



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA**

**UNAN- FAREM - MATAGALPA**

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN TURISMO  
SOSTENIBLE**

**TEMA:**

**PERFIL DEL HUÉSPED Y LA SATISFACCIÓN EN EL PROCESO DE RESERVA  
EN EL HOTEL LAS PRADERAS, MUNICIPIO DE MATAGALPA, DURANTE EL I  
SEMESTRE, 2019**

**AUTORES:**

**BR: HAMILTON JOSÉ MARTÍNEZ MARTÍNEZ**

**BR: SILVIA CAROLINA ARROLIGA RUGAMA**

**TUTORA:**

**M SC. WALESKA DEL CARMEN DÍAZ SÁNCHEZ**

**AGOSTO, 2019**





UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA**

**UNAN – FAREM – MATAGALPA**

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN TURISMO  
SOSTENIBLE**

**TEMA:**

**PERFIL DEL HUÉSPED Y LA SATISFACCIÓN EN EL PROCESO DE RESERVA  
EN EL HOTEL LAS PRADERAS, MUNICIPIO DE MATAGALPA, DURANTE EL I  
SEMESTRE, 2019**

**AUTORES:**

**BR: HAMILTON JOSÉ MARTÍNEZ MARTÍNEZ**

**BR: SILVIA CAROLINA ARROLIGA RUGAMA**

**TUTORA:**

**M SC. WALESKA DEL CARMEN DÍAZ SÁNCHEZ**

**AGOSTO, 2019**

## **TÍTULO**

Perfil del huésped y la satisfacción en el proceso de reserva en el Hotel las Praderas, municipio de Matagalpa, durante el I semestre, 2019.

## **DEDICATORIA**

La culminación de este trabajo primeramente fue posible gracias a Dios, en segundo lugar a mis padres y en tercer lugar a mi maestra Waleska Díaz Sánchez.

### **A Dios:**

Un pilar fundamental en mi vida porque me ha guiado durante todo este trayecto de mi vida y me ha brindado salud, paciencia, sabiduría para culminar esta etapa muy importante de mi vida. Y poder ver realizado mi sueño más grande.

### **A mis Padres:**

Mis dos grandes amores, las personas más importantes durante estos cinco años de estudio esas personas que han estado en momentos buenos malos y todo el proceso que ha implicado estos cinco años de educación superior y que hoy en día podrán sentirse orgullosos de que su hijo ha llegado a cumplir una etapa más en su vida.

### **A mi Hermano:**

El ángel de mi vida ese ser especial que me motiva a salir adelante día a día que a pesar de que no puede hablar pero me expresa su amor y cariño de manera especial y única y es esa persona por la que lucho y estaría dispuesto a dar mi vida por él, te amo mi hermano Magdiel.

Hamilton José Martínez

## DEDICATORIA

La culminación de este trabajo ha sido posible gracias a la ayuda de Dios en primera instancia, y en segundo lugar a mi maestra Waleska y compañero Hamilton Martínez, gracias a ustedes por su ayuda significativa.

### ***A Dios***

Dedico esta monografía a Dios, porque me ha guiado durante todo este trayecto de mi vida y me ha brindado salud, paciencia, sabiduría para culminar esta etapa muy importante de mi vida.

### ***A mi madre***

A un pilar de mi existencia que dedico años de su vida para convertirme en una profesional y siempre tratar de cumplirme mis sueños.

### ***A mi Abuela***

Una persona muy importante para mí, le dedico esta monografía con esfuerzo y amor para ella. Que ha sido su sueño verme triunfar profesionalmente.

### ***A mi Tía y Prima***

Dos personas importantes en mi vida, que siempre me desean el bien y éxito del mundo esto también es para ustedes.

### ***A mi Familia y Amigos***

Me siento enormemente agradecida por estar rodeada de una familia y amigos, que siempre me apoyaron en cada momento de mi vida y que nunca me dejaron sola en el transcurso de esta carrera.

Silvia Carolina Arroliga Rugama

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A Dios:**

Agradezco a Dios por ser ese pilar más indispensable en mi vida el que me ha dado las fuerzas y la sabiduría para poder culminar con este trabajo y poder ser un profesional.

### **A mis padres**

Agradezco a mis padres por esos cinco años de esfuerzo y sufrimiento para darme todo lo necesario en mis estudios y poder formarme y ser un profesional y tener una herramienta para mi futuro y ser alguien en esta vida gracias por ese esfuerzo y la recompensa que obtendrán de este proceso es ver a su hijo convertirse en el profesional que tanto soñaron los amo padres.

### **A mi prima**

Agradezco a mi prima Massiel Martínez quien siempre estuvo dispuesta a apoyarme y dedicarme tiempo en mis trabajos y asesorarme en todo momento y ser parte de mi formación profesional durante estos cinco años.

**A mi profesora** Waleska Díaz quien ha sido una parte fundamental para mí en la universidad, durante estos cinco años de carrera y brindar sus consejos y enseñanza

Hamilton José Martínez

## AGRADECIMIENTO

**A Dios** Por permitirme realizar mis metas, con amor, dedicación, paciencia, esperanza y fe, manteniendo siempre el apoyo de mi familia y amigos.

**A mi madre** Claudia Lucia Rugama León quien ha sido padre y madre en mi vida y desarrollo como persona, para bien. Gracias por darme la vida, quien ha sido de gran apoyo y motivación para mí para culminar mis metas y que gracias a ella soy quien quiero ser.

**A mi abuela** Mercedes León Alvarado por ser un pilar en mi vida, por motivarme a siempre salir adelante, por ser un roble en mi vida y acompañarme siempre en cada paso que doy. Gracias por ser mi compañía fiel y llenarme de motivación para culminar mi meta.

**A mi tía y prima** María Isabel Rugama León por ser mi segunda madre y darme palabras de aliento para salir adelante y apoyarme en cada paso este trabajo también es para ti.

Elizabeth Alejandra Rivas Rugama gracias por ser mi hermana y prima a la vez por apoyarme, escucharme, y ser un ejemplo de mujer de superación para mí y siempre querer salir adelante. Gracias por regalarme dos personas importantes en mi vida Alessandra Isabella y Jonathan David que me motivan para ser mejor persona.

**A mi profesora** Waleska Díaz quien ha sido una parte fundamental para mí en la universidad, gracias por motivarme a esforzarme a luchar por lo que quiero a tener paciencia pero sobre todo a tener humildad, gracias por cada consejo pero sobre todo entendí que es mejor darle tiempo al tiempo en cada situación, en especial gracias por permitirme convivir estos cinco años en la universidad con usted y poder tener la dicha de adquirir de sus conocimientos pero sobre todo gracias por permitirme robarle más de una sonrisa de su Mano Derecha.

Silvia Carolina Arroliga Rugama





UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

## VALORACIÓN DE LA TUTORA

A través de la misiva certifico en carácter de tutora de la monografía titulada: Perfil del huésped y la satisfacción en el proceso de reserva en el hotel Las Praderas, municipio de Matagalpa, Durante el I semestre, 2019.

Presentados por:

Br. Silvia Carolina Arroliga Rugama

Br. Hamilton José Martínez Martínez

Considero que el trabajo investigativo antes citado, como requisito para optar al título de Licenciados en Turismo Sostenible, está enmarcado en las líneas de investigación del departamento de Educación y Humanidades y de la carrera Turismo Sostenible. Este trabajo investigativo cumple los requisitos necesarios para ser presentado ante el Tribunal Examinador de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua FAREM - Matagalpa.

Dado en la ciudad de Matagalpa, ocho días del mes de agosto del año dos mil diecinueve.

M Sc. Waleska Díaz Sánchez

Tutora

## RESUMEN

El presente informe tiene como propósito analizar el Perfil del huésped y la satisfacción en el proceso de reserva en el hotel Las Praderas, municipio de Matagalpa, durante el I semestre, 2019.

La primera y última impresión son los elementos más importantes en la estancia del huésped en un hotel, por lo tanto, aquí radica la importancia del proceso de reservación como primer contacto con el posible huésped, el estrago tan enorme que puede desencadenar la errónea toma de datos o los errores en la información que se le provee a los clientes. La clave de todo el proceso de reserva y del éxito en el cierre del proceso de venta es determinar las necesidades del cliente.

Este estudio tiene un enfoque cuantitativo con implicancia cualitativa. Se usaron técnicas e instrumentos, tales como entrevistas, análisis documental, encuestas, el universo de estudio lo constituyen los huéspedes las praderas y el recepcionista del Hotel. Las características del huésped del hotel las Praderas son: predomina el sexo masculino, entre los 25 y 40 años de edad, mayormente nacionales, casados, de profesión médicos, el principal motivo del viaje es trabajo, \$1000 de ingresos.

Se describió el proceso de reservación del hotel las praderas el cual está formado de la siguiente manera: El huésped solicita la reserva usando una de tres modalidades por teléfono, vía correo y personal. El recepcionista acoge la solicitud, revisa disponibilidad, registra la reserva, confirma la reserva. Los huéspedes manifestaron que el nivel de satisfacción que tienen del proceso de reserva es satisfactorio.

Palabras clave: perfil del huésped, proceso de reserva, satisfacción del huésped

## INDICE

TÍTULO .....	4
DEDICATORIA .....	1
DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
AGRADECIMIENTO .....	4
.....	5
VALORACIÓN DE LA TUTORA .....	5
RESUMEN .....	6
Capítulo I .....	1
1.1 Introducción .....	1
1.2 Planteamiento del problema .....	2
1.3 Justificación .....	3
1.4 . Objetivos de investigación .....	4
1.4.1. Objetivo General .....	4
1.4.2. Objetivos Específicos.....	4
2.1. Antecedentes .....	5
2.1.2 Marco Teórico .....	7
a. Generalidades del perfil del huésped.....	7
a.1. Concepto general del perfil del huésped .....	7
a.1.1. Características socio demográficas .....	8
a.1.1.1. Sexo .....	8
a.1.1.2. Edad.....	9
a.1.1.3. Procedencias .....	10
a.1.1.4. Estado Civil .....	10
a.1.1.5. Ocupación.....	11
a.1.1.6. Nivel Académico .....	11
a.1.1.7. Motivo del Viaje .....	12
a.1.1.8. Aspectos económicos.....	14
a.1.1.9. Ingresos .....	15
a.1.1.10 Gastos.....	15
a.1.1.11 Proceso de reserva: .....	16

a.1.1.12. Solicitud de reserva .....	16
a.1.1.13. Manejo de solicitudes de reserva .....	16
a.1.1.14. Actores .....	17
a.1.1.15. Funciones de los actores .....	18
a.1.1.16. Turnos Recepcionista .....	18
a.1.1.17. Registro de reservas .....	19
a.1.1.18 Formato de reserva para el control de estadía .....	20
a.1.1.19 Tipos de reservación .....	20
a.1.1.19.1 Automatizadas.....	21
a.1.1.19.2 Manual .....	21
b. Satisfacción del cliente del proceso de reservación.....	22
b.1. Concepto general de la satisfacción del cliente .....	22
b.2. Elementos de la reserva vía correo .....	23
b.3. Elementos de la reserva vía teléfono.....	25
b.5. Elementos de la reserva vía personal .....	26
b.6. Elementos de la satisfacción .....	26
b.6.1 Características de la satisfacción del cliente.....	26
b.7. Niveles de la satisfacción .....	28
2.2. Preguntas directrices.....	29
CAPÍTULO III .....	30
3.1. Diseño Metodológico .....	30
3.1.1 Tipo de paradigma.....	30
3.1.2. Tipos de enfoque.....	30
3.1.3. Tipos de estudio por su profundidad .....	31
3.1.4. Población y muestra.....	31
3.1.5 Técnicas e instrumentos.....	32
3.1.6. Procesamiento de la información .....	33
3.1.7. Variables.....	33
CAPÍTULO IV .....	34
4.1 Análisis y discusión de resultados .....	34
4.1.2 Descripción del proceso de reservación del hotel Las Praderas.....	42
Tipos de reservación .....	44

4.2	Percepción de los huéspedes del proceso de reservación del hotel. ....	46
CAPÍTULO V .....		49
5.1.	Conclusiones.....	49
5.2	Recomendaciones .....	50
5.3	Bibliografía .....	51

# Capítulo I

## 1.1 Introducción

El perfil del huésped y la satisfacción del mismo son de suma importancia para el gremio hotelero ya que permite determinar qué tipo de servicio en realidad se están demandando en la actualidad.

El objetivo de esta investigación es analizar el perfil del huésped y la satisfacción en el proceso de reserva en el “Hotel las Praderas” municipio de Matagalpa.

La variable perfil del huésped, permitió tener una visión más amplia del tipo de huésped que se recibe en el hotel las praderas del municipio de Matagalpa y saber si la oferta del Hotel Las Praderas esta adecuada al perfil de sus huéspedes. La variable satisfacción del huésped permitió tener una información más detallada de la calidad y servicio brindado en el Hotel Las Praderas para determinar alguna debilidad y poder corregirla a si lograr la satisfacción de los huéspedes que visitan este lugar.

Este trabajo tiene la estructura: Introducción del trabajo, planteamiento del problema, posteriormente los antecedentes a nivel internacional, nacional y local que reflejaran los temas de estudio para ambas variables, se justifica la razón de llevar a cabo dicho estudio, se redactaron objetivo general y específicos de acuerdo a la investigación, el marco teórico donde se refleja el componente teórico de las variables de estudio, las preguntas directrices, el diseño metodológico, análisis y discusión de resultados, las conclusiones, bibliografía consultada y anexos como: Operacionalización de variables, encuestas y entrevistas.

## 1.2 Planteamiento del problema

El “Hotel las Praderas” es una empresa familiar de servicio donde su principal objetivo es brindar alojamiento a huéspedes extranjeros y nacionales de una manera excelente y de calidad.

