



Análisis de condiciones de hospitalidad y servicios en establecimientos de hospedaje de Manta

Analysis of hospitality conditions and services in lodging establishments of Manta

doi <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v7.n1.2023.725>

Recibido: 21-01-2023

Aceptado: 21-01-2023

Publicado: 28-02-2023

Carmen Inés Mora Pisco¹

 <https://orcid.org/0000-0001-9282-6106>

Argenis de Jesús Montilla Pacheco^{1*}

 <https://orcid.org/0000-0001-9739-4971>

Carlos Enrique Macías Palma¹

 <https://orcid.org/0000-0001-8566-5594>

María Yessenia Macías Vera¹

 <https://orcid.org/0000-0002-8470-7083>

1. Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades, Manta, Manabí, Ecuador.

Volumen: 7

Número: 1

Año: 2023

Paginación: 47-56

URL: <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/725>

*Correspondencia autor: argenismontilla@hotmail.com



RESUMEN

La hospitalidad es la atención a las necesidades que tiene el turista, de allí, la ciudad de Manta, localizada en la provincia costera de Manabí, Ecuador, al tener una amplia diversidad de atractivos naturales y culturales, permite una alta afluencia de turistas nacionales y extranjeros durante todos los meses del año, por lo que es importante que los servidores turísticos, las empresas de hotelería y la ciudadanía en general cuenten con buenas prácticas de hospitalidad y atención para ponerlas al servicio de aquellos. En concordancia con lo anterior, esta contribución tiene como objetivo principal estudiar y exponer las condiciones de hospitalidad y servicio que brindan algunos de los establecimientos de hospedaje de la mencionada ciudad. La metodología utilizada fue la revisión bibliográfica, se consultaron diversos autores, cuidando especialmente que la mayoría de las publicaciones tuvieran el correspondiente rigor científico, y que fueran de publicación reciente, todo ello que permitió conocer que en la ciudad antes referida existe una importante cantidad de hoteles con diferentes servicios, los cuales, según la información encontrada, presentan deficiencias en determinados aspectos, con ciertas diferencias entre uno y otro. Puede señalarse, en apego a lo que reportan los autores consultados, que un importante porcentaje de los turistas que hacen uso de aquellas instalaciones se encuentran insatisfechos con el servicio recibido, esto se debe porque muchos colaboradores no se encuentran capacitados o no tienen el perfil que se requiere para el trabajo que están ejerciendo, en consecuencia, es pertinente emprender acciones para superar oportunamente esa situación.

Palabras clave: Hoteles, Turismo, Gastronomía, Atención.

ABSTRACT

Hospitality is the attention to the needs of the tourist, from there, the city of Manta, located in the coastal province of Manabí, Ecuador, having a wide diversity of natural and cultural attractions, allows a high influx of national and foreign tourists during all months of the year, so it is important that the tourist servers, hotel companies and citizens in general have good hospitality and service practices to put them at the service of those. In accordance with the above, this contribution has as its main objective to study and expose the conditions of hospitality and service provided by some of the lodging establishments of the aforementioned city. The methodology used was the bibliographic review, various authors were consulted, taking special care that most of the publications had the corresponding scientific rigor, and that they were of recent publication, all this that allowed to know that in the aforementioned city there is an important number of hotels with different services, which, according to the information found, have deficiencies in certain aspects, with certain differences between one and the other. It can be noted, in accordance with what the authors consulted report, that a significant percentage of tourists who make use of those facilities are dissatisfied with the service received, this is because many collaborators are not trained or do not have the profile required for the work they are exercising, consequently, it is pertinent to take action to overcome this situation in a timely manner.

Keywords: Hotels, Tourism, Gastronomy, Attention.



Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)

Introducción

Actualmente el turismo se desarrolla de forma acelerada, especialmente porque se ha convertido en uno de los medios para conocer las diferentes regiones del mundo, y particularmente aquellos destinos que son realmente atractivos para el grueso de la población, bien sea por la riqueza de su patrimonio natural o cultural. En ese sentido, toda empresa de servicio al turista debe involucrarse directamente en satisfacer las demandas y expectativas de aquel, mantenerse a la vanguardia, actualizada y presta para asumir los cambios que se producen día tras días a escala mundial, así, los nuevos destinos que se vayan perfilando, desde una primera instancia deben valerse de las nuevas tecnologías para ser competentes en el mercado.

