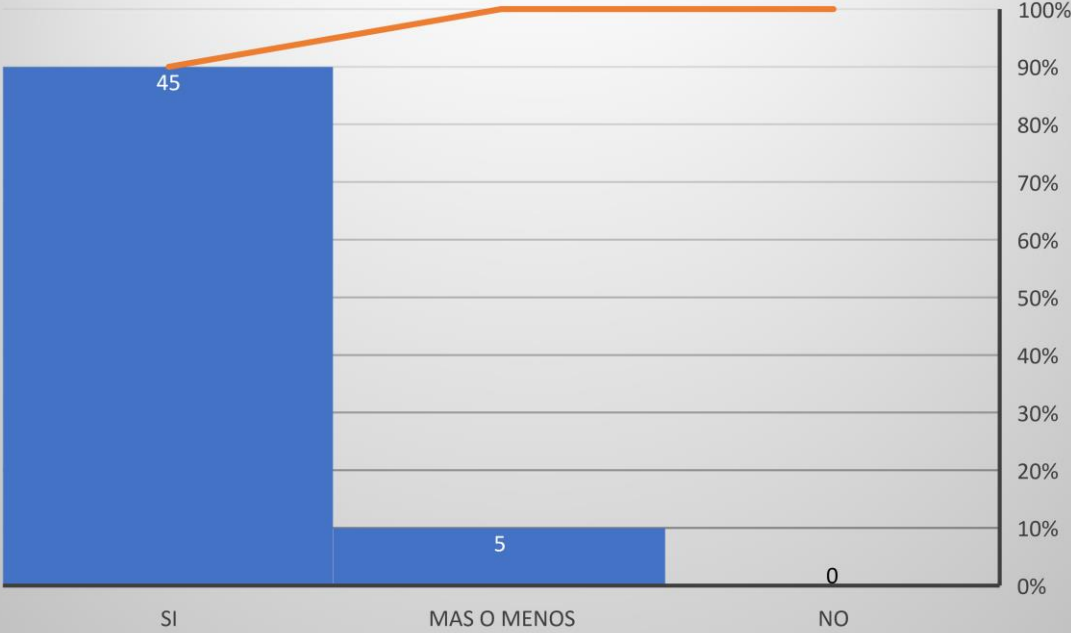
2- El personal mostro disponibilidad al momento de atenderle.			
NO	0		
MAS O MENOS	5		
SI	45		

Tabla 4.3



Gráfica 4.3

El personal mostro disponibilidad al momento de atenderle.

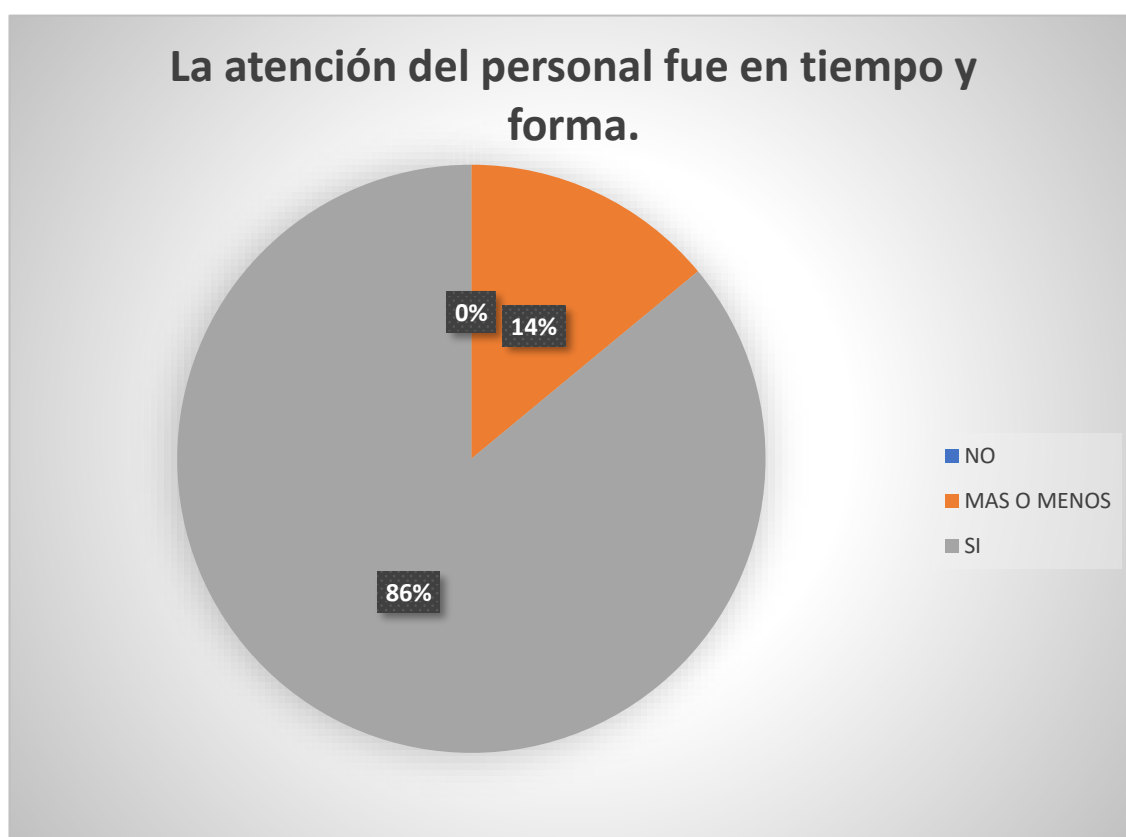


Gráfica 4.4

Análisis de encuesta, pregunta 3.

3- La atención del personal fue en tiempo y forma.			
NO	0		
MAS O MENOS	7		
SI	43		

Tabla 4.4



Gráfica 4.5



Gráfica 4.6

Análisis de encuesta, pregunta 4.