El perfil del huésped ayuda a definir con más precisión las necesidades y deseos de los consumidores, es necesario identificar las características de cada huésped, al igual el saber brindar toda la información necesaria para saber diseñar distintas ofertas hechas a la medida de cada huésped.

En un hotel el flujo de procesos y las actividades dependen del proceso principal, las reservaciones. En dependencia de la agilidad y sistema de reservación utilizado, las actividades se podrían desarrollar con deficiencia, provocando así un retraso en las respuestas a las peticiones de los clientes.

Los colaboradores de las reservas tendrán un rol de suma importancia: crearán la primera y la última buena impresión para los huéspedes. Esta impresión será la de la eficiencia, rapidez, cordialidad y la del destacado servicio que se les proveerá en todo momento.

Por tal motivo se plantea el siguiente problema de investigación.

¿Cuál es el perfil del huésped y la satisfacción del proceso de reservación en el Hotel las Pradera, Matagalpa durante el I semestre, 2019?

### **1.3 Justificación**

En la presente investigación se estudió el tema: Perfil del huésped y la satisfacción en la reservación del servicio en el “Hotel las Praderas”, para poder brindar ofertas que se acoplen a las demandas de los turistas. Es por ello que se analiza el perfil del huésped y la satisfacción en el proceso de reserva en el Hotel Las Praderas, municipio de Matagalpa durante el I semestre del año 2019.

Esta investigación contribuirá a que el Hotel Las Praderas pueda crear nuevas ofertas a los distintos perfiles que visitan el lugar y poder brindarles un mejor servicio, además que el lugar se irá desarrollando. Los resultados de esta investigación serán de gran importancia para la gerencia del hotel debido a que les ayudará conocer el perfil del huésped y la satisfacción ante una reserva, obteniendo como resultado satisfactorio ante todos los ámbitos de una reserva siendo una empresa competitiva.

Al finalizar esta investigación se podrá tener una percepción más amplia de los resultados que contribuirán en la determinación de la calidad del servicio brindado, así como las características presentada por los huéspedes, logrando una mayor eficiencia en el desarrollo de dicho lugar.

El presente estudio por lo tanto beneficiará directamente a la empresa quien podrá identificar si las soluciones propuestas en el documento son factibles para optimizar el proceso de reservación, los autores de esta investigación quienes obtendrá nuevos conocimientos para su desarrollo como profesional, todas las personas que lo usen como una referencia bibliográfica y finalmente los clientes, dado que obtendrán atención eficiente, personalizada y de calidad.



## **1.4. Objetivos de investigación**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar el perfil del huésped y la satisfacción en el proceso de reserva en el Hotel Las Praderas, municipio de Matagalpa, durante el I semestre, 2019

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

**1.4.2.1** Determinar las características socio demográficas del turista que visitó el Hotel Las Pradera, municipio de Matagalpa, durante el I semestre, 2019

**1.4.2.2** Describir el proceso de reservación del Hotel Las Praderas, durante el I semestre, 2019

**1.4.2.3** Valorar el nivel de satisfacción que tuvieron los huéspedes en el proceso de reserva en el Hotel Las Praderas, municipio de Matagalpa, durante el I semestre, 2019

## **CAPÍTULO II**

### **2.1. Antecedentes**

Conocer el perfil del huésped, para poder satisfacer sus necesidades, es una tarea que debe realizar toda empresa dedicada al servicio de alojamiento, así les permitirá brindar mejor calidad en su atención.

#### **Nivel Internacional**

(Valcarcel, 2008) realizó un estudio del perfil del turista estudió la demanda turística que arriba al Hotel "Royal Hideaway Ensenachos" ubicado en Los Cayos de Villa Clara, en una doble vertiente: describir las variables socio demográficas, el comportamiento del viaje y consumo del producto para el estudio de la segmentación de este tipo de demanda y la definición de un perfil del cliente. El uso de técnicas estadísticas permitió la identificación de 2 segmentos de mercado y su correspondiente perfil que proporciona a los gestores de dicha empresa, información valiosa que contribuya a captar las mejores oportunidades de negocio y las actividades más apropiadas para incluir en el producto que oferta.

(Rodil & Navarro, 2016) en su investigación análisis del sector hotelero y del perfil de consumidores analizó el destino turístico de las Islas del Rosario en base al perfil de sus consumidores para proponer estrategias de marketing dirigidas a los segmentos de mercado doméstico e internacional, para el mejoramiento del servicio y de los niveles de competitividad del destino basados en el modelo de destinos turísticos de Crouch y Ritchie. Destacando la influencia de las fuerzas económicas con la caída del precio del dólar que genero un mayor aumento de los visitantes extranjeros que tienen esta moneda y las fuerzas demográficas que permiten identificar de donde provienen los visitantes que ingresan al país, lo cual permite poder ofrecer actividades turísticas acordes a sus características particulares.

## **Nivel Nacional**

(Arguello, 1998) en su investigación la importancia de la calidad en el servicio sector hotelero nicaragüense en este trabajo enfatizamos la importancia que tiene para las empresas del sector hotelero, el definir claramente su segmento de mercado meta, lo que le permitirá conocer con mayor precisión sus expectativas y mantener clientes satisfechos.

## **Nivel Local**

(Garcia & Diaz, 2015) en su tesis Evaluación del Proceso de Reservaciones, para su automatización en el “Hotel y Restaurante de Montaña Selva Negra”, municipio de Matagalpa, primer semestre 2015; se plantearon Evaluar el proceso de reservaciones para su automatización en el “Hotel y Restaurante de Montaña Selva Negra”, determinando, que el proceso de reservación en el hotel se realiza de manera tradicional, es decir controlando la adquisición de los servicios en un libro de registro, un método bastante común en las pequeñas y medianas empresas hoteleras de Nicaragua, sin embargo es práctico, pero un poco ineficiente.

Los antecedentes consultados fueron de mucha utilidad para ampliar conocimientos sobre la temática, definir objetivos y dimensionar las variables de investigación e indicadores.

## **2.1.2 Marco Teórico**

### **a. Generalidades del perfil del huésped**

Según (Claros, 2015) el perfil del huésped es un término de marketing acuñado para el sector de alojamiento, que se refiere a la comprensión y análisis de información de los huéspedes; no limitado a contactar y reservar información. También incluye datos demográficos, preferencias, intereses y opiniones, es decir, experiencias y comentarios.

Enriquecer el perfil del huésped, se utiliza para crear experiencias totalmente personalizadas y únicas para sus huéspedes. Esto asegurará que usted no envíe mensajes de marketing irrelevantes, por ejemplo acerca de las facilidades para viajar con niños cuando en realidad se trata de una pareja.

#### **a.1. Concepto general del perfil del huésped**

Con origen en el latín hopen, la palabra huésped describe al individuo que se encuentra alojado u hospedado en un hogar ajeno o en la habitación de un hotel (Perez & Merino, definicion.de, 2012)

En este sentido, un huésped puede ser quien ha sido invitado a pernoctar en una vivienda particular. Si una familia aloja en su hogar a un amigo que viene desde el exterior, dicho invitado se convertirá en huésped del clan en cuestión.

Huésped también es el cliente que paga por utilizar las instalaciones de un hotel, un hostel, una posada, un albergue turístico, etc. El sujeto abona una determinada tarifa para alojarse en el lugar y hacer uso de diversos servicios (baño, restaurante u otros).

### **a.1.1. Características socio demográficas**

Según (Estrada, 2015) el término socio demográfico se refiere a un grupo definido por sus características sociológicas y demográficas, estos grupos se utilizan para los análisis en las ciencias sociales así como para la comercialización y los estudios médicos. Las características demográficas pueden hacer referencia a la edad, sexo, lugar de residencia, nivel educativo y estado civil. Las características sociológicas son los rasgos más objetivos, como la pertenencia a organizaciones, posición en el hogar, los intereses, los valores y los grupos sociales.

Estos pueden incluir los conjuntos de métodos que nos permiten medir las dimensiones y la dinámica de población, estos métodos han sido principalmente desarrollados para estudiar poblaciones humanas.

El grupo de características sociológicas y demográficas son un elemento de análisis de gran aporte a las empresas hoteleras, permitiendo tener un conocimiento específico y detallado de elementos personales y diferenciadores de los huéspedes que demanda el proceso de reservación en un hotel.

Este análisis se realiza desde la llegada del huésped hasta el momento de finalización de su proceso de reservación.

#### **a.1.1.1. Sexo**

Según (Estrada, 2015) el concepto de sexo está relacionado a una serie de variantes que conducen a ideas en general, la diferenciación de las especies y la reproducción de la raza. En biología es el proceso mediante el cual los humanos y cualquier especie se aparean conduciendo a la reproducción de las mismas. Todo este proceso en el que se fecunda un ovulo y este se desarrolla en un vientre materno hasta nacer conduce a definir el sexo del feto. En los humanos, el acto del sexo es más complejo, ya que no comprende el simple hecho de la reproducción, es una de las pocas especies que practica el sexo por placer .

El sexo se distingue del género aunque van de la mano, el sexo difiere entre las características físicas entre una mujer y un hombre, el género lo hacen en la relación a nivel cultural o se es masculino o se es femenino, llevando a una condición que puede cambiar o modificar a pesar de lo correctamente dicho por la sociedad,

Este elemento es un conjunto muy complejo en el proceso de reserva ya que en el proceso de recepción se tiene que hacer uso indispensable debido a que este elemento hace mención a la definición de masculino y femenino y es la característica de la que se necesita obtener información.

#### **a.1.1.2. Edad**

Dentro de (Lopez, Torrez, & Zavala, 2014) La edad está referida al tiempo de existencia de alguna persona, o cualquier otro ser animado o inanimado, desde su creación o nacimiento, hasta la actualidad.

También marca una época dentro del período existencial o de vigencia. Así hablamos de época de oro o dorada como la de mayor plenitud o esplendor, y dentro de la vida humana reconocemos la edad de la niñez, de la juventud, de la adultez o de la vejez, que comprenden grupos de edades.

Este elemento diferenciador aporta una información muy importante debido a que permite conocer a que determinado grupo de edad pertenecen las personas y así poder tener un control más exhaustivo de los huéspedes que hacen uso de los servicios hoteleros y cuáles son las demandas o exigencias que presenta cada uno de estos grupos y poder satisfacerlas de la mejor manera posible.

Se puede determinar a través de este elemento tres grupos de edades el primer grupo son los jóvenes el segundo grupo los adultos y el tercer grupo las personas de la tercera edad.

### **a.1.1.3. Procedencias**

Sustantivo femenino. Esta palabra se define al principio, inicio, comienzo y el origen donde nace o se deriva de algo. Punto de partida en cualquier medio de transporte ya sea un avión, barco o bus y aplicado especialmente a una persona. Cuando llega el término de un viaje. Conformidad por el derecho, moral y la razón. (En derecho) justificación legal y oportunidad de una petición o recuerdo (Estrada, 2015).

Esta descripción se hace con el objetivo de tener una información exacta de cada uno de los huéspedes o visitantes y así poder determinar y caracterizar los lugares de los cuales se obtiene más visitantes y cuáles son sus exigencias o demandas y poder darles una respuesta de calidad a cada una de ellas.

Este elemento permite conocer al tipo de huésped que se está atrayendo con los servicios ofrecidos por la industria hotelera.

### **a.1.1.4. Estado Civil**

Según (Estrada, 2015) Se denomina estado civil a la situación personal en que se encuentra o no una persona física en relación a otra, con quien se crean lazos jurídicamente reconocidos sin que sea su pariente, constituyendo con ella una institución familiar, y adquiriendo derechos y deberes al respecto.

El estado civil puede ser el de casado, si la persona celebró matrimonio ante las autoridades legalmente establecidas al efecto por cada Estado, con otro individuo de distinto sexo, o del mismo, en países que lo permiten, naciendo a partir de este hecho la sociedad conyugal; o puede tenerse el estado de soltero si aún no se contrajo matrimonio; o el de viudo, si su cónyuge falleció.

Este elemento diferenciador le permite a la empresa hotelera obtener información confidencial de cada uno de los huéspedes la cual es usada en caso

de emergencia o algún inconveniente que se presente al huésped mientras hace uso de los servicios ofrecidos por dicha empresa.

#### **a.1.1.5. Ocupación**

Sinónimos de empleo (trabajo asalariado al servicio de un empleador), vocación (deseo de desempeñar una profesión o actividad aunque todavía no se han adquirido los conocimientos y aptitudes necesarias para desempeñar la misma) y profesión (acción o función que se despliega en un ámbito, empresa, organización, por la cual se recibe un sustento y que suele requerir de conocimiento especializados adquiridos siempre a través de educación formal) (Estrada, 2015).

La ocupación es un elemento que permite conocer al tipo de profesional al que la empresa hotelera está captando con los servicios que se ofrecen.

También facilita conocer de manera indirecta ciertas necesidades que puede demandar el huésped y anticipar la satisfacción de estas necesidades y hacer que la estancia del huésped sea excelente.

#### **a.1.1.6. Nivel Académico**

Las fases secuenciales del sistema de educación superior que agrupan a los distintos niveles de formación, teniendo en cuenta que se realicen antes o después de haber recibido la primera titulación que acredite al graduado para el desempeño y ejercicio de una ocupación o disciplina determinada (Observatorio legal para la educación s.f)

El grado académico es un nivel de educación. En el caso de la Educación Superior, este puede solo ser otorgado por las universidades. Los Institutos Profesionales y los Centros de Formación Técnica no otorgan grados. Los grados académicos son 4: Bachiller, Licenciado, Magíster y Doctorado.



Esta descripción permite conocer el nivel de estudios que poseen los huéspedes que visita y hace uso de los servicios ofrecidos por las empresas hoteleras.

#### **a.1.1.7. Motivo del Viaje**

Según (marca, 2011) En la psicología y filosofía, motivación son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con voluntad e interés.