Dentro del turismo, hay una tendencia creciente fundamentada en situaciones que han impactado el comportamiento del turista y los procesos que ello involucra, de modo que surgen muy rápidamente nuevas modalidades del turismo, pero todas requieren del empleo de las nuevas tecnologías para ofrecer calidad al cliente. Parte de estas tecnologías se relacionan con inteligencia artificial y automatización de procesos, por tanto, impone a las empresas del sector una oportuna adopción tecnología que incida positivamente en la percepción del cliente respecto a la calidad.

El surgimiento de fenómenos de trascendencia internacional, tal como el Covid-19 también ha impulsado en el campo de la hospitalidad la puesta en práctica de estrictas normas de higiene y seguridad, asistidas por protocolos y equipos de última generación, y muy rigurosos. En consecuencia, aquellas empresas de hospedaje que no acojan tales medidas, seguramente verán efectos negativos en sus finanzas, pues registrarán reducción en el número de sus clientes.

Acerca de esta importante actividad económica se han hecho numerosos estudios con la intención de ofrecer cada vez mayor

información al usuario, por ejemplo, Caiza y Molina (2012) La población mundial ha quedado fascinada con el sector turismo, ya que es una de las pocas actividades económicas generadora y multiplicadora de beneficios, entre estos se pueden mencionar: la generación de empleo y desarrollo económico, intercambio de culturas, es una fuente de promoción internacional, promueve la conservación, fomenta la inversión tecnológica, rompe estigmas e incentiva la inversión extranjera.

Queda claro que el turismo nació y se desarrolló con el capitalismo y ante cada avance de este, hay a la par un avance del turismo, y a cada crisis de aquel modelo económico resurgen nuevas posibilidades para el desarrollo de este. La historia reporta que es a partir de 1960 cuando el turismo irrumpe con fuerza en el marco de las necesidades de recreación de la gente, envolviendo a millones de personas y transformándose en un fenómeno económico relevante que garantiza posiciones significativas dentro del mundo financiero internacional (Martini, 2012)

El turismo, desde sus inicios ha estado relacionado al mundo de la recreación, el placer y los viajes, desde entonces ha sido visto como un sistema compuesto por diversos elementos que interactúan entre sí, obviamente considerado en todos los casos todo lo relacionado a los servicios al cliente, bien sea en el marco del turismo natural, gastronómico o cultural; y su cadena de valor facilita una mejor relación y cooperación entre sus actores, de allí que sea importante el análisis y las cualidades de cada atractivo en relación a la oferta de servicios, que junto al equipamiento de instalaciones permiten ofrecer una experiencia de calidad al cliente (Mar Cornelio et al., 2020).

De acuerdo a lo descrito, Acerenza (2006) indica que el turismo contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población, una vez que ésta forma parte del sistema económico del sector y contribuye en satisfacer los requerimientos del turista, pues ello le

asegura ingresos económicos que sirven de utilidad para satisfacer sus necesidades básicas y costearse gastos de salud, vivienda y educación. De tal manera, no queda duda que el turismo debe ser entendido como una actividad económica próspera, que se ha convertido en una industria de relevancia mundial, en la que trabajan muchísimas personas aportando lo mejor para el servicio a los clientes. Así, junto al turismo, y de modo inseparable está la hotelería, ambos incluyen servicios en diversas áreas de la actividad humana: recreación, entretenimiento, hospedería, restauración, organización de exposiciones y celebración de diversas conferencias, jornadas, encuentros, peregrinajes y otras con distintos fines.

El turismo y la hospitalidad al desarrollarse de manera integrada, no pueden considerarse por separado, ambos guardan una interrelación estrecha y necesaria para fortalecerse (Yunet Gasca Suárez, 2021). En torno a estas dos actividades están los turistas, ellos son los consumidores reales y potenciales, y con sus diversas necesidades de servicios de excelencia, entre ellas, transportación, degustación de productos gastronómicos y conocer nuevos destinos, se convierten en pieza clave de este sector, por ello, involucran procesos que implican una complejidad de actividades para acoger correctamente a los visitantes. (González, 2008; Calderón Fajardo y González, 2022)

En relación a lo expuesto, Delgado, Vásquez, y Castro (2019) describen que la atención al cliente comienza antes de la llegada de este al destino, por lo cual, el establecimiento receptor debe planificar muy bien la oferta de servicios. Después, durante la estadía del cliente, la atención requiere incorporar criterios de excelente de atención, especialmente todo aquello relacionado con la oferta de productos, sin olvidar que el principal objetivo es brindar una atención de calidad y lograr la fidelización del usuario (Guzmán et al., 2022). Para ello, obviamente, la improvisación no tiene cabida en absoluto.