4- Se siente satisfecho por el servicio de wifi que ofrece el hotel.			
NO	1		
MAS O MENOS	2		
SI	47		

Tabla 4.5



Gráfica 4.7

Se siente satisfecho por el servicio de wifi que ofrece el hotel.

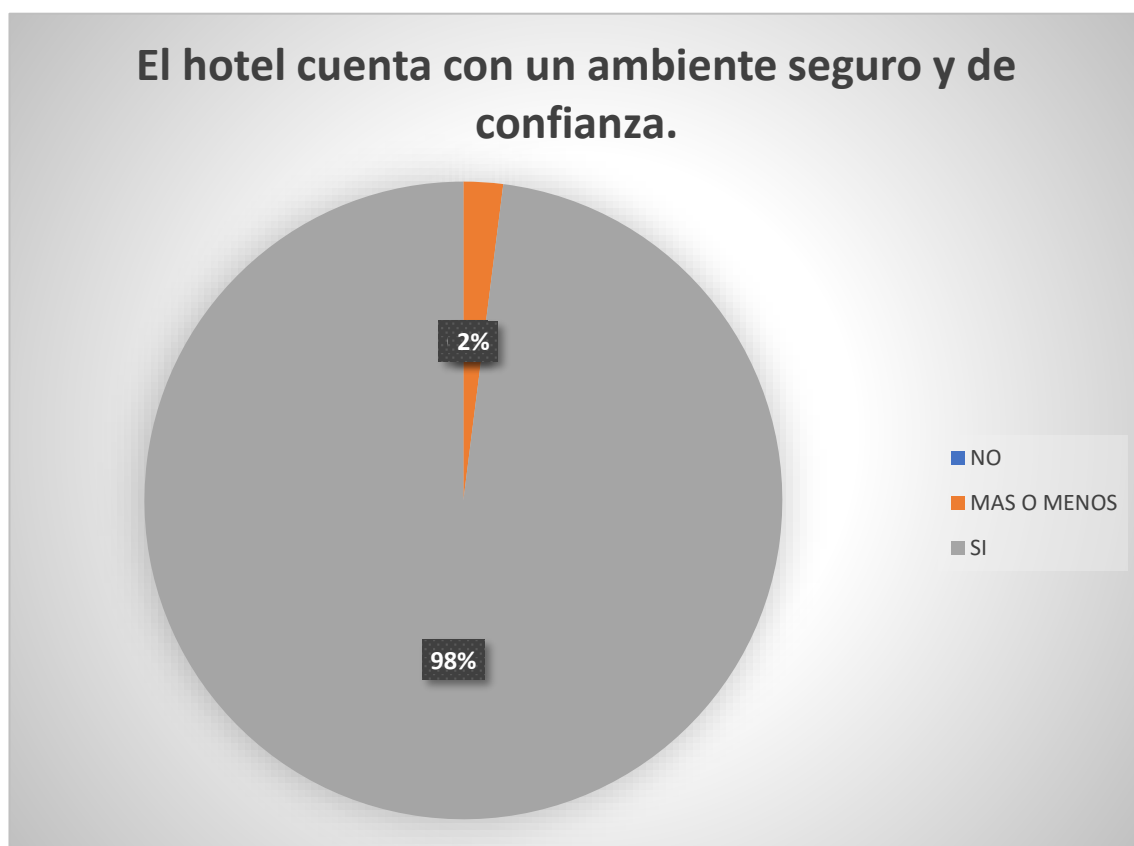


Gráfica 4.8

Análisis de encuesta, pregunta 5.

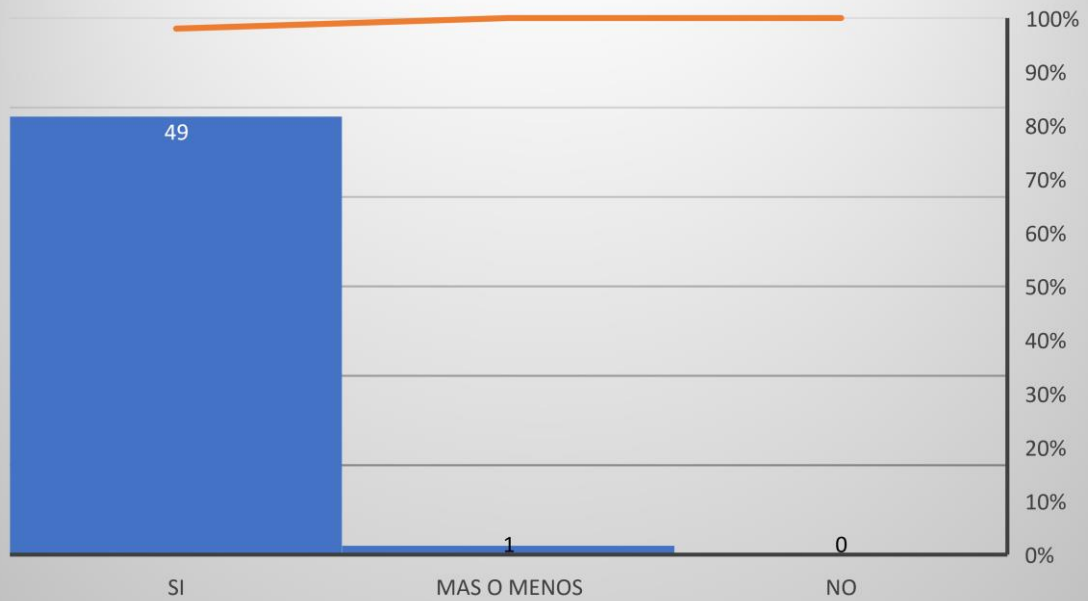
5- El hotel cuenta con un ambiente seguro y de confianza.			
NO	0		
MAS O MENOS	1		
SI	49		

Tabla 4.6



Gráfica 4.9

El hotel cuenta con un ambiente seguro y de confianza.