Las distintas escuelas de psicología tienen diversas teorías sobre cómo se origina la motivación y su efecto en la conducta observable.

La motivación en el trabajo. La palabra motivación deriva del latín motus, que significa «movido», o de motio, que significa «movimiento». La motivación puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo.

Son las actitudes que dirigen el comportamiento de una persona hacia el trabajo y lo apartan de la recreación y otras esferas de la vida.

Es el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento, hasta alcanzar la meta u objetivo deseado.

La motivación exige necesariamente que haya alguna necesidad de cualquier grado; ésta puede ser absoluta, relativa, de placer o de lujo. Siempre que se esté motivado a algo, se considera que ese algo es necesario o conveniente. La motivación es el lazo que une o lleva esa acción a satisfacer esa necesidad o conveniencia, o bien a dejar de hacerlo.

Los motivos pueden agruparse en diversas categorías:

- En primer lugar figuran los motivos racionales y los emocionales.
- Los motivos pueden ser egocéntricos o altruistas.

Los motivos pueden ser también de atracción o de rechazo, según muevan a hacer algo en favor de los demás o a dejar de hacer algo que se está realizando o que podría hacerse.

La motivación también puede ser debida a factores intrínsecos y factores extrínsecos. Los primeros vienen del entendimiento personal del mundo y los segundos vienen de la incentivación externa de ciertos factores.

Factores extrínsecos pueden ser:

- El dinero
- El tiempo de trabajo
- Viajes
- Coches
- Cenas
- Bienes materiales

Todos estos factores pueden incrementarse o decrements en el espacio alrededor del individuo, sin embargo, los factores intrínsecos dependen del significado que le de la persona a lo que hace. Si bien es cierto, los llamados factores extrínsecos también dependen de esta interpretación de la persona, éstos pueden cambiarse radicalmente de forma muy rápida mientras que los intrínsecos requieren de un trabajo de asimilación más adecuado a la mente del individuo. Los factores intrínsecos tratan de los deseos de las personas de hacer cosas por el hecho de considerarlas importantes o interesantes.

El concepto de motivación incluye un conjunto de aspectos relacionados con el comportamiento humano. Se podrían señalar tres cuestiones básicas ante una conducta determinada: ¿Cuáles son las razones o motivos? (por qué lo hacemos)

¿Cuál es el comportamiento elegido? (qué es lo que hacemos) y ¿Cuál es la meta que se quiere conseguir? (para qué lo hacemos).

Teniendo en cuenta estos tres aspectos es posible definir a la Psicología de la motivación como el estudio de las variables personales (internas) y situacionales (externas) que determinan y regulan la elección de conductas, el inicio de éstas, y el esfuerzo y la persistencia en su ejecución hasta que se alcanzan las metas que uno se ha propuesto.

Motivo de viaje es un elemento muy indispensable en el proceso de reservación ya que este nos permite conocer de manera directa cuales son las necesidades principales por las cuales el huésped quiere hacer uso de los servicios ofrecidos por la empresa turística y así poder satisfacer dichas necesidades y demandas de una manera ágil y eficaz

#### **a.1.1.8. Aspectos económicos**

Los aspectos económicos población económicamente activa (pea): es aquella parte de la población que participa en el proceso de producción de bienes y servicios aportando la mano de obra (Garcia, 2014)

Las actividades económicas crecieron en abril 4.9 por ciento en comparación al mismo lapso 2016, según el Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) publicado por el Banco Central de Nicaragua (BCN). El promedio anual se sitúa en 4.9 por ciento y el acumulado entre enero y abril es de 5.4 por ciento.

Solo las vacaciones de Semana Santa y la llegada de turistas incentivaron el crecimiento del 18 por ciento en hoteles y restaurantes, que fue la actividad que más creció.

Las actividades que menos crecieron en abril fueron comercio, así como enseñanza y salud. En el caso de estas dos últimas actividades su menor ritmo fue por la mayor cobertura de los programas educativos y actividades que la salud pública ofreció.

### **a.1.1.9. Ingresos**

En el ámbito de la economía, el concepto de ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar (Estrada, 2015).

Entendemos por ingresos a todas las ganancias que *ingresan* al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia.

Este elemento permite conocer de manera indirecta cual es el grado adquisitivo que poseen los huéspedes que hacen uso de los servicios de empresas hoteleras y haci determinar el tipo de cliente que dicha empresa resive.

### **a.1.1.10 Gastos.**

Gasto es la acción de gastar (emplear el dinero en algo, deteriorar con el uso). En un sentido económico, se conoce como gasto a la cantidad que se gasta o se ha gastado. El gasto es un concepto de utilidad tanto para las familias como para las empresas o para el gobierno (Perez & Merino, definicion.de, 2013).

Una familia necesita controlar su gasto para que los ingresos le permitan afrontar sus obligaciones y satisfacer sus necesidades. Una empresa, por su parte, debe conocer sus gastos al detalle ya que atentan contra su beneficio o ganancias. En el caso de un gobierno, que no busca rédito financiero, el control del gasto es importante para evitar el déficit fiscal.

Este elemento permite conocer la forma en que los huéspedes emplean su dinero en gastos de servicios ofrecidos por empresas hoteleras y para la satisfacción de sus necesidades básicas.

#### **a.1.1.11 Proceso de reserva:**

Según (Garcia & Diaz, 2015) el proceso de reservaciones se conforma por las acciones que el cliente realiza interactuando con el recepcionista para llevar a cabo una solicitud de reservas, brindando las características que se ajusten a las necesidades del alquiler de la habitación o servicio, durante una fecha específica.

Esta descripción se hace desde la entrada del cliente hasta que este vaya confirmar o no su reserva para la estadía, el recepcionista debe ser profesional en la atención al cliente, además de presentar ciertas actitudes y aptitud para realizar esta labor.

Este proceso es de gran importancia para la industria hotelera, por el tipo de servicio que presta, recordando que el cliente es la prioridad para el hotel, por tal motivo este proceso debe realizarse claro, eficiente y satisfactorio.

#### **a.1.1.12. Solicitud de reserva**

Una solicitud de reservación le permite al cliente registrar un servicio de alojamiento de forma provisional. El propietario recibe la solicitud y tiene 24 horas para aceptarla (Garcia & Diaz, 2015)

Este tipo de mecanismo permite a los huéspedes realizar con anticipación la estadía y tener un pase seguro al servicio solicitado. La solicitud de reserva es un documento utilizado para un buen control de las reservaciones.

#### **a.1.1.13. Manejo de solicitudes de reserva**

El plannig (planeación en español) es una representación gráfica en la que se puede consultar por fecha la disponibilidad de cada habitación del hotel. Toda respuesta a una solicitud de reserva debe realizarse tras consultar el plannig ya que este proporciona información veraz y actualizada del estado del establecimiento (Garcia & Diaz, 2015).

Las solicitudes se pueden manejar de manera manual o automatizada el planing es para verificar la disponibilidad de la habitación y no duplicar una reservación, es verdad que estas solicitudes no están garantizadas por los clientes, pero el recepcionista puede verificar si esa solicitud sigue en pie o será cancelada, de esta forma no se perderá la oportunidad de vender el servicio.

Este formato facilita las actividades más habituales respecto a las reservas y estancias del hotel. De esta manera evitar la insatisfacción del cliente por mala coordinación de entrega de habitaciones.

#### **a.1.1.14. Actores**

El Recepcionista de Hotel está capacitado, de acuerdo a las actividades que se desarrollan en el perfil profesional, para organizar y gestionar el área de recepción, dar la acogida, asistir y atender el huésped desde su ingreso hasta su salida del establecimiento (Garcia & Diaz, 2015)

Además (Solano Ocampo, 2007) describe en sus casos de uso los principales involucrados en el proceso de reserva: Huésped, Agente de reserva, Jefe de reserva, Gerente general, Recepcionista, Cajero, Administrador de sistemas.

El huésped es el principal actor, éste se debe hacer sentir como en casa, brindándole todas las comodidades posibles como confiabilidad, seguridad, rapidez, empatía entre otros, ya que el principal objetivo de los hoteles es la atracción de nuevos clientes, consecuentemente su productividad y competitividad. Logrando la incorporación en el mundo empresarial.

El recepcionista debe tener ciertas características para desempeñar esta función, entre estas están: buena presentación, carismático, amigable, ser paciente y tener la capacidad de trabajar en equipo, Además buenas actitudes para lograr el convencimiento y posterior la estadía del cliente.

Existe varios actores que intervienen en el proceso de reserva pero el recepcionista y huésped están estrechamente relacionados, por estos dos personajes es que el hotel recibe ingresos para seguir en el mercado competitivo.

#### **a.1.1.15. Funciones de los actores**

Para (Solano Ocampo, 2007) las funciones de los huéspedes es verificar la disponibilidad del tipo de servicio requerido mediante algún medio de comunicación o de manera presencial, el agente de reserva realiza en su totalidad la reservación, gerencia general es la única persona autorizada para realizar cualquier modificación de precios, área de recepción; está capacitado para identificar al huésped y realizar su reservación, los cajeros son encargados de realizar la facturación de cada cliente, la tarea del informático es administrar los usuarios del sistema y realizar cualquier modificación si es requerido para el mejoramiento de proceso del sistema.

Cada una de estas funciones indica las labores correspondientes para cada empleado y evitar conflictos en cada proceso, logrando una instancia placentera del huésped. Además el gerente es el encargado de distribuir las labores, llevar control del ingreso obtenido y crecimiento de la empresa.

La mayoría de las empresas deberían contar con una manual de funciones para cada empleado donde especifica cada labor a desempeñar por individuo y lograr finalizar cada tarea sin error alguno. Esta técnica es eficiente para aprovechar al máximo el tiempo y esfuerzo de los trabajadores.

Cabe destacar que en Nicaragua no todos los hoteles cuentan con la lista de actores antes mencionados.

#### **a.1.1.16. Turnos Recepcionista**

Para (García & Díaz, 2015) los turnos de los recepcionistas se pueden dividir en varios según la conveniencia del hotel, algunos cuentan con dos o tres turnos, en dependencia de las necesidades y tamaño del hotel.

Cada recepcionista deberá saludar de acuerdo a la hora en que el cliente hace su arribo a las instalaciones, los turnos que registran a nuevos clientes informaran lo ocurrido, el turno nocturno hace cierre administrativo del día, comunicando las novedades.

En Nicaragua, la mayoría de los hoteles solo cuentan con un recepcionista el cual labora ocho horas al día, si este trabaja horas extras se pagan adicionalmente.

#### **a.1.1.17. Registro de reservas**

(García & Díaz, 2015) Publica que el registro de reservas es la parte primordial para los hoteles pues es donde el cliente procede a ser registrado proporcionando los datos de interés para el hotel así como también el tipo de servicio solicitado por el cliente.

El registro de reserva hotelera es un método utilizado en todas las empresas que venden este servicio, debido a que es necesario contar con la información legal de la persona que ha realizado la reservación mediante cualquier vía de comunicación, de igual forma el cliente puede ser registrado en tiempo real sin  
Clasificación de las reservaciones

(Medina, 2007) hace mención a que las reservaciones se clasifican:

- Garantizadas: El huésped realiza un depósito o seña (puede ser directa o indirecta) y se le da una fecha límite para realizarla.
- No garantizadas: Es cuando la reserva es provisoria. Cuando el huésped no da seña se le da una hora límite de llegada.
- De grupos: Son varias habitaciones reservadas para una misma fecha, por una misma persona o empresa
- Denegadas: Es cuando no se puede aceptar una reserva. Se le dan las disculpas al huésped y se le recomienda un hotel que tenga las condiciones que piden pero que no sea mejor que el nuestro (picardía para no perder cliente).



- Canceladas: Por el cliente o por el hotel (este último debe dar una solución de inmediato).

Los hoteles que cuentan con esta clasificación les resulta fácil tener buena organización en los procesos llevados en la empresa y evitarse confusiones a la hora de entregar un servicio.

Esta manera de trabajo permite tener mejor visualización de todas las reservaciones en tiempo y forma, evitando errores.

#### **a.1.1.18 Formato de reserva para el control de estadía**

Para (Garcia & Diaz, 2015) los trámites principales para realizar una reservación antes de su confirmación son las siguientes: Recepción de la solicitud, respuesta a la solicitud, confirmación, registro de la reserva, envío de depósito.

La hoja de reserva con los datos que el cliente debe proporcionar al hotel al momento de la reservación son: Fecha de entrada y salida, nombre, servicio de entrada, servicio de salida, teléfono, email, tipo de reservación, régimen y precio, además del depósito.

Los datos que la institución hotelera registra del cliente son para conocer un poco del tipo de persona que estará hospedado y evitar el ingreso de personas maliciosas, todo esto se realiza para garantizar la seguridad de todos los inquilinos.

También es relevante para el hotel verificar la frecuencia de sus huéspedes y lograr realizar los diferentes descuentos, promociones o trato preferencial. Además el registro puede ser útil para la búsqueda de clientes que son prófugos de la justicia.

#### **a.1.1.19 Tipos de reservación**

Los tipos de reservación que se pueden realizar en un hotel son:

#### **a.1.1.19.1 Automatizadas**

(Garcia & Diaz, 2015) describe el CRS (Computer Reservation System), en español Sistema computarizado de reservaciones, en la distribución turística han sido considerados como el más importante y significativo sistema de información, para la industria turística y los GDS (Global Distribution System), en español Distribución de sistemas globales estos nuevos sistemas ofrecen ahora información de una amplia relación de servicios con los viajes y entretenimiento, permitiendo reserva de hoteles, etc.

Existen otras herramientas automatizadas que permiten la agilización de procesos así como pequeños software realizados a la medida según las necesidades requeridas para las empresas pioneras en la industria hotelera o bien optar por la que sea más factible. Las reservaciones automatizadas son las más eficientes para obtener mayores oportunidades y dirigirse a nuevos mercados.