Por lo que antecede, puede señalarse que la hotelería es un campo de acción integral para los trabajadores, cuya misión es satisfacer las demandas y deseos de los turistas (Blanco, 2019). Y aunque es una práctica social de vieja data; debe andar de forma permanente en procura de la innovación, tomando en cuenta que las acciones hospitalarias son objeto de evaluación de quienes conforman los movimientos sociales y migratorios en todas las regiones del mundo. En este sentido, las redes sociales son determinantes, pues gracias a su posibilidad de difundir información le permite al turista expresar su opinión sobre los servicios que ha recibido.

En el mismo contexto del turismo y la hospitalidad Alves y Barcellos (2019) sostienen que la experiencia que viva el turista tiene su reconocimiento como factor clave de éxito, innovación y competitividad, así mismo afirman que existe un conjunto de características clave para el desempeño y la competitividad de un destino turístico, entre estas, naturalmente se cuenta los servicios al cliente. Pero además, se incluyen aspectos como la ubicación geográfica del destino, el clima, la ecología, cultura, arquitectura tradicional y otros; todos cruciales para el desempeño y la competitividad de un lugar, así como para fortalecer la oferta de productos que se hace al turista.

Por otra parte, el crecimiento y masificación del fenómeno turístico ha edificado una gran industria que ha adoptado el término hospitalidad para referirse a todas aquellas acciones que tienen como propósito brindar servicios de alojamiento, alimentos, y bebidas a las personas que están fuera de sus hogares, y que tiene su base, primordialmente, en un intercambio monetario. Dicha masificación ha impulsado un enorme crecimiento económico y social a partir de la segunda mitad del siglo XX, fortalecido por la industrialización, el surgimiento de nuevas tecnologías y la expansión de la clase media. (Gómez, 2016)

Para las empresas que brindan servicios turísticos, como ya se ha indicado, es importante la reputación, esta sigue siendo un elemento que juega un papel decisivo y supone un valor intangible estratégico para las empresas en lo que a la decisión de compra de los consumidores se refiere. Hoy día, los servicios que se ofrecen deben ser de calidad, pues los turistas, en condición casi generalizada de internautas, son consumidores informados, exigentes y críticos, con gran capacidad para manifestar su descontento, afectando negativamente la reputación de la empresa y de sus marcas. (Delgado, 2017)

En Ecuador, Manta es considerado como uno de los principales puertos marítimos y destinos turísticos del país, y es así mismo, un importante centro comercial y pesquero. El dinamismo de la ciudad se refleja en la industria y el comercio, precisamente por su alta producción de atún y otros productos muy cotizados en el mercado internacional. Pero también, esta ciudad es turísticamente atractiva por su diversidad de playas y otros espacios naturales de alto valor ecológico, ello ha impulsado el incremento del turismo. Actualmente hay allí muchos negocios que prestan servicio de alojamiento, ocio y alimentación, y se ubican en sectores estratégicos, o sea, los más cercanos a los principales centros comerciales y a las playas más concurridas: Murciélagos y Tarqui.

La oferta turística de Manta no sólo se concentra en sus playas y escenarios paisajísticos naturales, sino en su riqueza cultural y ancestral bajo una influencia histórica muy interesante. Cuenta también con sitios naturales como el Refugio de Vida Silvestre Marino Costero de Pacoche, además de haciendas y fincas con una propuesta de agroturismo y turismo rural de gran interés para los turistas. (Larrea, 2021)

Por todo lo mencionado resulta importante el fortalecimiento de los servicios de hospitalidad para el desarrollo efectivo del turismo en el cantón Manta, este debe ser uno de los valores más significativos para las perso-

nas, especialmente de aquellas que tienen como responsabilidad ofertar un buen servicio, atención amable y actitud espontánea al turista, tratándolo con esmero, generosidad, autenticidad, aprecio y lealtad, entre otras actitudes. (Jhon, 2015)

Finalmente, el objetivo de este trabajo es estudiar y exponer, sobre la base de información bibliográfica, las condiciones de hospitalidad y servicio que brindan algunos de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Manta, se aspira que sea una contribución para conocer aspectos importantes relacionados con la prestación de servicios al turista.