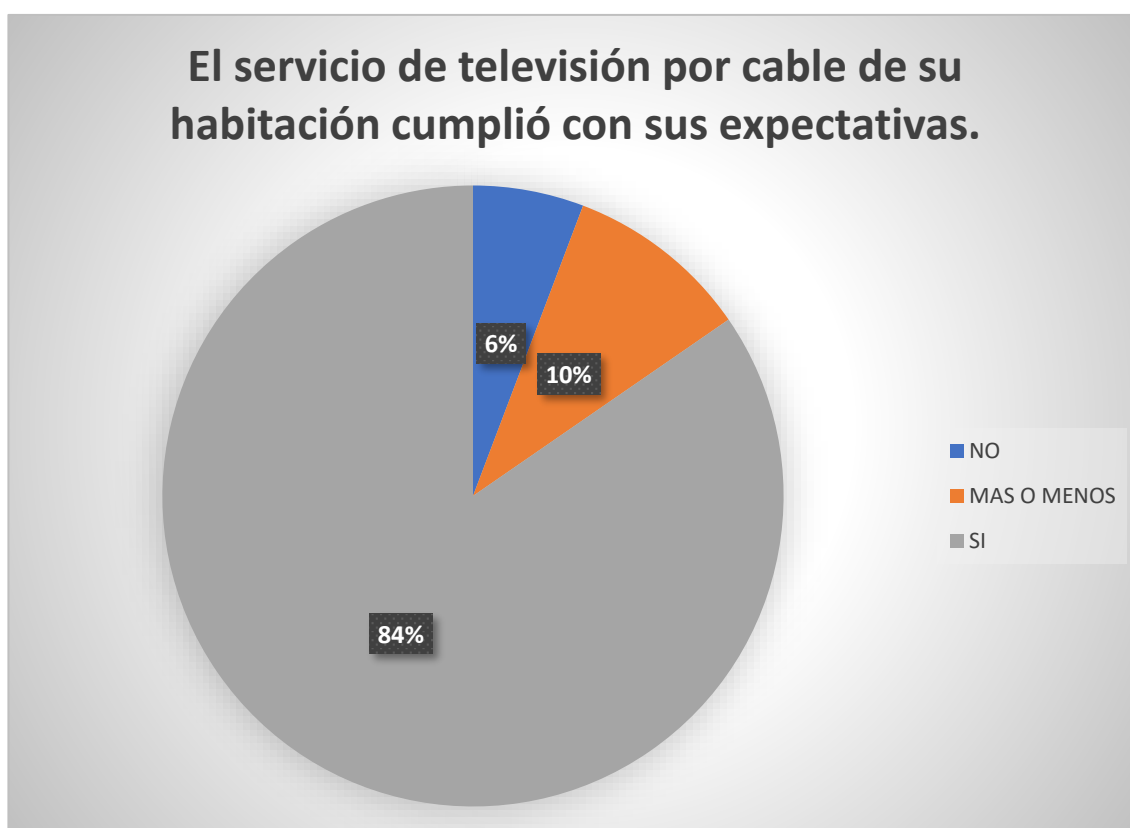


Gráfica 4.10

Análisis de encuesta, pregunta 6.

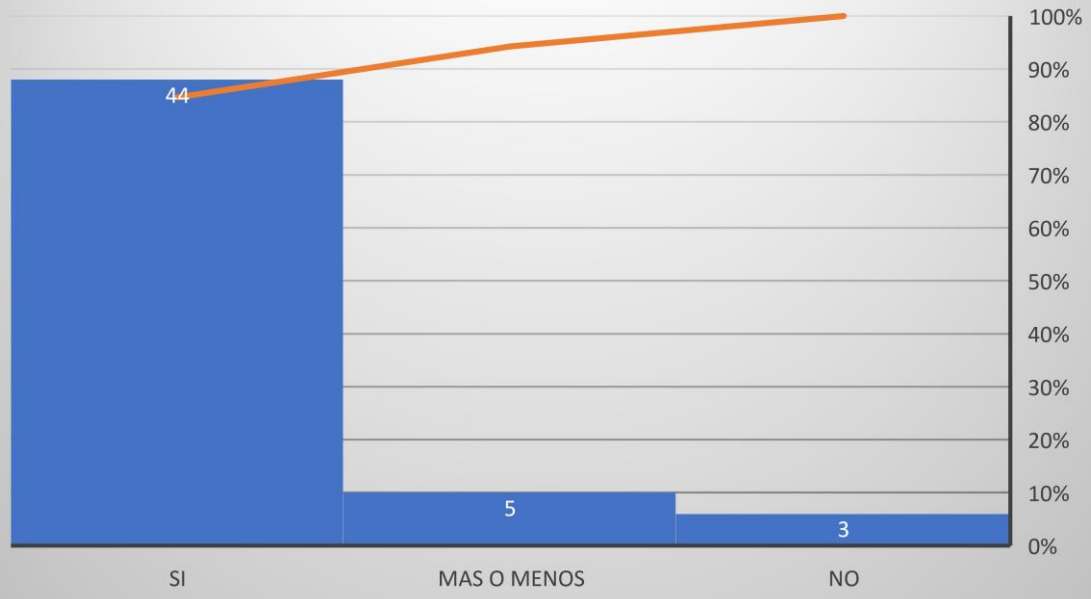
El servicio de televisión por cable de su habitación cumplió con sus expectativas.			
NO	3		
MAS O MENOS	5		
SI	44		

Tabla 4.7



Gráfica 4.11

El servicio de televisión por cable de su habitación cumplió con sus expectativas.