De esta manera se podrá realizar consultas del estado actual de las habitaciones y brindar respuestas inmediatas a las necesidades del huésped y evitar que éste sienta que la atención brindada es lenta.

Las reservaciones automatizadas son las más eficientes según lo que se observa en las empresas que ya optan por un sistema de este tipo, logrando la diferencia con la rapidez al desempeñar las operaciones de reserva.

#### **a.1.1.19.2 Manual**

(Báez Casillas, 1996) afirma que las reservaciones manuales para las habitaciones se pueden clasificar en Racks y tirillas, donde hay poca información de los huéspedes. Dentro de los formatos de reservas manuales están los siguientes: } Hoja diaria de control: en este documento se refleja todo lo relacionado con las habitaciones. } Libreta de control: Es igual que la anterior, la diferencia es que en esta libreta cuenta con 365 páginas correspondiente a un año. Todas estas herramientas son útiles para empresas pequeñas y poco

concurridas. Estas son manejables dado que se tiene el tiempo para rellenar cada campo de estas hojas. Es importante tener algún tipo de registro para verificar la cantidad de clientes que visitan el hotel y tener un control estadísticos (mensual y anual). Para una empresa que está comenzando y no tiene gran retención de clientes, un sistema de reservación manual es funcional para llevar sus controles, además es fiable si el recepcionista lleva una secuencia por cada individuo que visita el local

## **b. Satisfacción del cliente del proceso de reservación.**

En la actualidad, la satisfacción al cliente se ha convertido en el más grande objetivo de las empresas de cualquier tipo (pequeñas, grandes, nacionales, internacionales, etc. Sin embargo no todas la logran y esto influye directamente en todos los departamentos de la empresa u organización. (Thompson, 2006)

Si bien sabemos cuáles son los múltiples beneficios que nos otorga lograr exitosamente la satisfacción al cliente, pocos sabemos cuáles son los elementos y sus características que la conforman, a continuación voy a definir los tres elementos más importantes de la satisfacción al cliente y las características de cada uno.

Rendimiento de la empresa, percibido por el cliente: Se refiere al desempeño (cuánto valor se le da) que el cliente considera haber obtenido después de adquirir un producto o servicio, es decir, es el resultado que el cliente “percibe” que obtuvo del producto o servicio que adquirió.

### **b.1. Concepto general de la satisfacción del cliente**

(Estrada, 2015) la Satisfacción del cliente es un concepto inherente al ámbito del marketing y que implica como su denominación nos lo anticipa ya, a la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que

ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el al momento de adquirirlo.

La satisfacción está destinada a la experiencia que vive un huésped a través de un producto o servicio ofrecido por una empresa hotelera y el cumplimiento de sus necesidades y demandas personales

## **b.2. Elementos de la reserva vía correo**

Como sucede en casi toda empresa de servicios, un hotel debe intentar buscar la excelencia en la atención al cliente. Esto es así porque el principal activo que posee una empresa hotelera es su reputación. (Facchin, 2018)

Debido a la importancia que han adquirido las redes sociales y los foros turísticos de opinión en Internet, y con una gran mayoría de sus clientes viviendo a miles de kilómetros del establecimiento, un hotel necesita más que nunca poseer una imagen y reputación fuerte, tanto offline como online, que sustente todas sus estrategias.

Un sinfín de estudios nos demuestra que muchos de nuestros potenciales clientes toman sus decisiones influenciados por los comentarios vertidos en Internet por los anteriores huéspedes de nuestro hotel o que directamente piden información sobre él a sus amigos o contactos en Redes Sociales.

En ocasiones solemos olvidar que los encargados de implementar las nuevas estrategias del hotel son los miembros de nuestra plantilla. Por eso ellos deben ser tenidos en cuenta al momento de cambiar o reorientar las políticas existentes.

El personal que trabaja día a día en el hotel debe estar lo suficientemente capacitado y motivado como para desarrollar su función con la mejor calidad y eficiencia posibles. A su vez, los hoteleros tienen que aportar las herramientas

necesarias, brindar la formación adecuada y generar el ambiente laboral más apropiado para que sus empleados presten un servicio al cliente de calidad.

- Aprende a escuchar a tus clientes

El escuchar lo que dicen del hotel tus clientes es el paso más importante en la prevención de futuros problemas y la mejor manera en que podrás resolver las quejas o críticas que se van presentando lo más satisfactoriamente posible.

- Has las preguntas correctas

Debes preguntar a tus huéspedes qué puede hacer tu hotel para ayudarles a disfrutar mejor de su estadía. Ésta es una forma sencilla de obtener valiosa información que nos sirva para adaptar nuestros servicios.

- Monitoriza las redes sociales

Estar atento a lo que se habla de tu hotel en los diferentes foros turísticos de opinión y, sobre todo, en redes sociales, es necesario para despejar las dudas de tus clientes potenciales o solucionar los problemas que puedan haber generado críticas de tus anteriores huéspedes.

- Toma la crítica como una oportunidad

Mira todas las quejas sobre los servicio del hotel como una oportunidad para mejorarlos. Siempre debes apuntar, contestar y resolver cualquier queja de la manera más eficiente posible.

- Fomenta embajadores de la marca

Desarrolla campañas y estrategias en redes sociales o en el mismo establecimiento dirigidas a fidelizar a tus clientes.

### **b.3. Elementos de la reserva vía teléfono**

Según Empresa (Empresa Call Center, 2018) existen diversos factores que se deben tener en cuenta al momento de prestar un servicio de atención al cliente

Entre ellos se encuentran:

- Saludo corporativo: debe ser completo y agradable para que el cliente se pueda sentir en confianza rápidamente.
- Volumen de voz: un tono de voz muy alto puede hacer que los clientes cuelguen el teléfono y un tono de voz muy bajo puede generar desconfianza en los mismos, por lo que el agente debe lograr tener un tono de voz adecuado considerando estos aspectos.
- Cordialidad: es necesario que las expresiones se realicen de forma educada y con sencillez.
- Silencios: se deben evitar, ya que puede enfriar el curso de la conversación y perder la atención del cliente.
- Interrupciones: no deben ser hechas al momento de hablar con los clientes debido a que pueden interpretarse como una acción maleducada y molesta.
- Despedida: el agente debe agradecer a los clientes por su atención, mostrar educación y respeto por su tiempo.

Además de los aspectos básicos de la conversación, el servicio de atención al cliente call center debe incluir un tiempo mínimo de espera, transferencia y respuesta de llamadas, ya que estos elementos son claves para que el servicio sea de calidad.

## **b.5. Elementos de la reserva vía personal**

Es de gran interés para todos los pequeños y micro empresarios que desean sobresalir ante la competencia que en la actualidad es muy agresiva. (Profit Ltda, 2019)

A veces las empresas dan mayor interés a la administración de cómo dirigir, administrar los recursos económicos, humanos y materiales; dejando al otro lado el servicio al cliente y que cada día toma más importancia para crecer en un mercado competitivo.

Por descuidar esta área tan importante que está en el departamento de ventas podemos perder muchos clientes debido por el mal trato a nuestra cliente, mientras que nuestra competencia sigue conquistando mercados y nuevas clientelas debido al buen servicio y atención que le brinda; para determinar qué servicios son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer y ver que estrategias y técnicas utilizaremos.

El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing que nos facilita conocer a nuestra clientela y sus necesidades y para ello contamos con los siguientes elementos:

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Reclamos y cumplimientos

## **b.6. Elementos de la satisfacción**

### **b.6.1 Características de la satisfacción del cliente**

Según (Thompson, 2006) las características son:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio
- Está basado en la percepción del cliente, no necesariamente la realidad
- Se puede ver influenciado por personas que influyan directamente en el cliente
- Depende ampliamente del estado de ánimo en el que estaba el cliente cuando adquirió este producto o servicio

Expectativas: Son las esperanzas que los clientes tienen con el producto o servicio, este elemento puede depender de las prácticas de mercadotecnia de la empresa o el simple pensamiento del cliente. (Thompson, 2006)

Las expectativas se producen por:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda un producto o servicio.
- Experiencias de comprar anteriores
- Experiencias de compras con la competencia
- Opiniones de las personas que influyen directamente en el cliente (amistades, familiares, conocidos, y líderes de opinión.
- Promesas de los competidores

En lo que refiere a la empresa se debe tener cuidado en usar el nivel adecuado de las expectativas ya que si son demasiado bajas no se atraerán a suficientes clientes, pero si son más altas de lo que deberían, los clientes se sentirán decepcionados después de adquirir el producto o servicio.

Es ampliamente recomendable monitorear regularmente las expectativas de los clientes para saber:

- Si se encuentran dentro de lo que la empresa puede brindar.
- Si están a la par, debajo o por encima de las expectativas que otorga la competencia.



- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera para decidirse a comprar.

### **b.7. Niveles de la satisfacción**

Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio los clientes experimentan uno de los tres posibles niveles de satisfacción al cliente (Thompson, 2006)

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción al cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de inmediato. Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor. En cambio un cliente complacido será leal a una marca porque siente afinidad emocional que supera ampliamente a una preferencia racional.

## **2.2. Preguntas directrices**

1. ¿Cuáles son las características socio demográficas del huésped que visita el Hotel Las Praderas del municipio de Matagalpa, durante el I semestre, 2019?
2. ¿Cuál es el proceso de reserva del Hotel Las Praderas del municipio de Matagalpa, durante el I semestre, 2019?
3. ¿Qué nivel de satisfacción tuvieron los huéspedes del proceso de reserva en el Hotel las Praderas del municipio de Matagalpa, durante el I semestre, 2019?

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. Diseño Metodológico**

#### **3.1.1 Tipo de paradigma**

El paradigma positivista sustentará la investigación que tenga como objeto comprobar una hipótesis por medios estadísticos o determinar los parámetros de una determinada variable mediante la expresión numérica. Por lo tanto, Indica que el paradigma positivista se clasifica de cuantitativo, empírico- analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010)

Enfoque empirista o positivista el cual trata de imitar el modelo de que siguen las ciencias naturales, busca las leyes universales intercambiables, exige que la persona que lo estudie sea objetiva y neutral para poder dar a conocer la realidad. Este método no cuestiona la desigualdad de la difusión de la información por los medios, sólo se enfoca en estudiarlos.

La investigación está bajo las características positivista ya que la finalidad de la investigación es explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar teórica y leyes para regular los fenómenos.

#### **3.1.2. Tipos de enfoque**

La investigación cuantitativa y cualitativa es enfoque de la investigación científica. El enfoque cuantitativo usa recolección de datos con base a medición numérica y el análisis estadístico para dar respuesta a hipótesis o preguntas de investigación. A diferencia del enfoque cualitativo que realiza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir preguntas de investigación.

El enfoque de esta investigación es cuantitativo con implicancia cualitativa, dado que utiliza la obtención y el análisis de datos mediante encuesta, para posteriormente realizar procesos estadísticos objetivos, de esta manera brindar respuestas a preguntas de investigación, la otra parte será recabada mediante

técnicas cualitativas, haciendo uso de instrumentos de recolección de datos como entrevistas, análisis de documento.

### **3.1.3. Tipos de estudio por su profundidad**

Según Canales, (2008) el nivel de conocimiento científico (observación, descripción, explicación) al que espera llegar el investigador se debe de formular el tipo de estudio, es decir de acuerdo al tipo de información que espera obtener, así como el nivel de análisis que deberá realizar.

En una investigación descriptiva frecuentemente el propósito que persigue el investigador es observar fenómenos, situaciones y eventos.

Se puede identificar mediante la descripción de los procesos y actividades desempeñados en un ambiente empresarial, para posteriormente someterse a un análisis. Esta investigación es descriptiva, dado que se relató cómo ocurre el proceso y en qué condiciones se desarrolla.

### **3.1.4. Población y muestra**

Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones, una muestra es una pequeña porción de algo, representativo de un todo que es usada para llevarla a conocimiento público o para analizarla.

Para determinar el tamaño de la muestra requerida la investigación. Se empleó una metodología por conveniencia el que el investigador decide según su objetivo, los elementos que integran la muestra considerando supuestamente típica de la población que desea conocer. (Canales, 2008)

Se utilizó este método de acuerdo al número de clientes que ingresan al local, cantidad que no dependerá del investigador ni de sus conocimientos, por lo tanto este tomará la muestra que localizó.

Para llevar a cabo el instrumento, se realizó un sondeo por el establecimiento para conocer reservaciones previas por huéspedes internacionales y nacionales y

así poder trabajar con los que más visitas recibe. También fue tomada en cuenta la accesibilidad del recepcionista para la aplicación de instrumentos.

De acuerdo a esta investigación se encontró una población de 120 personas, y un recepcionista tomando una muestra de 55 huéspedes y un recepcionista, la muestra de huéspedes se obtuvo con la fórmula de muestreo. (Ver anexo # 4)

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q}{(N - 1)D + P \cdot Q}$$

Para un total de 56 personas.

### 3.1.5 Técnicas e instrumentos

El presente trabajo tiene como fin conocer los diversos métodos y sus respectivas técnicas e instrumentos que necesita un investigador para medir las variables y así poder recolectar buena información que será necesaria.

Cabe mencionar los diferentes tipos de técnicas y su utilidad de acuerdo a la investigación realizada.

Dentro de las técnicas están:

**Entrevistas.** Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador interroga y el que contesta es el entrevistado. La palabra entrevista deriva del latín que significa "Los que van entre sí". Se trata de una técnica empleada para diversos motivos, investigación, medicina y selección de personal. (Castellano, 2008)

Las entrevistas fue aplicada al recepcionista del Hotel las Praderas con la finalidad de extraer informacion relevante que no puede ser recabada con otros instrumentos y asi darle credibilidad a la investigacion.

**Encuestas.** Según Castellano (2013) Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni

el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla.