Metodología

Para la elaboración del presente trabajo se empleó el modelo de investigación cualitativa, de tipo descriptivo y explicativo. Esta permite encontrar información de un fenómeno en particular, describirlo y explicarlo. La investigación cualitativa por definición se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable. (Urbina, 2020).

En este trabajo, esta metodología permitió conocer, sobre la base de la bibliografía consultada, las condiciones del servicio de hospitalidad y hotelería.

Para seleccionar las fuentes consultadas se emplearon diversos criterios, entre ellos, que las publicaciones estuvieran disponibles en motores de búsqueda, bases de datos e indexaciones confiables, tales como Google académico, Redalyc, Latindex, Dialnet, Doaj, Scielo y otras. Además, se revisaron trabajos alojados en repositorios de instituciones universitarias.

Otro criterio empleado fue la fecha de publicación de cada uno de los trabajos citados, en este sentido, la mayor parte de estos corresponden a los últimos 5 años, con ello se

garantiza en buena medida la actualidad de la información que ofrecen.

Se tomaron en cuenta criterios para excluir algunas obras revisadas, que aunque tratan el tema en estudio, carecen de relevancia por tener mucho tiempo de haber sido publicadas, por no reflejar el nombre de los autores, y por no mostrar fundamentación en la información que ofrecen.

Resultados y discusión

Las fuentes consultadas convergen en su postura al definir a la hospitalidad como la disposición para dar la bienvenida a los huéspedes, sin importar si son propios o extraños, aceptando que esta, tal como indica Solórzano (2020), es una combinación de

nobleza, generosidad y respeto por las personas que llegan a un establecimiento.

La calidad de los servicios que se ofrece al cliente en los establecimientos de hospedaje, independiente de la modalidad de aquellos, debe abarcar complejos aspectos que deben ser cuidados en todo momento a fin de generar la satisfacción plena del visitante. Así, los autores que se han dedicado al estudio de este tema sugieren que el esquema de servicios debe fijarse en la búsqueda de la lealtad del usuario o consumidor y la calidad del servicio ofrecido, pues de esa manera se atiende la parte afectiva y emocional de aquel, al tiempo que se le crean condiciones para que se sienta seguro y confortable. La figura 1 ilustra estos aspectos mencionados.



Figura 1. Esquematación de los aspectos involucrados en los servicios que se ofrecen al cliente en un establecimiento de hospedaje.

Fuente: Elaboración propia.

Da Silva (2020) da cuenta que el cliente es indispensable para que pueda darse el servicio. Adiciona que no es un elemento sobre el cual la empresa tenga control directo desde el interior, pero al ser la razón de ser de este proceso, es importante que todo lo que se haga esté basado en el conocimiento de sus necesidades y expectativas. Todo esto, necesariamente se debe tener en consideración en cada establecimiento de servicios de hospedaje.

Parte de los resultados de este trabajo indican que Manta dispone de una amplia oferta hotelera, con aproximadamente 87 establecimientos según la Dirección de Turismo cantonal. Igualmente, la oferta de bares y restaurantes es diversa, contando, de acuerdo a las cifras que maneja el catastro municipal con 326 instalaciones de este tipo, esto resulta importante, pues es una ventaja para fortalecer la hospitalidad que debe ofrecerse al turista, y a la vez, es estratégica para lograr la satisfacción de los visitantes y consolidar a esta ciudad como destino turístico referente a nivel nacional e internacional.

Andrade, Barcia, Vélez y Moreira (2020) al abordar un estudio sobre el sector hotelero de Manta encontraron que 36 establecimientos de hospedaje de primera, segunda y tercera categoría perciben que el servicio en atención del personal, instalaciones y la parte organizacional es entre excelente y bueno, y un pequeño porcentaje en ciertos indicadores evaluados lo identificaron como regular. Este hallazgo resulta especialmente valioso si se toma en cuenta que las empresas de hospedaje al brindar un servicio de alta calidad tienen la oportunidad de lograr la fidelización de sus clientes, siempre y cuando estos encuentren todo lo que necesitan en un mismo lugar y con un buen servicio.

Alfonso, Rodríguez y Suárez Mella (2021) explican que los hoteles de más categoría en Manta cuentan con condiciones de infraestructura, equipamientos tecnológicos y soporte físico en correspondencia con los requisitos y estándares exigidos a nivel inter-

nacional para la prestación de este servicio. Sin embargo, estos autores, al realizar un análisis de la oferta y desempeño de aquellos constataron que, a pesar de lo indicado, requieren de ciertas propuestas innovadoras que le permitan distinguirse entre los establecimientos del ramo.