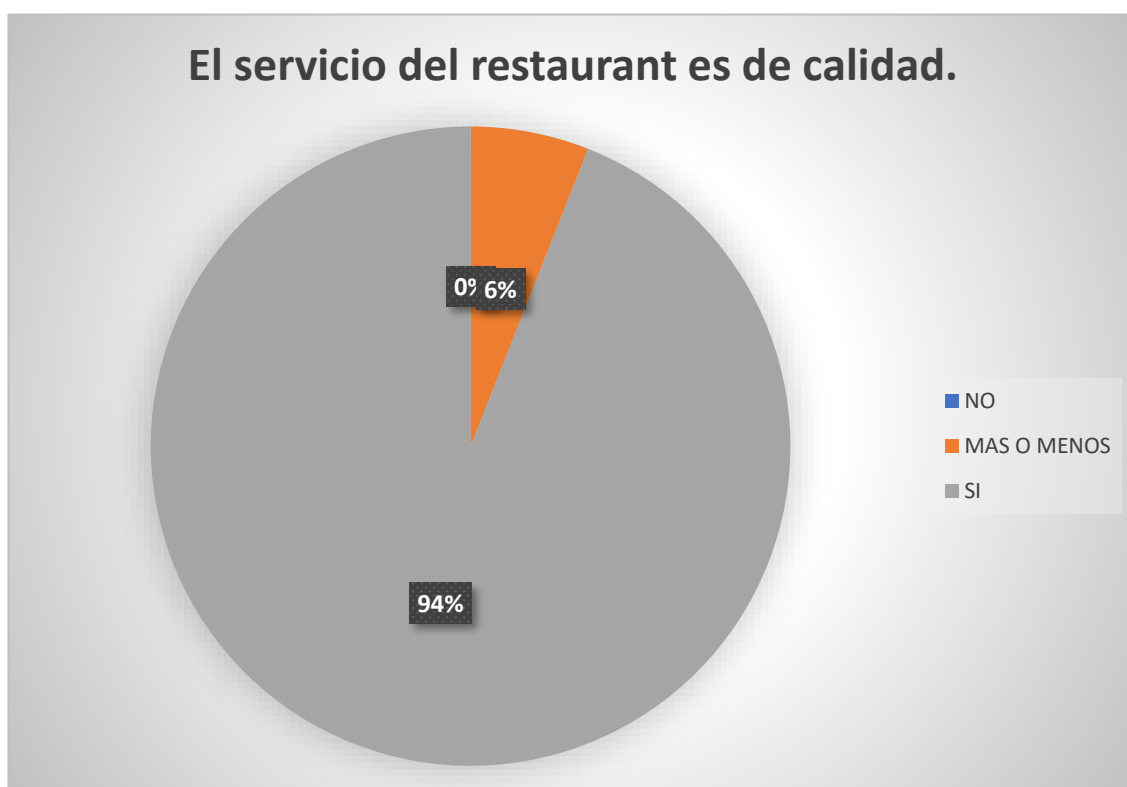


Gráfica 4.12

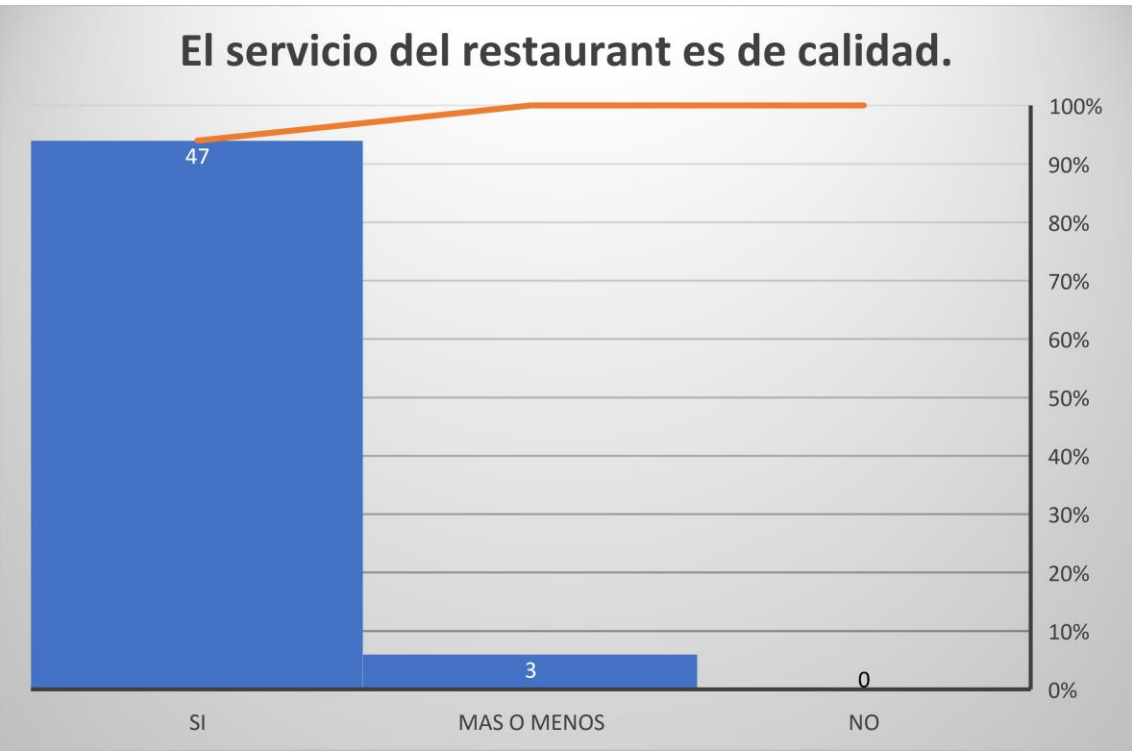
Análisis de encuesta, pregunta 7.