**Observación.** (R.Castellano., Manual de funciones , 2008) Acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características.

La encuesta fue aplicada a los huéspedes del Hotel las Praderas con la finalidad de extraer información relevante que no puede ser recabada con otros instrumentos y así darle credibilidad a la investigación, también los investigadores recolectaron información a través de una guía de observación para darle respuesta a las variables de estudio.

### **3.1.6. Procesamiento de la información**

La información recopilada se analizó mediante la triangulación de datos, y fue contrastada con las técnicas de recolección de información además constando con la información obtenida a través de prácticas de profesionalización de dicho hotel logrando de esta manera sintetizar el resultado esperado. El proceso se realizó mediante paquetería de office que permitieron mostrar de manera gráfica información relevante y dar credibilidad de lo redactado en la documentación.

El instrumento de la encuesta está estructurado de la siguiente manera: doce preguntas cerradas, con finalidad de recopilar información exclusiva de cada uno de los huéspedes para llegar a conocer cada una de sus características, y poder brindar un servicio de calidad en el Hotel las Praderas.

### **3.1.7. Variables**

Debido a la necesidad de responder a las preguntas directrices planteadas en el presente estudio, las variables estudiadas fueron perfil del huésped y satisfacción en el proceso de reserva, con sus respectivos instrumentos que se aplicaron para la obtención de datos.

## CAPÍTULO IV

### 4.1 Análisis y discusión de resultados

El Hotel las Praderas es una empresa familiar Turística-Hotelera que ofrece a huéspedes nacionales e internacionales diferentes servicios entre ellos: Alojamiento, Alimentación, Parqueo privado.

#### 4.1.1 El perfil del huésped

##### Características socio demográficas

Por sus características la actividad hotelera se ha convertido en una esfera importante de la economía por ser una fuente de ingresos en divisas que dinamiza otras actividades de la economía nacional, sin embargo, para lograr estos propósitos es preciso un conocimiento pormenorizado de las condiciones y expectativas de los huéspedes, pues el reto más significativo de esta actividad es satisfacer las demandas de los visitantes y elevar los ingresos de los ofertantes.

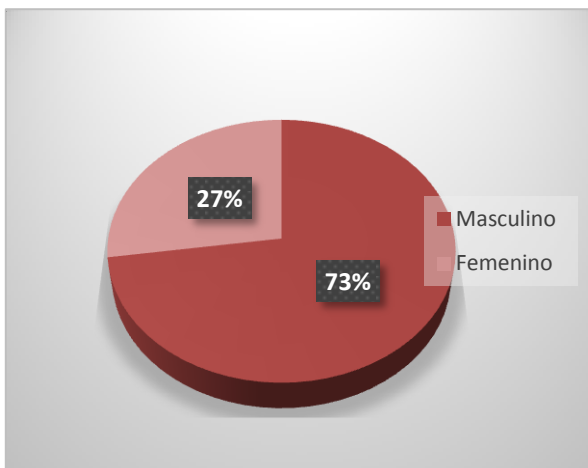


Gráfico 1: Sexo

Fuente: Encuesta al huésped

El sexo del huésped que visita el hotel Las Praderas corresponde al sexo masculino 73% y un 27% representa al sexo femenino.

Según el recepcionista del hotel a través de la entrevista realizada afirma que el sexo predominante es el masculino ya que son ellos los frecuentes de la llegada al hotel por motivos de trabajo reuniones, visita a la ciudad.

Mientras tanto el 27% restante que es la visita femenina es por ocio, trabajo o compañía a sus familiares.

Estos datos se pudieron constatar durante la visita al Hotel Las Praderas, había más presencia de hombres, posiblemente por las características del trabajo realizado en la zona norte. Es decir, desde hace años el departamento de Matagalpa se ha caracterizado por las actividades agrícolas lo que ha permitido una serie de oportunidades laborales en atención a este sector en ventas de insumos, veterinaria en las cuales sigue predominando el sexo masculino.

Todo esto hace relación al concepto de Estrada (2011) en relación a la definición de sexo, puesto que son esos rasgos de diferenciación de las especies mediante un proceso biológico.

Encuesta que se le aplicó al huésped con la pregunta en qué rango de edades se encuentran el huésped del Hotel las Praderas

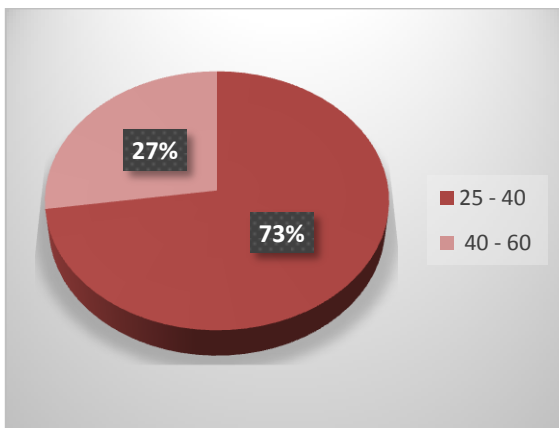


Gráfico 2. Edad

Fuente: Encuestas al huésped

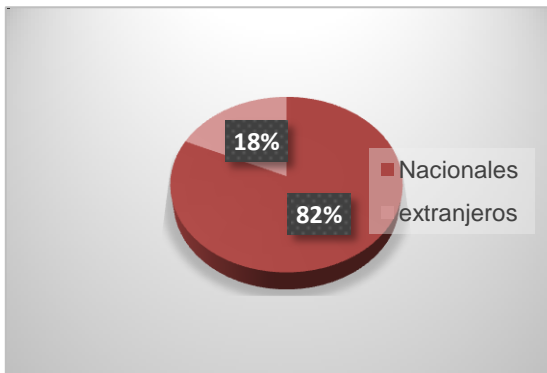
Un 73% de los huéspedes se encuentran en un rango de 25 a 40 años de edad y un 27% se encuentra en el rango de 40 a 60 años de edad.



Según el recepcionista manifiesta que los rangos de edades son los siguientes de los 25 a 40 años y de 40 a 60 años de edad. Coincidiendo con los datos obtenidos a través de la encuesta a los huéspedes.

Según Segura (2014) La edad está referida al tiempo de existencia de alguna persona, o cualquier otro ser animado o inanimado, desde su creación o nacimiento, hasta la actualidad.

Las características del rango de los 40 a 60 años en la caracterización de las generaciones se ubican en la generación X, quienes se caracterizan por estar empleados así mismo pueden convivir equilibradamente entre la tecnología y vida social activa.



*Gráfico 3. Procedencia*

*Fuente: Encuesta al huésped*

Al preguntar la procedencia de los huéspedes un 82% es nacional y un 18% extranjero.

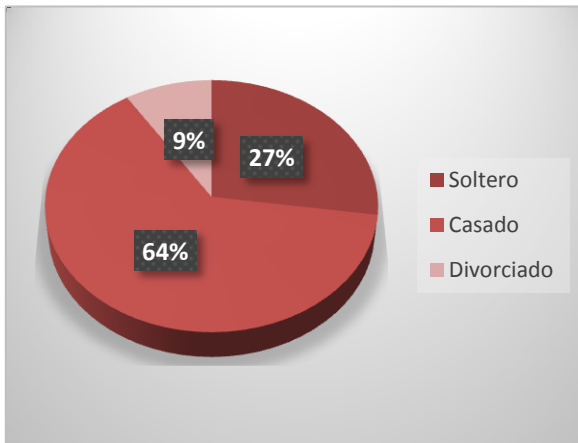
Según el recepcionista confirma que el hotel recibe gran cantidad de huéspedes nacionales, ya que ellos vienen más por trabajos, reuniones y visitar a sus familiares, mientras que extranjeros viene solo por vacacionar y descansar coincidiendo con los datos obtenidos a través de la consulta de los huéspedes.

La presencia de huéspedes nacionales, mayoritariamente de la ciudad de Managua. La capital sigue siendo uno de los principales emisores de huéspedes

a los hoteles del norte del país, pues es en esta ciudad que tiene mayor presencia de la industria farmacéutica e insumos agrícolas.

Estrada (2011) define procedencia al principio, inicio, comienzo y el origen donde nace o se deriva de algo. Punto de partida en cualquier medio de transporte ya sea un avión, barco o bus y aplicado especialmente a una persona. Cuando llega el término de un viaje. Conformidad por el derecho, moral y la razón. (En derecho) justificación legal y oportunidad de una petición o recuerdo.

Es importante mencionar la relación de los resultados de la encuesta con la definición del autor, puesto que lo relaciona al nacimiento pero también al origen de partida del medio de transporte de la persona, esto puesto que el huésped del hotel puede tener como procedencia desde el punto de vista del nacimiento otra ciudad, sin embargo todos los encuestados lo tomaron desde el punto de partida de su transporte es decir desde la ubicación de la empresa.



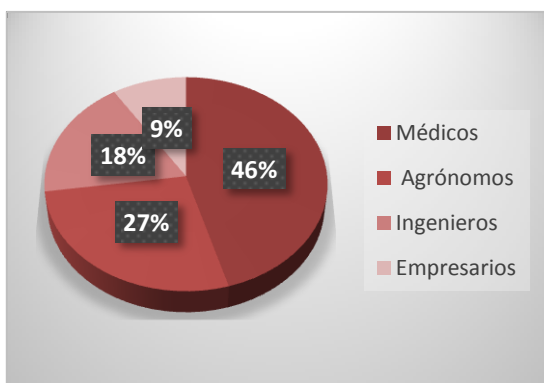
*Gráfico 4. Estado civil*

*Fuente: Encuesta al huésped*

Los huéspedes del Hotel las Praderas representan el 64% personas casadas, en segundo lugar, un 27% las personas solteras y con un 9% divorciadas.

Según el administrador del hotel la mayoría de sus huéspedes son casados, esta información la obtienen a través del formato de reservación que todos los

clientes llenan. Este dato permite contrastar el concepto que el autor denomina estado civil a la situación personal en que se encuentra o no una persona física en relación a otra, con quien se crean lazos jurídicamente reconocidos sin que sea su pariente, constituyendo con ella una institución familiar, y adquiriendo derechos y deberes al respecto (Estrada ,2011).



*Gráfico 5. Ocupación profesional*

*Fuente: Encuesta al huésped*

Las profesiones identificadas a través de la encuesta es el 46% médicos, en segundo, con un 27% agrónomos, 18% los ingenieros, en cuarto lugar con un 9% los empresarios.

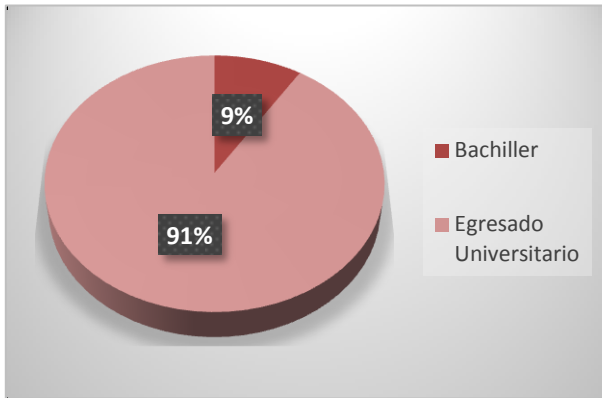
Según el recepcionista la presencia de médicos es notoria puesto que estos se dedican a la visita médica seguido por los huéspedes que atienden el sector agrícola y empresas distribuidoras de material de construcción.

Además personas que de una u otra manera llegan al departamento por negocios o en busca de relaciones comerciales, por ejemplo: café y cacao.

En la definición que Estrada (2011) propone como sinónimo de ocupación es empleo que lo define como el trabajo asalariado al servicio de un empleador o bien la profesión que desempeña en la empresa u organización, por la cual se recibe un sustento y que suele requerir de conocimiento especializados adquiridos siempre a través de educación formal. Cumpliéndose este concepto pues los

cuatro estratos de ocupación de los huéspedes del hotel derivan de un salario por representación de una empresa u organización.

En relación a la pregunta del nivel académico los huéspedes respondieron:



*Gráfico 6. Nivel académico*

*Fuente: Encuesta al huésped*

El 91% son graduados universitarios y 9 son bachilleres, esto en relación a las profesiones de los huéspedes que más visitan el hotel se pudo comprobar la información. Para las empresas, es vital reconocer que para ser realmente competitivas y posicionarse de forma estratégica en su mercado es necesario contar con un buen equipo de ventas, formado profesionalmente a través de carreras universitarias y con competencias y habilidades en atención al cliente y ventas.

Las fases secuenciales del sistema de educación superior que agrupan a los distintos niveles de formación, teniendo en cuenta que se realicen antes o después de haber recibido la primera titulación que acredite al graduado para el desempeño y ejercicio de una ocupación o disciplina determinada. (observatorio legal para la educación, sf ).

En relación a los motivos de viaje los encuestados respondieron:

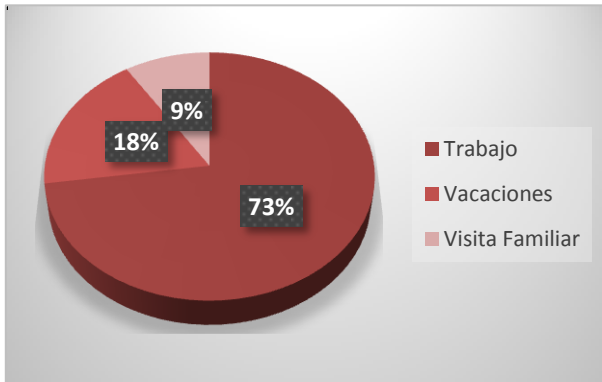


Gráfico 7. Motivo de viaje

Fuente: Encuesta al huésped

El Motivo Principal del viaje de los huéspedes es el trabajo con un 73%, en segundo lugar, son las Vacaciones con un 18%, y en tercer lugar se encuentra el motivo de visita familiar con un 9%.