De igual manera, Molina, García, Chávez, y Mendoza (2017) señalan, sobre la base de los resultados de su investigación, que hace falta mejorar la relación entre los clientes y los establecimientos de hospedaje localizados en Manta, pues esta no se mantiene durante las fases que dura el servicio, o sea, antes, durante y después de aquel; por tal razón, debe considerarse lo que plantea Douglas Da Silva (2020), cuando señalan que la atención al cliente debe ser durante toda su experiencia en el destino, incluso antes de llegar a este, para lo cual, es necesario también capacitar a los clientes internos en aspectos de amabilidad y empatía, dejando abierto un canal en el que los consumidores tengan la posibilidad de interactuar con representantes del establecimiento. Este hecho es fundamental en toda empresa de servicios de hospedaje, y queda corroborado cuando los datos que muestra American Express, dejan ver que el 68% de los consumidores de servicios hoteleros lo considera imprescindible para alcanzar una experiencia positiva.

Anchundia (2019) manifiesta que la calidad percibida por los clientes de los hoteles de mejor categoría de Manta depende de muchos factores; mientras que unos se fijan en las instalaciones y facilidades que brinda el hotel, hay clientes que otorgan mayor atención al servicio y trato del personal, y otros dan prioridad al entorno del hotel, como por ejemplo la accesibilidad a la playa, sin embargo, es prudente que cada establecimiento cumpla de manera eficiente con todas las expectativas del huésped.

En el mismo orden de ideas, Anchundia (2019) comenta que algunos de los hoteles de primera categoría en la ciudad de Manta ofertan en su servicio el “todo incluido”, así

como actividades de esparcimiento, como por ejemplo cine, salas de billar, capilla para ceremonias, salas de karaoke y otros. No obstante, el referido autor sostiene que hace falta mejoras en cuanto a la eficiencia en la resolución de determinados problemas o necesidades que se presentan en los clientes. Aun así, Arias (2016) y Arias, Salazar, Moreira, y Ramos (2017) ponen de relieve que los servicios turísticos que reciben los clientes en estos hoteles son valorados entre satisfactorios y muy satisfactorios.

Por su parte, Pisco, Montilla y Pisco (2019) en una investigación realizada explican que en Manta muchos hoteles se encuentran medianamente capacitados y equipados en temas de inclusividad, añaden que aún falta el establecimiento de mejoras en los distintos espacios que conforman este tipo de instalaciones.

Lo anterior, obviamente merma la calidad de los servicios prestados, sin embargo, Mendoza (2020), encontró algo positivo, y es que los trabajadores o clientes internos están dispuestos a recibir capacitaciones en temas de inclusión hotelera y turística; así mismo, el 100% de los trabajadores encuestados por este autor en aquellas empresas está de acuerdo en que necesita ser capacitados en aspectos referentes a inclusión. Esta situación, naturalmente cobra fuerza, y está en concordancia con lo expuesto por Vélez-Rosero, Montilla-Pacheco, y Rojas-Once (2021) quienes aseguran que las personas con discapacidad participan cada vez con mayor frecuencia en actividades turísticas como consecuencia de su creciente grado de integración económica y social. Sin embargo, aún persisten muchos impedimentos y barreras que dificultan su acceso a los servicios turísticos.

Vélez et al. (2021) adicionan que parte de los servicios que se deben implementar en las empresas turísticas para satisfacer las necesidades de sus clientes es una infraestructura con condiciones adecuadas y seguras para personas con discapacidad.

Vélez et al. (2021) encontraron también que muchos hoteles ubicados en Manta no son inclusivos ni están acondicionados totalmente para atender al segmento de personas con discapacidades, de allí queda en evidencia un problema de servicios personales que debe ser subsanado lo más pronto posible, sobre todo si se aspira que esta ciudad sea un referente en turismo.

De igual forma, Santos (2021) al referirse al tema en cuestión explica que en Manta es necesario el establecimiento oportuno de mejoras en establecimientos hoteleros, y detalla que las principales herramientas que estos deben manejar y aplicar para alcanzar la calidad en los servicios y la satisfacción de sus usuarios, son los manuales de programación y ocupación, pues está demostrado que estos ayudan a una mejor organización para ejecutar acertadamente todas y cada una de las actividades inherentes.