El servicio del restaurant es de calidad.			
NO	0		
MAS O MENOS	3		
SI	47		

Tabla 4.8



Gráfica 4.13



Gráfica 4.14

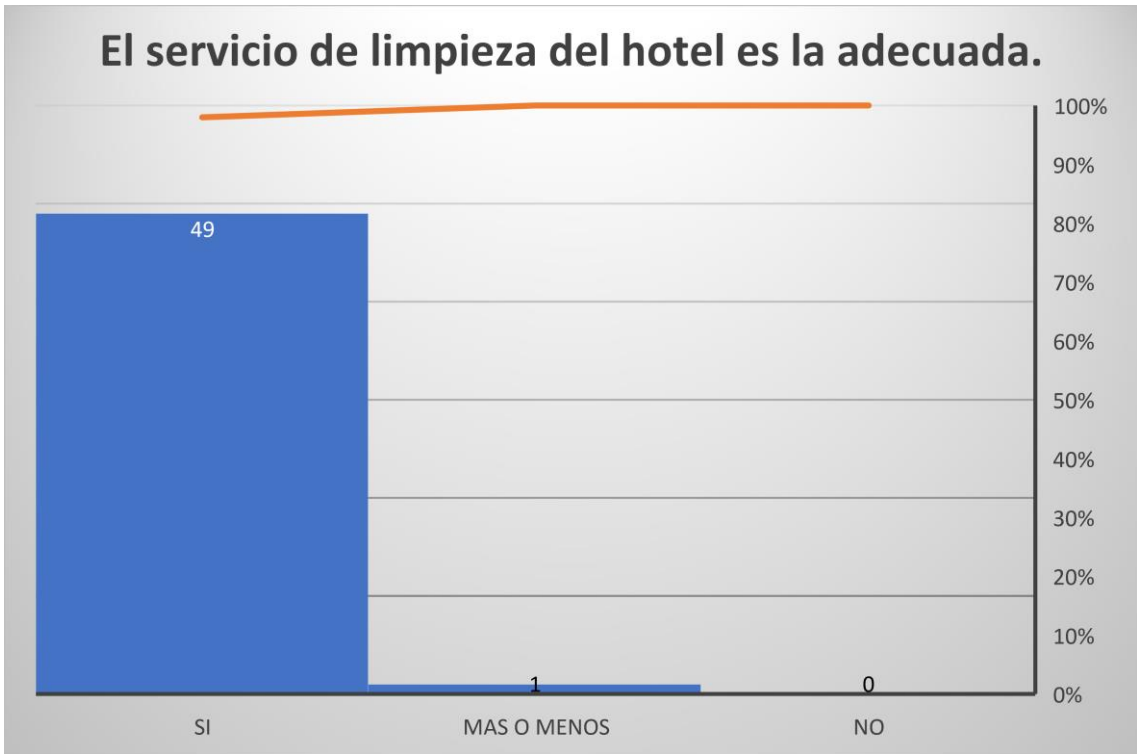
Análisis de encuesta, pregunta 8.

8- El servicio de limpieza del hotel es la adecuada			
NO	0		
MAS O MENOS	1		
SI	49		