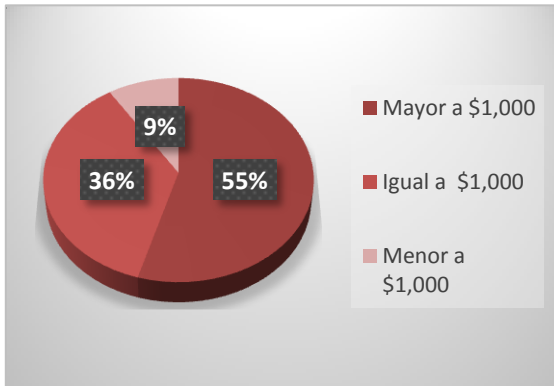
Como se presentó anteriormente el hotel Las praderas está posicionado en el llamado segmento de turistas de negocio.

Según Sulvaràn (2010) En la psicología y filosofía, motivación son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con voluntad e interés.

Esto se cumple desde el punto de vista de Sulvaràn puesto que los huéspedes tienen estímulos para realizar determinadas acciones ejemplo de esto: descanso, ocio, la necesidad de relacionarse con otras personas. Sin embargo por años en turismo se discute las actividades realizadas con remuneración económica no se les consideran turistas, las únicas que se toman en cuenta para denominarse turismo de negocios son: las reuniones, conferencias, exposiciones.

El Motivo de viaje es un elemento indispensable en el proceso de reservación ya que este permite conocer de manera directa cuales son las necesidades principales por las cuales el huésped quiere hacer uso de los

servicios ofrecidos por la empresa turística y así poder satisfacer dichas necesidades y demandas de una manera ágil y eficaz



*Gráfico 8. Ingresos*

*Fuente: Encuesta al huésped*

Primer lugar se encuentra el rango mayor a 1,000 dólares con un 55%, en segundo lugar el rango igual a 1,000 dólares con un 36%, y en tercer lugar el rango menor a 1,000 dólares con un 9%.

En relación a la ocupación de los huéspedes del hotel referían mayormente médicos, agrónomos cuyo cargo laboral posee requerimientos profesionales, conocimientos académicos y una preparación completa de especialización en el área, por ende el pago se ubica en las partes superiores de la escala de salario en nuestro país. Además la localización geográfica que posee Matagalpa como destino de trabajo influye grandemente en la escala salarial. Es decir, el pago es beneficioso para el trabajador porque la zona de trabajo es lejana o hasta riesgosa, esto implica una gran cantidad de horas de desplazamiento.

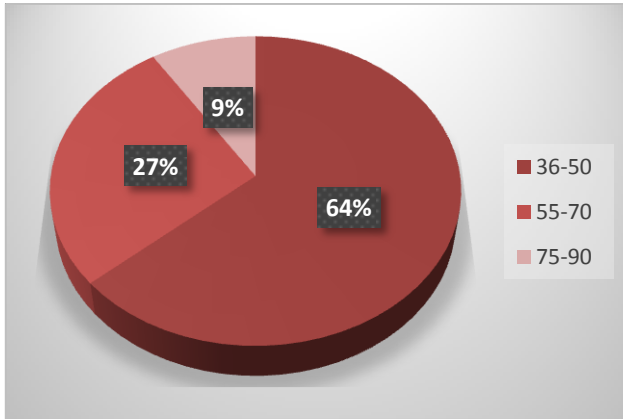


Gráfico 9. Gastos

Fuente: Encuesta al huésped

El gasto promedio por huésped es de 36 a 50 dólares con un 64%, en segundo lugar el rango de 55 a 70 dólares con un 27%, y en tercer lugar el rango de 75 a 90 dólares con un 9%.

Las tarifas de hospedaje del hotel oscilan entre 35 y 60 dólares por noche, esto significa que el hotel está en el rango de gasto asignado por algunas empresas.

Gasto es la acción de gastar (emplear el dinero en algo, deteriorar con el uso). En un sentido económico, se conoce como gasto a la cantidad que se gasta o se ha gastado. El gasto es un concepto de utilidad tanto para las familias como para las empresas o para el gobierno (Perez & Merin, 2009).

#### 4.1.2 Descripción del proceso de reservación del hotel Las Praderas.

A través de la entrevista con el recepcionista del hotel sobre el proceso de la reservación que realizan en el hotel, permitió elaborar el siguiente esquema.

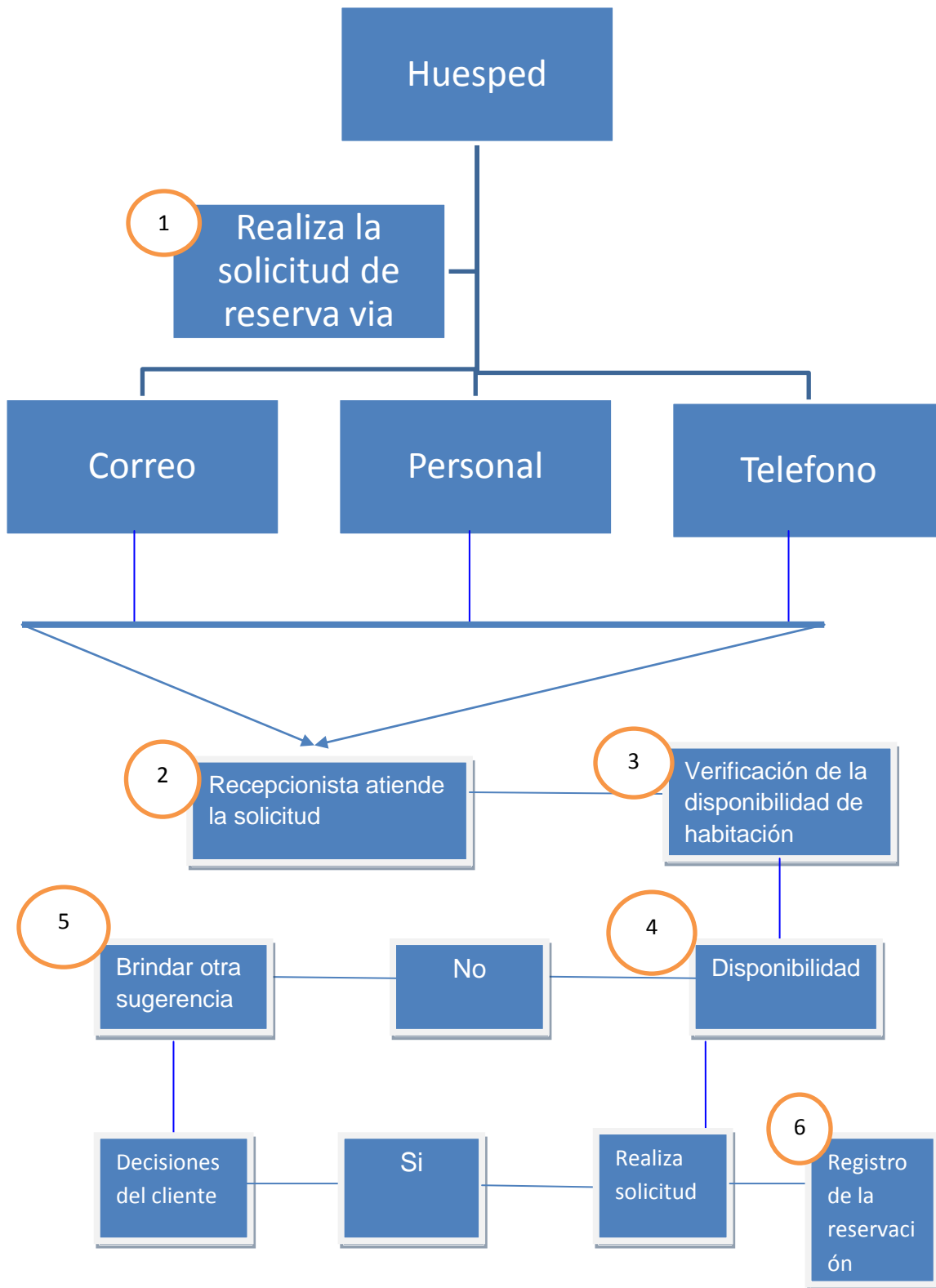


Figura 1. Descripción del proceso de reservación

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a recepcionista



En primer lugar, el huésped hace su solicitud de reserva tomando en cuenta que el hotel ofrece tres opciones para realizar la reserva por medio de correo, personal o vía telefónica, para después ser atendido por el recepcionista y así poder brindar ayuda verificando la disponibilidad del servicio, si hay disponibilidad del servicio el recepcionista realiza la solicitud y registro de reservación. Si no hay disponibilidad se le brinda otra sugerencia al huésped, esperando la decisión del cliente y si es positiva se procede a la solicitud y al registro de reservación.

Cabe mencionar que la opción del proceso de reserva que más se utiliza es la vía telefónica ya que los huéspedes habituales solo llaman para confirmar, seguido de la opción personal cuando se acercan al Hotel las Praderas y solicitan el servicio de alojamiento y en menor cantidad por correo ya que el que usa más esta vía es el extranjero.

### Tipos de reservación

Se muestra el proceso de reserva vía automatizada del que hace uso el Hotel las Praderas

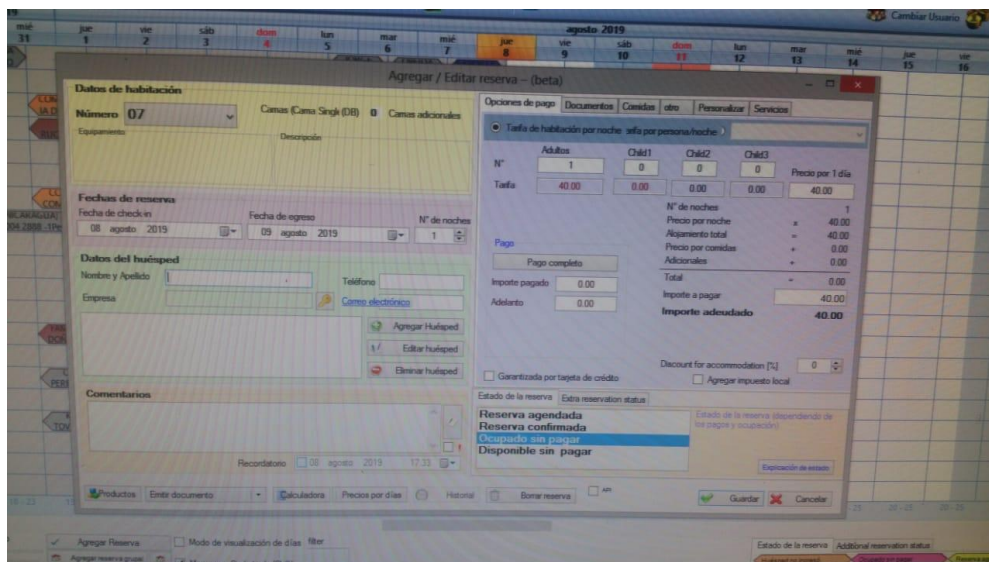


Figura 2: Descripción de tipos de reserva

Fuente: formato de reserva del hotel

Este es el formato que se utiliza a la hora de recibir al huésped, en el cual se detalla la información personal, cantidad de personas que harán uso de las habitaciones, y el pago correspondiente del servicio solicitado.

Hotel las Praderas únicamente cuenta con el tipo de reservas automatizadas, ya que esto le permite ofrecer un servicio ágil sencillo y eficaz a los huéspedes que visitan el hotel, no se hace uso de reserva vía manual debido a que es un proceso más lento y poco confiable para lograr el desarrollo del Hotel las Praderas.

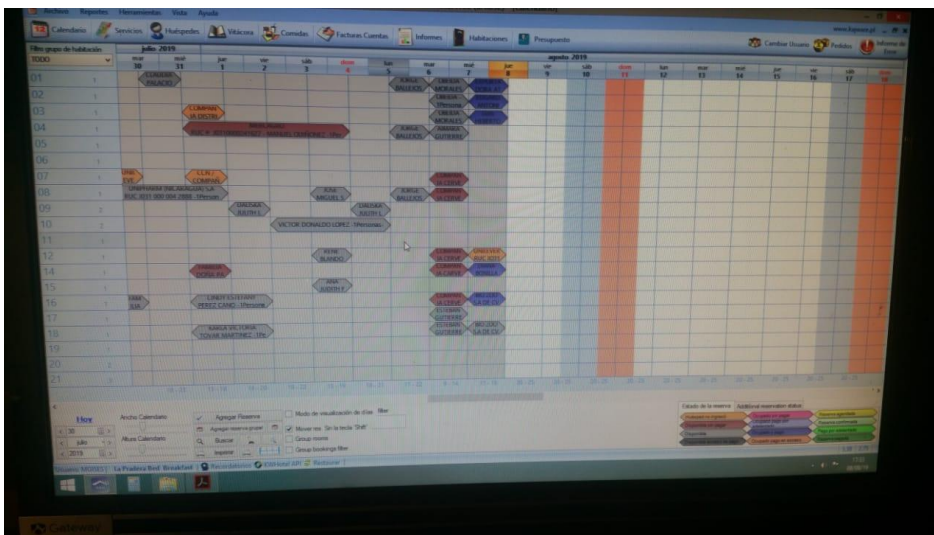


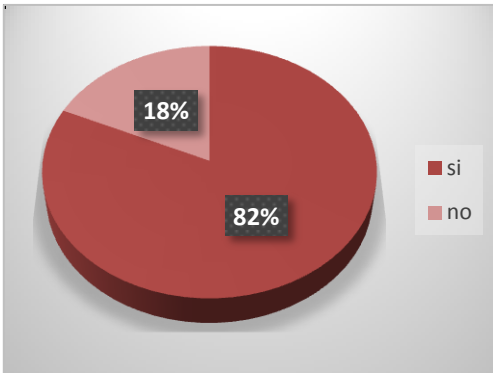
Figura 3. Control de disponibilidad de habitaciones

Fuente: imagen obtenida por el hotel

Hotel las Praderas tiene control de sus habitaciones de quienes entran y quienes salen y de las habitaciones disponibles, cabe mencionar que es una manera fácil y segura de cómo llevar el control del hotel sin presentar ningún problema.