En síntesis, la revisión documental realizada sobre la hospitalidad y el servicio que brindan los establecimientos de hospedaje de Manta permite señalar que no todos disponen de lo necesario para satisfacer plenamente a sus clientes. Por una parte, hay colaboradores que cuentan con el perfil profesional requerido en este campo laboral, pero al mismo tiempo, existe un considerable grupo de aquellos que por no tener la formación debida no brindan la hospitalidad que demandan sus clientes. Esto, sin duda, es una situación que debe mejorarse para poder alcanzar la satisfacción del cliente y contribuir en la consolidación de la actividad turística y hotelera del destino Manta.

Para resolver esa problemática, diversos autores recomiendan a las empresas del sector, contratar exclusivamente personal con perfil profesional en turismo y hotelería, a quienes también se debe capacitar frecuentemente en asuntos relacionados con su trabajo, pues hay evidencias que cuando no se procede así, no se obtienen buenos resultados. (Anchundia 2019)

Conclusiones

En términos generales debe señalarse que Manta cuenta con una importante plaza hotelera con capacidad para ir fortaleciendo el turismo cada vez más. Por un lado, las fuentes consultadas ponen en claro que un significativo porcentaje de visitantes se muestra entre satisfecho y muy satisfecho respecto a los servicios recibidos de los hoteles de esta ciudad, mientras que, por otra parte, hay un número no despreciable de aquellos que sienten la necesidad de aumentar la cantidad de servicios y productos turísticos en este destino.

Parte de los hallazgos da cuenta que se debe fortalecer las actividades de entretenimiento nocturno, pues los que hasta ahora operan no son suficientes o no responden totalmente a la necesidad del turista. Igualmente, se puede concluir que existe un importante grupo de colaboradores del sector turístico y hotelero que no cuentan con el perfil profesional requerido, lo cual, en consecuencia, no ayuda del todo a brindar la hospitalidad integral que espera el cliente.

También se determinó mediante la revisión bibliográfica, que el personal que labora en el sector turístico de Manta, en general tiene poco dominio en el manejo de otros idiomas diferentes al Castellano, hecho que es una fuerte limitación en esta actividad económica

Bibliografía

- Acerenza, M. Á. (2007). Conceptualización, origen y evolución del turismo. Ciudad de México, México: Ed. Trillas. pp. 110
- Alfonso, R., Rodríguez, F., y Suárez Mella, R. P. (2021). La gestión de innovación fuente de ventajas competitivas en hoteles de categoría superior, del destino Manta-Ecuador. *Revista San Gregorio*, 1(45), 17-31. Recuperado de <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/534>
- Alves, C. A., y Barcellos Marques, R. (2019). Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 290-311. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322019000200003
- Anchundia, L. R. (2019). Análisis de la reputación online de los hoteles de lujo de la ciudad de Manta. *Revista San Gregorio*, (33), 12-23. Recuperado de <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/883/2-ANLSS>
- Andrade, J. E. P., Barcia, A. V. Z., Vélez, I. V. P., y Moreira, A. J. L. (2020). Medición de la calidad de servicios hoteleros de Manta, Ecuador a través del modelo HOTELQUAL. *ECA Sinergia*, 11(2), 155-165. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588563773011/html/>
- Arias Arias, A. E. (2016). Análisis de la percepción de los turistas sobre los servicios que ofrece la ciudad de Manta. (Tesis de Posgrado), Universidad Espíritu Santo, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1676/1/Percepci%C3%B3n%20de%20los%20turistas%20-%20Arias%20Ana.pdf>
- Arias, A. E. A., Salazar, J. C., Moreira, A. L., y Ramos, F. P. (2017). Percepción de los turistas sobre los servicios que ofrece Manta, un análisis previo al 16A. *ECA Sinergia*, 8(1), 131-144. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/332234626_Percepcion_de_los_turistas_sobre_los_servicios_que_ofrece_Manta_un_analisis_previo_al_16A
- Binda, N. U., y Balbastre-Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 31(2), P.179-187. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730>
- Blanco, M. M. S. (2019). Ciclo de servicios y mapa de proceso adaptados a la industria hotelera. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 10(32), 150-174. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7293165>
- Caiza, R., y Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 2012, no 4, p. 6-24. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4180961>
- Calderón Fajardo, V., y González, L. (2022). Gestión de calidad aplicada al Turismo. Primera edición, 2022 30 (Campus de Teatinos) 29071 – Málaga. Recuperado de <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/24227>
- Da Silva, D. (2020). ¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad. *Ciencias administrativas*,