Tabla 4.9



Gráfica 4.15

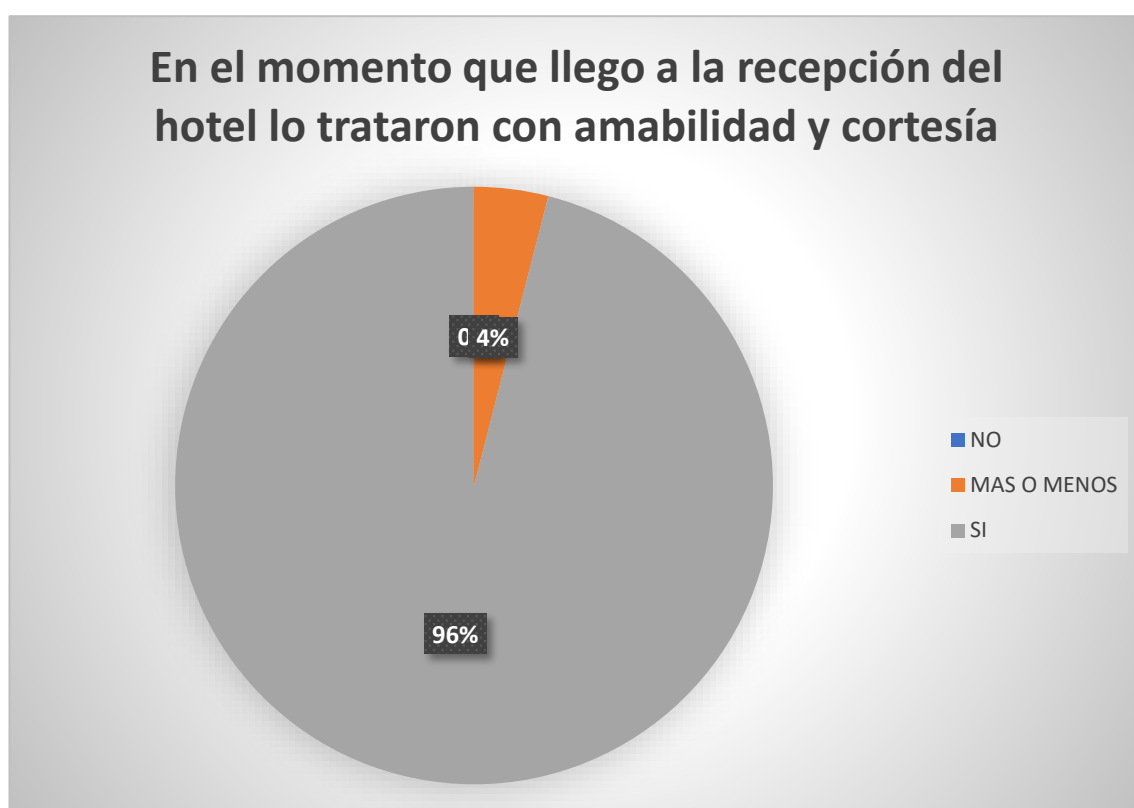


Gráfica 4.16

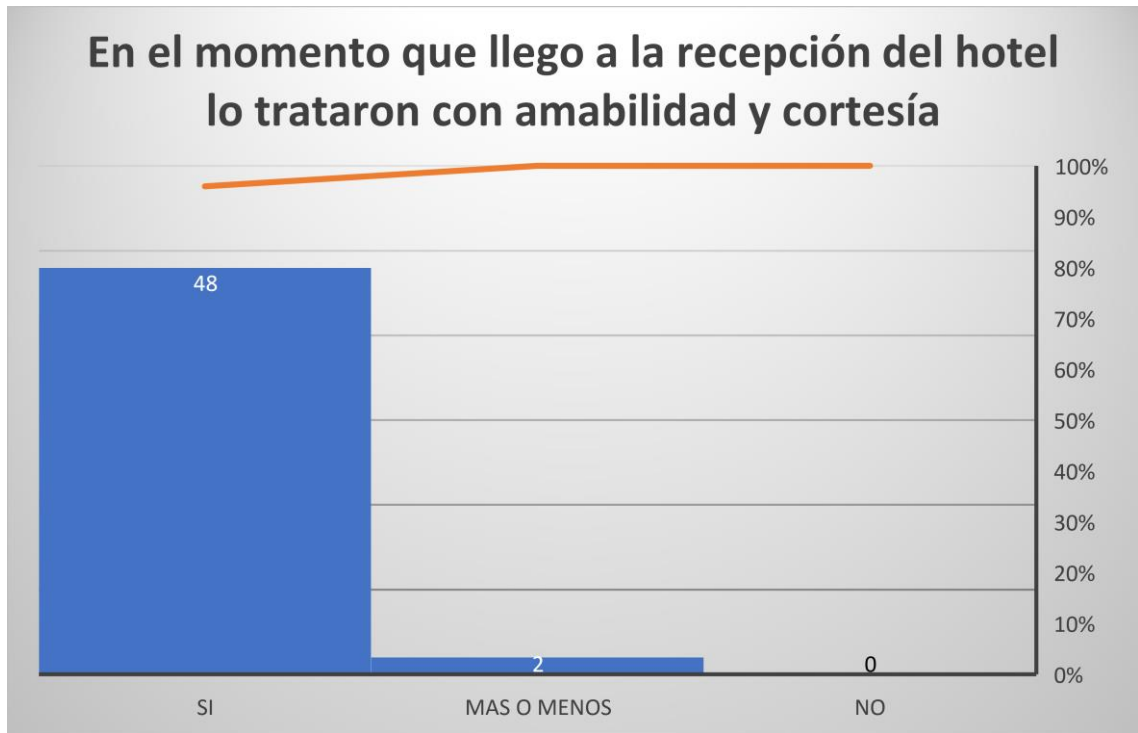
Análisis de encuesta, pregunta 9.

En el momento que llego a la recepción del hotel lo trataron con amabilidad y cortesía			
NO	0		
MAS O MENOS	2		
SI	48		

Tabla 4.10



Gráfica 4.17



Gráfica 4.18

Análisis de encuesta, pregunta 10.

Se encuentra satisfecho por los servicios y productos que adquirió en el hotel			
NO	0		
MAS O MENOS	2		
SI	48		

Tabla 4.11



Gráfica 4.19



Gráfica 4.20

4.3 INTERPRETACIÓN DE DATOS.

Los clientes del hotel Gándara en Hermosillo expresaron por medio de la encuesta en la pregunta 3 sobre la atención del personal fue tiempo y forma con un resultado de que 14% de los clientes argumentaron “Más o menos” un 86% expresaron “Si”.

En la pregunta numero 4 sobre si el cliente se siente satisfecho por el servicio de wifi que ofrece el hotel, los clientes expresaron un 2% “No”, un 4% “Más o menos” y un 94% “Si”, dando a entender que si existe alguna deficiencia en el servicio de internet del lugar en algunas áreas.

En la pregunta numero 6 sobre “El servicio de televisión por cable de las habitaciones cumplieron sus expectativas”, los clientes respondieron un 6% que “No” cumplieron sus expectativas, un 10% “Más o menos” y un 84% que “Si”, dando a entender que si existe un problema con el servicio de televisión por cable en las habitaciones.

En los general y relevante en la interpretación de datos donde se observa que existen problemas en el servicio televisión por cable y en el servicio de wifi, esto derivando que la mayoría de los procesos de atención necesitan de internet, provocando de esta forma demoras en la atención.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 DISCUSIÓN GENERAL.

Los resultados de la investigación que se muestra en el apartado anterior sobre la encuesta en hotel Gándara en Hermosillo, provee información sobre el estudio de la calidad del servicio al cliente, como se sienten los clientes en su estadía en el hotel, que servicios o productos tienen mayor calidad.

Los clientes antes de adquirir los servicios del hotel son atendidos por el personal para saber primeramente cuales son las necesidades, así de esta manera, el personal ofrece al cliente servicios dependiendo el presupuesto y necesidad.

El servicio al cliente es importante actualmente porque es una de las formas más efectivas de conocer la credibilidad de una marca, además de ser uno de los aspectos que más marcan la diferencia cuando una empresa quiere destacarse de la competencia. Se identificaron problemas en la atención al cliente como en los servicios de tv en las habitaciones y el wifi, este último afectando la atención al cliente, ya que la mayoría de los procedimientos de compra de los servicios del hotel se necesita de un buen internet.