#### 4.2 Percepción de los huéspedes del proceso de reservación del hotel.

Datos de la encuesta que se aplicaron al huésped del Hotel las Praderas al momento de realizar su reserva vía correo se le brinda toda la información necesaria.



*Gráfico 10. Vía por correo*

*Fuente: Encuesta al huésped*

Se obtuvieron los siguientes resultados como en primer lugar con un 82% donde los clientes afirman que a través del correo brinda toda la información necesaria siguiendo con un 18% donde los clientes dicen que no brinda la información necesaria.

Como sucede en casi toda empresa de servicios, un hotel debe intentar buscar la excelencia en la atención al cliente. Esto es así porque el principal activo que posee una empresa hotelera es su reputación (Facchin, 2018).

Información recolectada de la encuesta que se aplicaron al huésped del Hotel las Praderas considera que el servicio al huésped brindado por el Hotel las Praderas es bueno.

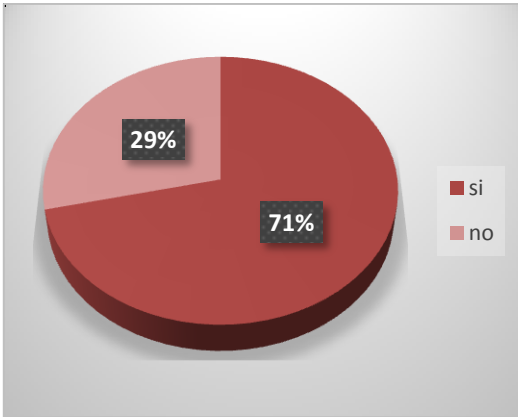


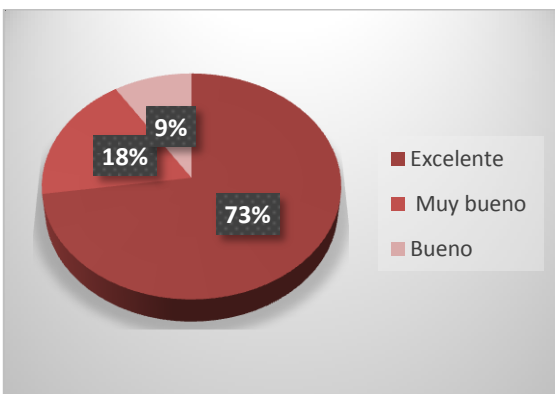
Gráfico 11. Vía personal

Fuente: Encuesta al huésped

Los clientes respondieron de la siguiente manera un 71% considero que si era buen servicio ya que cumplía con todos los requisitos y que cumplía todos los elementos que tiene que tener un recepcionista recalcando que tenía una voz clara y un 29% dijo que no era buen servicio.

Es de gran interés para todos los pequeños y micro empresarios que desean sobresalir ante la competencia que en la actualidad es muy agresiva (Profit Ltda, 2019).

Datos proporcionados de la encuesta que se aplicaron al huésped del Hotel las Praderas cómo considera la atención del cliente al momento de realizar su reserva vía teléfono



*Grafico 12. Reserva vía teléfono*

*Fuente: Encuesta al huésped*

Se obtuvieron los siguientes resultados como primer lugar dando un 73% excelente donde se cumplió todos los elementos necesarios que brinda un recepcionista, y en segundo lugar un 18% muy bueno, siguiéndole un tercer lugar con un 9% bueno.

Según Empresa Call Center (2018) existen diversos factores que se deben tener en cuenta al momento de prestar un servicio de atención al cliente Entre ellos se encuentran: Saludo corporativo. Volumen de voz.

## **CAPÍTULO V**

### **5.1. Conclusiones**

En base al presente estudio efectuado sobre Perfil del turista y la satisfacción en el proceso de reserva en el Hotel las praderas del municipio de Matagalpa en el I semestre del 2019 se llegaron a las siguientes conclusiones:

1. Las características del huésped del hotel Las Praderas son: predomina el sexo masculino, entre los 25 y 40 años de edad, mayormente nacionales, casados, de profesión médicos, el principal motivo del viaje es trabajo, \$1000 de ingresos.
2. Se describió el proceso de reservación del Hotel Las Praderas el cual está formado de la siguiente manera: el cliente solicita la reserva usando una de tres modalidades por teléfono, vía correo y personal. El agente acoge la solicitud, revisa disponibilidad, registra la reserva, confirma la reserva.
3. Los huéspedes manifestaron que el nivel de satisfacción que tienen del proceso de reserva es satisfactorio.

## 5.2 Recomendaciones

Debido a que en la actualidad los constantes avances y progresos en las empresas turísticas es de gran importancia para mantenerse siempre en competencia y con mira de un futuro y un mejor posicionamiento se propone las siguientes recomendaciones, a la gerencia del Hotel las Praderas.

- El Hotel las Praderas tiene que realizar con más frecuencia el proceso de determinar las características socio demográficas de cada uno de los huéspedes ya que no siempre serán las mismas y pueden haber aspectos que no se estén tomando en cuenta y sean de gran importancia para el servicio que se les brinde.

- En el proceso de recepción no se observó ninguna deficiencia pero si es necesario que el sistema de reserva este siendo monitoreado y actualizado en periodos de tiempo más corto con el fin de brindarle siempre al cliente un proceso fácil y rápido al momento de la reserva e ingreso al hotel ya que la recepción es el primer contacto que tiene el cliente con la empresa hotelera.

- Es de suma importancia que siempre se esté realizando un análisis del nivel de satisfacción de los huéspedes en el proceso de reserva debido a que no se puede enfocar en un solo elemento ya que la satisfacción es muy amplia y comprende muchos aspectos de suma importancia que no pueden pasar de apercibido. por qué se puede caer en ambigüedad y se tiene que estar consciente que puede ser un motivo de esmero y dedicación por la empresa hotelera para seguir posicionándose en un mejor lugar y estar siempre en la competitividad de este ámbito.

### 5.3 Bibliografía

- 2011-2019 Venemedia Comunicaciones. (s.f.). *conceptodefinicion.de*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://conceptosdefinicion.de/calidad/>
- 2017 Marketing-fri.com:. (s.f.). *Marketing-fri.com:*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://www.marketing-fri.com/producto/definicion-producto.html>
- Alfaro, G. A. (2018). *Analisis de la Normativa y de los acuerdos de intercambio de informacion en materia tributaria* . Costa Rica: Tesis de La universidad de Costa Rica sede de occidente.
- Arguello, L. (5 de 5 de 1998). *biblioteca.uam.edu.ni*. Recuperado el 5 de 5 de 2019, de [http://www.google.com.ni/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjY\\_LG7\\_57kAhWkrFkKHa6GDU8QFjAAegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Fbiblioteca.uam.edu.ni%2Fxmlui%2Fbitstream%2Fhandle%2F721007%2F1265%2F00100026.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVa](http://www.google.com.ni/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjY_LG7_57kAhWkrFkKHa6GDU8QFjAAegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Fbiblioteca.uam.edu.ni%2Fxmlui%2Fbitstream%2Fhandle%2F721007%2F1265%2F00100026.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVa)
- Báez Casillas, ,. S. (1996). *Hoteleria. México: Continental,S.A De C.V.* Recuperado el 12 de febrero de 2019, de Hoteleria. México: Continental,S.A De C.V.
- Benavidez Toruño Morales Portillo Ponce Laguna. (2016). *Impacto de la Recaudación del impuesto municipal* . Somoto , Esteli: UNAN Estelí.
- Canales, F. (2008). Tipos de Poblacion . mexico.
- carrera, g., & Carrera,Gaibor,piedrahita, w. (2010). *Perfil Socioeconomico del contribuyente de Guayaquil*. Ecuador.
- Claros, M. (9 de 4 de 2015). *vacaciones-españa.es*. Recuperado el 5 de 5 de 2019, de <https://www.vacaciones-espana.es/rentalbuzz/un-buen-perfil-de-huesped-puede-transformar-su-negocio-de-alquiler-vacacional>
- Cruz. (18 de febrero de 2012). *Aprendiendo Hoteleria al 100%*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://aprendiendohoteleriaal100.blogspot.com/2012/02/procesos-de-reserva.html>
- Cruz, D. (18 de febrero de 2012). *Aprendiendo Hoteleria al 100 %*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://aprendiendohoteleriaal100.blogspot.com/2012/02/procesos-de-reserva.html>
- de concepto.com Copyright. (s.f.). *de concepto.com*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/edad>



De conceptos.com Copyright. (s.f.). *De conceptos.com*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://www.deconceptos.com/ciencias-juridicas/estado-civil>

de conceptos.com copyrigh. (s.f.). *de conceptos.com*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://deconceptos.com/ciencia-naturales/procedencia>

Deficion ABC . (s.f.). *Deficion ABC*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://www.definiconabc.com/social/ocupacion.php>

Definicion ABC. (s.f.). *definicion ABC*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://www.definicionabc.com/economia7ingresos.pht>

Definicion ABC. (s.f.). *Definicion ABC*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>

Definicion ABC. (s.f.). *Definicion ABC*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://www.definicionabc/tecnologia/funcionamiento.php>

Educacion, C. f. (agosto de 2011). *Instituto Nacional de Educacion Tegnologica*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de [http://www.inet.edu.ar/wp-content/uploads/2013/05/149-11\\_16.pdf](http://www.inet.edu.ar/wp-content/uploads/2013/05/149-11_16.pdf)

Empresa Call Center. (2018). *Soft EVOLUTION*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://www.empresacallcenter.com/2018/02/16/importancia-atencion-al-cliente/>

Espinoza, Darling Sarahí Matamoros Tenorio Maria Jose. (2018). *Tributos en las empresas del Departamento de Matagalpa en el periodo 2016*. Matagalpa: UNAN Managua.

Estrada. (12 de 6 de 2015). *definicion.xyz*. Recuperado el 10 de 5 de 2019, de <https://www.google.com.ni/search?source=hp&ei=bwpjXdO8GOyn5wKViavYBg&q=el+t%C3%A9rmino+socio+demogr%C3%A1fico+se+refiere+a+un+grupo+definido+por+sus+caracter%C3%ADsticas+sociol%C3%B3gicas+y+demogr%C3%A1ficas%2C+estos+grupos+se+utilizan+para+los+an%C3%A1li>

Estrada, A. (4 de 09 de 2011). *conceptodefinicion.de*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://conceptodefinicion.de/servicio/>

Facchin, J. (2018). *Blog José Facchin*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://josefacchin.com/como-mejorar-la-calidad-del-servicio-al-cliente-en-nuestro-hotel/>

Garcia. (2014). *es.slideshare.net*. Recuperado el 5 de 5 de 2019, de <https://es.slideshare.net/heribertogarciazamora/aspectos-economicos-29540381>

Garcia Tercero, Roa Rios . (2016). *Tributación*. Managua, Nicaragua: UNAN , MANAGUA.

Garcia, E., & Diaz, M. (5 de 11 de 2015). Recuperado el 5 de 5 de 2019, de repositorio unan: [https://www.google.com.ni/search?q=D%C3%ADaz+%26+Garc%C3%ADa+\(2015\)+en+su+t](https://www.google.com.ni/search?q=D%C3%ADaz+%26+Garc%C3%ADa+(2015)+en+su+t)

esis+Evaluaci%C3%B3n+del+Proceso+de+Reservaciones,+para+su+automatizaci%C3%B3n  
+en+el+Hotel+y+Restaurante+de+Monta%C3%B1a+Selva+Negra,+municipio+de+Matagalpa,+primer+semestre+2015;+

García, E., & Díaz, M. (2015). Recuperado el 5 de 2019

García, Z. D. (9 de 05 de 2013). *Slideshares*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://es.slideshare.net/herivertogarciazamora/aspectos-economicos-29540381>

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. M. (2010). *Metodología de la Investigación, Quinta edición*. México: McGrawHill.