- p. 2-15. Recuperado de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Delgado Párraga, S. E. (2017). Gestión de la reputación online en la imagen corporativa del GAD de Manta. (Tesis de grado), Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Manabí, Ecuador. Recuperado de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2528-79072021000100017&script=sci_arttext
- Delgado, E. P. M., Vásquez, C. A., y Castro, M. F. P. (2019). El servicio post venta y la atención al cliente: estrategias de fidelización. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 1(2), 27-34. Recuperado de <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/9>
- Gómez, R. A. y García, M. O. (2016). La hospitalidad en la prestación del servicio turístico. Una revisión sobre sus planteamientos teóricos en la revista *International Journal of Hospitality Management*, 2004-2013. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (10), P. 39-72. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6088847>
- González, B. (2008). Hospitalidad: factor básico en la satisfacción del cliente turístico. *Gestiopolis*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/hospitalidad-factor-basico-en-la-satisfaccion-del-cliente-turistico/accesado>, vol. 25.
- John, W. (2015). *Administración de la Hospitalidad - Hostelería: curso completo de servicios: hoteles, restaurantes, cafetería y bares*. Asunción López Collado. vol. 5, p. 48 - 60 Editor: Madrid: International Thomson Editores: Paraninfo, c2001.
- Larrea, E. (2021). Manta desarrollo turístico de alto nivel. *Revista Escafandra news*. 4(1), 3-4. vol. 1, p. 5 y 6. Recuperado de <https://www.escafandra.news/manta-desarrollo-turistico-de-alto-nivel/>
- Martini Moesch, M. (2012). El origen del conocimiento: el lugar de la experiencia y de la razón en la génesis del conocimiento del turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 2013, vol. 22, no 5, p. 985-1001. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=origen+del+turismo&btnG=
- Molina, A. L. B., García, M. I. G., Chávez, C. R. A., y Mendoza, D. C. C. (2017). Estrategias de fidelización aplicadas a los clientes de la empresa Punto Exe del Cantón Manta. *ECA sinergia*, 8(1), 41-50. 2017, vol. 8, no 1, p. 41-50. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588562208003/588562208003.pdf>
- Navarro Díaz, G. L. (2022). Gestión hotelera y el servicio de alojamiento del cantón Manta. (Tesis de grado). Universidad del Sur de Manabí, Jijipajapa, Manabí, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3590/1/01%20Tesis%20La%20Gestion%20Hotelera%20y%20el%20servicio%20de%20alojamiento%20del%20canton%20Manta.pdf>
- Pisco, C. I. M., Pacheco, A. D. J. M., & Pisco, L. L. M. (2019). Perspectivas y potencialidades del cantón Manta para la implementación de un plan de marketing turístico. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 12(26), 46. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7761369>
- Urbina, E. C. (2020). Investigación cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry, Applied Sciences in Dentistry*, 2020, vol. 1, no 3.
- Vélez Rosero, M. A., Montilla Pacheco, A. D. J., y Rojas Once, M. C. (2021). Estado actual de la inclusividad en hoteles de la zona turística de la ciudad de Manta, Ecuador. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, vol. 6, no 1, p. 102-119. Recuperado de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-65872021000100102
- Guzmán, R. S. H., Rosa, C. G. B. D. L., Barrezueta, L. D. R., & Sánchez, P. M. M. (2022). Fundamentos de la auditoría: Una aproximación del estado del arte Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas, 15(12), 245-266 <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/articulo/view/1282>
- Yunet Gasca Suárez, O. M. C. (2021). Design of the LAN Network of Hospital Comandante Manuel Piti Fajardo. *International Journal of Wireless and Ad Hoc Communication*, 2(2), 88-98.
- Mar Cornelio, O., Bron Fonseca, B., & Gulín González, J. (2020). Sistema de Laboratorios Remoto para el estudio de la Microbiología y Parasitología Médica. *Revista Cubana de Informática Médica*, 12(2).

Cómo citar: Mora Pisco, C. I., Montilla Pacheco, A. de J., Macías Palma, C. E., & Macías Vera, M. Y. (2023). Análisis de condiciones de hospitalidad y servicios en establecimientos de hospedaje de Manta. *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*. ISSN 2602-8166, 7(1), 47-56. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v7.n1.2023.725>