Es necesario ofrecer calidad en la atención al cliente, que debe estar alineada al valor de la empresa que quiere transmitir a los consumidores y a sus metas como un todo. De esta manera, es una gran oportunidad de estar en contacto con quienes adquieren la responsabilidad de impulsar la gestión de relación con los clientes y de mostrar preocupación por sus necesidades.

El Hotel Gándara en Hermosillo busca brindar servicios de calidad en infraestructura, tecnología, personal capacitado, promociones, innovaciones y facilidad de adquisición. La realidad es que están en constante cambio tratando de competir con su competencia. Los clientes prefieren el Hotel Gándara en Hermosillo por su ambiente familiar, por los bajos costos y su ubicación. Es una de las mejores opciones para hospedarse sobre todo si se es turista, también si se desea estar un tiempo de descanso con la familia.

5.2 CONCLUSIÓN.

De acuerdo con la investigación realizada en la empresa Hotel Gándara en Hermosillo, ubicada en Hermosillo, Sonora, con los datos obtenidos en la investigación se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Los servicios y los productos que ofrece el hotel a sus clientes son favorables y de calidad en lo general, según los datos obtenidos sobre distintos factores evaluados, en las escalas de si, más o menos o no.
- Los servicios de wifi y televisión en las habitaciones puede mejorar
- La atención a los clientes es la óptima, pero pueden reducirse más los tiempos, debido al internet del lugar estos pueden llegar a demorar
- Se identificó una motivación buena por parte de los jefes a los trabajadores y de los trabajadores a los clientes de la empresa, en donde los trabajadores se les observo atendiendo a los clientes de una manera atenta y amable.
- Los servicios de salones, alberca y restaurante fueron calificados de buena manera por los clientes.
- Se determinó que la calidad del servicio en el hotel Gándara en Hermosillo es bueno, los clientes se sienten contentos y satisfechos al salir del hotel, existe sinergia entre los compañeros de trabajo, los cuales se responsabilizan de cada actividad. Por las anteriores conclusiones se determina que el hotel Gándara en Hermosillo cuenta con servicios y productos de calidad.

5.3 RECOMENDACIONES.

- El liderazgo debe continuar, los trabajadores deben seguir capacitados para brindar un mejor servicio, actualmente el hotel cuenta con ello, por tal motivo es importante darle continuidad a esto.
- Contactarse con la empresa que brinda el servicio de internet en el hotel, ya que este presenta caídas o no llega a ciertas áreas.
- Contactarse con la empresa que brinda el servicio de televisión por cable, ya que algunas cajas de transmisión no están funcionando
- Es recomendable establecer un programa en el que se reconozca a los esfuerzos de los trabajadores, como el empleado del mes, algún incentivo económico por tener el área con mejores condiciones u opiniones de los clientes, esto para motivar al personal.
- Se recomienda contar con un buzón de quejas o sugerencias por área, esto servirá como retroalimentación para encontrar deficiencias o problemas que los clientes puedan observar.
- Es necesario brindar información clara en trípticos o boletines de manera física a los clientes, donde venga la historia del hotel, los servicios que se ofrecen y las promociones con las que cuentan.
- Es importante fomentar el trabajo en equipo, se sugiere crear actividades recreativas en donde los colaboradores de los diferentes departamentos convivan y se identifiquen mejor como equipo; lo cual se podría realizar por medio de celebraciones de cumpleaños, reconocimientos de logro en equipo y fechas festivas (día del cariño, convivios de fin de año, etc).

5.4 FORMULACIÓN Y ESTABLECIMIENTO DE MEJORA.

Establecer trato directo con los clientes: Esta es una de las estrategias más importante que se emplea, pues el clientes es el que tiene la decisión final del servicio que desea adquirir para cubrir su necesidad.

No hacer esperar a ningún cliente: En la actualidad el mercado competitivo es bastante amplio por lo que debemos estar totalmente abiertos y disponibles para atender a nuevos clientes, ya sea por información, tiempos cortos o tiempos a largo plazo. Este punto es indispensable, a nadie nos gusta esperar para ver si nos pueden atender. Hacer esperar al cliente es motivo para que ya nunca regrese y además de crearnos una mala imagen.

Establecer un programa de retroalimentación: Realizar una base de datos de los clientes después de haber concluido nuestros servicios y saber cuáles son los necesidades o beneficios que adquirieron nos ayudará a saber cómo se encuentra la calidad del servicio.

Utilizar la tecnología: En la actualidad no podemos dejar a un lado la tecnología ya que la competencia se encuentra en constante cambio, se debe utilizar lo más básico; pagina, correo electrónico, teléfonos, celulares y todo lo que se apegue a mejorar la calidad de servicio, esto sobre todo cuando se trate de comunicación.

Justo y a tiempo: Como empresa no se pueden hacer las cosas mal, desde que el cliente pasa la puerta este se debe sentir como en su casa, la primera vista es la recepción; debe ser un lugar limpio donde los clientes sean atendidos con respeto y amabilidad, donde empleado tenga la disposición de responder las veces que sean necesarias si el cliente se encuentra en problemas o tenga alguna duda.

REFERENCIAS.

Fuentes de información.