Hoteleros, S. (15 de Noviembre de 2008). *Manual recepcionista de Hotel*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://blogsdelagente.com/servicioshoteleros/2008/11/15/manual-recepcionista-hotel/>

Jiménez Arguello, L. (junio de 1998). *UNIVERSIDAD AMERICANA*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de UNIVERSIDAD AMERICANA:  
<http://biblioteca.uam.edu.ni/xmlui/bitstream/handle/721007/1265/00100026.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, C., Torrez, E., & Zavala, T. (5 de 12 de 2014). *repositorio unan*. Recuperado el 12 de 5 de 2019, de  
[http://www.google.com.ni/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjG492rj5\\_kAhUjrlkKHetsAK8QFjABegQIARAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.unan.edu.ni%2F1039%2F1%2F35035.pdf&usg=AOvVaw1mjzZUIp9M71uNNBhkpnNo](http://www.google.com.ni/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjG492rj5_kAhUjrlkKHetsAK8QFjABegQIARAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.unan.edu.ni%2F1039%2F1%2F35035.pdf&usg=AOvVaw1mjzZUIp9M71uNNBhkpnNo)

Marca, s. m. (11 de 1 de 2011). *soymimarca.com*. Recuperado el 10 de 5 de 2019, de  
<https://www.soyimarca.com/tag/motivacion-son-los-estimulos-que-mueven-a-la-persona-a-realizar-determinadas-acciones-y-persistir-en-ellas-para-su-culminacion/>

Martínez, B. D. (2012). *los canales de distribución en el sector turístico*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de  
<http://books.google.com.ni/books?id=gJyYjaXT01cC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Medina, P. (15 de junio de 2007). *Reserva de una habitación*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://www.Maixmail.com7curso-recepcionista-hotel-reserva-habitacion-1>

Navarro Ureña, A. (2009). *Recepción hotelera y atención al cliente*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de  
[http://books.google.com.ni/books?id=1Wm4T1K9ByEC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ni/books?id=1Wm4T1K9ByEC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Niumba de tripadvisor. (2015). *sección de ayuda*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de  
<http://ayuda.niumba.com/articles/FAQ/Que-es-una-solicitud-de-reservas>

observatorio legal para la educacion . (s.f.). *graduados colombia*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://www.guadadoscolombia.edu.co/html/1732/article-144586.html>

Observatorio legal para la educacion s.f. (s.f.). *graduadoscolombia.edo.co*. Recuperado el 10 de 5 de 2019, de [https://www.google.com.ni/search?source=hp&ei=3hdjXf\\_cOc3s5gLP94HoDg&q=Las+fases+secuenciales+del+sistema+de+educaci%C3%B3n+superior+que+agrupan+a+los+distintos+niveles+de+formaci%C3%B3n%2C+teniendo+en+cuenta+que+se+realicen+antes+o+despu%C3%A9s+de+haber+](https://www.google.com.ni/search?source=hp&ei=3hdjXf_cOc3s5gLP94HoDg&q=Las+fases+secuenciales+del+sistema+de+educaci%C3%B3n+superior+que+agrupan+a+los+distintos+niveles+de+formaci%C3%B3n%2C+teniendo+en+cuenta+que+se+realicen+antes+o+despu%C3%A9s+de+haber+)

Pérez, J., & Merin, M. (22 de 9 de 2009). *definiciones.D*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://definicion.d/gasto/>

Pérez, J., & Merino, M. (5 de 5 de 2012). *definicion.de*. Recuperado el 05 de 05 de 2019, de <https://www.google.com.ni/search?ei=GAZjXeaOIK-p5wLJuLcQ&q=Con+origen+en+el+lat%C3%ADn+hopes%2C+la+palabra+hu%C3%A9sped+describe+al+individuo+que+se+encuentra+alojado+u+hospedado+en+un+hogar+ajeno+o+en+la+habitaci%C3%B3n+de+un+hotel+%28Perez+%26+Merino%2C>

Pérez, J., & Merino, M. (12 de junio de 2012). *Definicion.de*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://definicion.de/huesped/>

Pérez, J., & Merino, M. (2013). *definicion.de*. Recuperado el 5 de 5 de 2019, de <https://definicion.de/gasto/>

Profit Ltda. (2019). *gestiopolis*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/>

R.Castellano. (2008). *Manual de funciones* . mexico.

R.Castellano. (2013). *Manual de funciones*.

Revolorio, P. J. (2015). *Analisis de los regimenes del impuesto sobre la renta,sobre actividades lucrativas*. Coban, Guatemala: Tesis de la universidad de san carlos de Guatemala.

Rodil, J., & Navarro, J. (15 de 4 de 2016). *biblioteca.etb.edu.co*. Recuperado el 5 de 5 de 2019, de [https://www.google.com.ni/search?hl=es&source=hp&ei=R\\_tixcrpC4ex5wK2yYvoDg&q=Rodil+%26+Navarro+%282016%29+en+su+investigaci%C3%B3n++an%C3%A1lisis+del+sector+hotelero+y+del+perfil+de+consumidores++analiz%C3%B3+el+destino+tur%C3%ADstico+de+las+Islas+del+Ros](https://www.google.com.ni/search?hl=es&source=hp&ei=R_tixcrpC4ex5wK2yYvoDg&q=Rodil+%26+Navarro+%282016%29+en+su+investigaci%C3%B3n++an%C3%A1lisis+del+sector+hotelero+y+del+perfil+de+consumidores++analiz%C3%B3+el+destino+tur%C3%ADstico+de+las+Islas+del+Ros)

Ruiz Ruiz Oliva Jocson . (2016). *Impuesto Sobre la renta IR* . Matagalpa, Nicaragua: UNAN FAREM Matagalpa .

Sánchez, D. L. (2018). *Tributos en las empresas del departamento de Matagalpa en el periodo 2016*. Matagalpa: UNAN Managua.

- Segura, M. (1 de 05 de 2014). *definicion.de*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://definicion.de/atencion/>
- Sirias, Maria raquel Estrada Santana Tania Aniceta Garcia. (2007). *Recursos Tributarios en Nicaragua*. León: UNAN León.
- Solano Ocampo, M. (Octubre de 2007). *desarrollo de un sistema para automatizar los procesos de reserva y facturacion de un hotel*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1033/1/cd-1480%282008-05-26-02-38-25%29.pdf>
- Sulvaràn, E. (11 de (2010). *Monografias.com*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://www.monografias.com/trabajos84/motivacion-turista/motivacion-turista.shtml>
- Thompson, I. (Julio de 2006). *La Satisfacción del Cliente*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion\\_del\\_Cliente.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf)
- Valcarcel, E. S. (14 de 11 de 2008). *monografias.com*. Recuperado el 5 de 05 de 2019, de <https://www.monografias.com/trabajos66/perfil-economico-turista/perfil-economico-turista.shtml>
- Venemedia comunicaciones . (s.f.). *concepto definiciones*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://conceptosdefinicion.de/competencia/>
- venemedia comunicaciones C.A . (s.f.). *definiciones xyz*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <https://www.definicion.xyz/2018/02/analisis-socio-demografico.html>
- Vera B, J. (6 de Mayo de 2012). *proceso de check in* . Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://alexandravera75.blogspot.com/2012/05/proceso-de-check-in.html>

# AneXos

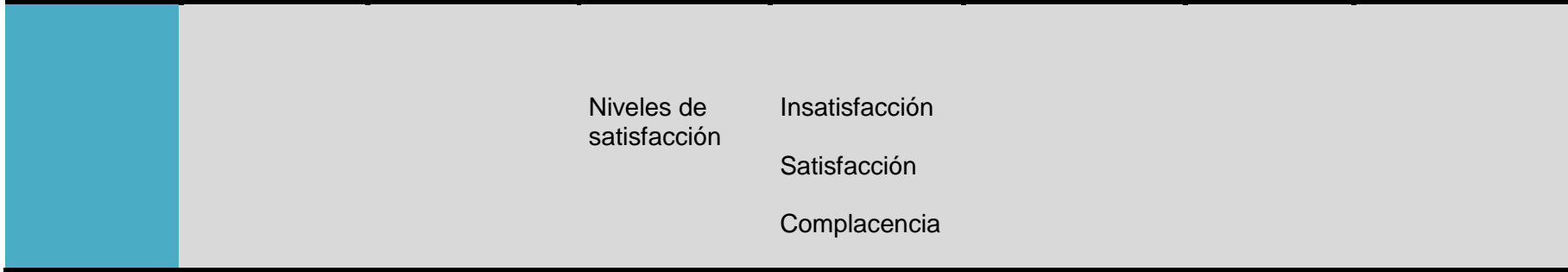


	Motivo de Viaje	Trabajo Vacaciones Visita Familiar	¿Cuál es el Motivo Principal del viaje para los visitantes del Hotel?	Entrevista y encuesta	Huésped
Aspecto económico	Ingresos	>\$1,000 = \$1,000 < \$1,000	¿Cuál es el rango de ingresos que usted percibe?	Entrevista y encuesta	Huésped
	Gastos por día	36-50 55-70 75-90	¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por un servicio de hotel?	Entrevista	Huésped
Proceso de reservación	Descripción del proceso				
	Solicitud de la reserva				
	Manejo de solicitudes de la reserva				
	Actores				
	Funciones de los actores				

<p>Satisfacción del cliente del proceso de reservación</p>	<p>Turnos recepcionistas</p> <p>Registro de reserva</p> <p>Modalidades de la reservación</p> <p>Formato de reserva para el control de estadía</p> <p>Tipos de reservación</p>	<p>¿Al momento de realizar su reserva vía correo se le brindo toda la información</p>	<p>Entrevista</p>	<p>Huésped</p>
--	---	---	-------------------	----------------



		necesaria?		
	Elementos de la reserva vía teléfono	¿Cómo considera la atención del cliente momento de realizar su reserva vía teléfono?	entrevista	Huésped
	Elementos de la reserva vía persona	¿Considera que el servicio al cliente brindado por el hotel es bueno?	entrevista	Huésped
	Elementos de la satisfacción del cliente	Características de la satisfacción		



Anexo 2



FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALAPA

UNAN-FAREM MATAGALPA

Guía de Observación del Hotel Las Praderas

En cuanto a las observaciones que realizamos en el Hotel Las Praderas, se observó lo siguiente:

- La llegada del huésped ( la primera relación entre huésped y recepcionista )
- El proceso de reserva del huésped.
- La atención al huésped ( durante las tres vías personal, correo, telefónico)
- La rapidez y agilidad al proceso de reserva que le brinda el recepcionista al huésped.
- La reacción del huésped mientras realizo el proceso de reserva.
- El tiempo de duración del proceso de la reserva.
- La reacción del huésped cuando no hubo disponibilidad de la habitación solicitada y el recepcionista brinda otra sugerencia.
- La duración del tiempo que el huésped tomo decisión de otra sugerencia brindada por el recepcionista (5 minutos)

Para finalizar con las observaciones, cabe mencionar que los investigadores solo investigaron la primera fase que es el proceso de reservación. Que consiste desde la primera relación entre el huésped y el recepcionista y finaliza con la reservación confirmada, ya que existen varios tipos de fase entre ellos el ama de llaves, la limpieza, la seguridad, el área de cocina entre otros.

Se pudo observar también que el hotel cumple con todo los requisitos que tiene que tener un recepcionista desde su voz hasta la amabilidad para brindar un servicio, ya que es de suma importancia para que el huésped se sienta cómodo y tenga la confianza para poder solicitar su reserva.

Esta observación fue de gran ayuda para los investigadores, ya que permitió tener una visión más amplia al momento de abarcar la variable satisfacción del cliente.



## FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA

### UNAN-FAREM MATAGALPA

#### Encuesta dirigida a huéspedes

Somos estudiantes de la carrera Turismo Sostenible y estamos realizando un estudio sobre: El Perfil del huésped y la satisfacción del proceso de reservaciones en el Hotel las Praderas del municipio de Matagalpa, durante el II semestre 2018. Por lo que solicitamos su colaboración llenando la encuesta.

Marque con una X.

Sexo: Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

2 ¿En qué rango de edades se encuentran los visitantes?

25 - 40 \_\_\_\_\_ 40-60 \_\_\_\_\_

3 ¿Cuál es el lugar de procedencia del visitante?

Nacionales \_\_\_\_\_ extranjeros \_\_\_\_\_

4 ¿Cuál es el estado civil de los visitantes del hotel?

Soltero \_\_\_\_\_ Casado \_\_\_\_\_ Divorciado \_\_\_\_\_

5 ¿Cuál es la ocupación profesional de los visitantes del hotel?

Médicos \_\_\_\_\_ Agrónomos \_\_\_\_\_ Ingenieros \_\_\_\_\_ Empresarios \_\_\_\_\_

6 ¿Cuál es el nivel académico que poseen los visitantes del hotel?

Bachiller \_\_\_\_\_ Egresado Universitario \_\_\_\_\_

7 ¿Cuál es el Motivo Principal del viaje para los visitantes del Hotel?

Trabajo \_\_\_\_\_ Vacaciones \_\_\_\_\_ Visita Familiar \_\_\_\_\_

8 ¿Cuál es el rango de ingresos que usted percibe?

Mayor a \$1,000 \_\_\_\_\_ Igual a \$1,000 \_\_\_\_\_ Menor a \$1,000  
\_\_\_\_\_

9 ¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por un servicio de hotel?

36-50 \_\_\_\_\_ 55-70 \_\_\_\_\_ 75-90 \_\_\_\_\_

10 ¿Al momento de realizar su reserva vía correo se le brindo toda la información necesaria?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

11 ¿Considera que el servicio al cliente brindado por el hotel es bueno?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

12 ¿Cómo considera la atención del cliente al momento de realizar su reserva vía teléfono?

Excelente \_\_\_\_\_ Muy bueno \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

## FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA

### UNAN-FAREM MATAGALPA

#### Entrevista Dirigida al recepcionista

Somos estudiantes de la carrera Turismo Sostenible y estamos realizando un estudio sobre: El Perfil del huésped y la satisfacción del proceso de reservaciones en el Hotel las Praderas del municipio de Matagalpa, durante el II semestre 2018. Por lo que agradecemos su colaboración.

Marque con una X.

- I. Características socio demográfica del huésped
  1. ¿De qué sexo son las personas que visitan el hotel?
  2. ¿En qué rango de edades se encuentran los visitantes?
  3. ¿Cuál es el lugar de procedencia del visitante?
  4. ¿Cuál es el estado civil de los visitantes del hotel?
  5. ¿Cuál es la ocupación profesional de los visitantes del hotel?
  6. ¿Cuál es el nivel académico que poseen los visitantes del hotel?
  7. ¿Cuál es el Motivo Principal del viaje para los visitantes del Hotel?
- II. Proceso de reservación del hotel
  8. ¿Cuáles son los pasos que conllevan el proceso de reservación en el hotel?

## Anexo 5



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA

UNAN-FAREM MATAGALPA

Fórmula para el cálculo de la Muestra

$$n = N * P * Q$$

Donde  $p = 0.5$  y  $q = 0.5$

$N = 120$  (Universo)

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q}{(N - 1)D + P \cdot Q}$$

$$D = \frac{(B)^2}{4}$$

$$D = \frac{(0.1)^2}{4}$$

$$D = 0.0025$$

$$n = \frac{120 * 0.5 * 0.5}{(119)(0.0025) + 0.25}$$

$$n = \frac{30}{0.5475}$$

$$n \cong 55$$