- (S/f). Edu.mx. Robbins Coulter, Administración <https://www.ceut.edu.mx/Biblioteca/books/Administración/Administración-Robbins.pdf>
- (S/f-b). Edu.ar. Chiavenato, Administración de los recursos humanos, libro https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15522/mod_resource/content/0/Chiavenato%20dalverto.%20Administración%20de%20Recursos%20Humanos.pdf
- Inicio. (s. f.). Real Academia Española. <https://www.rae.es/>
- Administración - David R. Hampton & Marco Anton_2261. (s/f). Scribd. de <https://es.scribd.com/document/562974188/Administracion-David-R-Hampton-Marco-Anton-2261>
- *Andrade, S. (2005). Diccionario de economía*
- Bilancio, G., Coulter, M., & Robbins, S. P. (2003). *Administracion-pack-antioxido*. Pearson Educacion.
- Bolman Deal, S.P (1995). *Organizacion y Liderazgo*
- David, C. (2016). SERVICIO AL CLIENTE. https://www.academia.edu/25738912/SERVICIO_AL_CLIENTE
- Gonzalez, A. (2015). *Administracion 8va Edicion* Stephen P Robbins y Mary Coulter. https://www.academia.edu/10380934/Administracion_8va_Edicion_Stephen_P_Robbins_y_Mary_Coulter
- Harold Koontz. E. y. A. (s/f). UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL. Edu.ar., de https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_Koontz.pdf
- Humberto Serna (2006). *Servicio al cliente. Una nueva visión: clientes para siempre. 3ra edición. Editorial, 3, 37.*
- *Jurán, J. M., & Gryna, F. M. (1995). Método Juran Análisis y planeación de la calidad. In Análisis y planeación de la calidad.*
- *La Norma ISO 9000-2000. (s. f.).*
- Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos del marketing. Universitat Jaume I..pdf*
- *Parrales, C. A. F. (2010). Empresa y responsabilidad social, análisis conceptual. Revista de Derecho, (13), 139-184.*
- Perfil, V. (2018, diciembre 16). *La Organización. Blogspot.com.* <http://docenciasociology.blogspot.com/2018/11/organizacion.html>
- Sotelo, L. P. H. (s/f). *Lic. en Administración. Unam.mx. Mercado 1997,* https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1008/mod_resource/content/1/contenido/index.html
- *Thompson, I. (2006). Definición de empresa. Promonegocios. Net. Recuperado de la página: http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicionconcepto.html [Acceso 28 de junio de 2012].*

ANEXOS.

CARTA DE SOLICITUD DE PERMISO DE INVESTIGACIÓN

Hermosillo, Sonora a 08 de Mayo del 2023

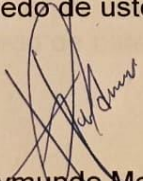
Asunto
Carta de solicitud
permiso de investigación.

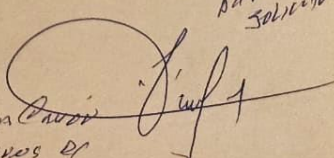
C.P. Martin Gándara Camou.

Por medio de la presente me dirijo con respeto para solicitarle de la manera más atenta el permiso de realizar la investigación sobre la "Calidad del servicio del Hotel Gándara Hermosillo".

Dicha investigación será para uso de titulación en el Instituto Tecnológico de Guaymas por parte de su servidor Héctor Raymundo Medrano Andrade, matrícula 11104141 en la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas.

Agradeciendo la atención prestada a la misma, esperando contar con su apoyo, quedo de usted.


Héctor Raymundo Medrano Andrade
Solicitante


C.P. Martin Gándara Camou
Director de Operaciones de
Hotels Gándara

No bino y
acabo
solamente

CARTA DE SOLICITUD DE PERMISO DE INVESTIGACIÓN.

Hermosillo, Sonora a 08 de Mayo del 2023

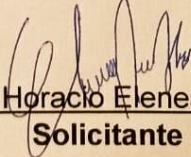
Asunto
Carta de solicitud
permiso de investigación.

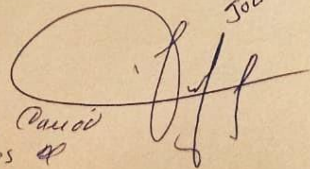
C.P Martin Gándara Camou.

Por medio de la presente me dirijo con respeto para solicitarle de la manera más atenta el permiso de realizar la investigación sobre la "Calidad del servicio del Hotel Gándara Hermosillo".

Dicha investigación será para uso de titulación en el Instituto Tecnológico de Guaymas por parte de su servidor David Horacio Elenes Rosas, matricula 11104097 en la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas.

Agradeciendo la atención prestada a la misma, esperando contar con su apoyo, quedo de usted.


David Horacio Elenes Rosas
Solicitante


C.P. Martin Gándara Camou (Paco)
Director de Operaciones de
Hotels Guaymas

Recibido y
avocado
Johannes

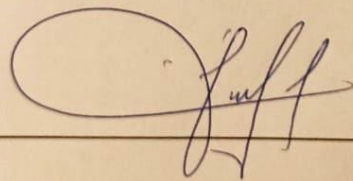
CARTA DE FINALIZACIÓN DE INVESTIGACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA.

Hermosillo, Sonora a 22 de Septiembre del 2023

Asunto

Carta de finalización de investigación.

Por medio de la presente expreso que el joven David Horacio Elenes Rosas, matricula 11104097 de la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas, concluyó con éxito la investigación "Calidad del servicio del Hotel Gándara Hermosillo". Dicha investigación será para uso de titulación en el Instituto Tecnológico de Guaymas.



C. P. Martín Cisneros Paredes
Director de Operaciones de
Hotel Cisneros

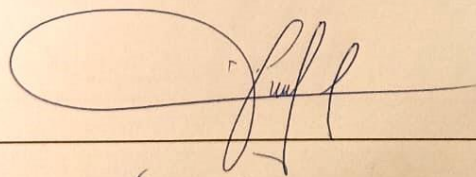
CARTA DE FINALIZACIÓN DE INVESTIGACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA.

Hermosillo, Sonora a 22 de Septiembre del 2023

Asunto

Carta de finalización de investigación.

Por medio de la presente expreso que el joven Héctor Raymundo Medrano Andrade, matricula 11104141 de la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas, concluyó con éxito la investigación "Calidad del servicio del Hotel Gándara Hermosillo". Dicha investigación será para uso de titulación en el Instituto Tecnológico de Guaymas.



CP. Mario Casanova
Director de Operaciones de
Hotelos Casanova

