

Estudio de las competencias blandas que ayudan a fortalecer la prestación del servicio al cliente del recepcionista de los hoteles de 3, y 4 estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a COTELCO

Ana Yerli Urbina Verdugo Villareal

Luis Alejandro Torres Roberto

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Gestión Empresarial

Director

Luz Helena Villamizar Cáceres

Especialista en Protección Vegetal

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Programa de Gestión Empresarial

Bucaramanga

2020

Dedicatoria

La presente tesis, que se obtiene como resultado de un trabajo de investigación, la dedicamos principalmente a nuestros padres que siempre nos apoyaron en esta trayectoria universitaria, igualmente a cada una de las personas que hicieron parte del logro de este proceso académico.

Agradecimientos

Principalmente agradecemos a nuestro padre celestial por el entendimiento, la fortaleza y la fe, que permitieron hacer realidad este proyecto.

A nuestros padres por su apoyo incondicional, a la Universidad Industrial de Santander. el instituto IPRED y todo su equipo de trabajo , especialmente a la Ingeniera Margarita Villanueva por toda la gestión, a nuestra directora la Profesora Luz Helena Villamizar por su acompañamiento y apoyo, de igual forma a cada uno de los tutores que sembraron esa esa semilla de conocimiento, a los orientadores y a nuestros compañeros de estudio.

Agradecemos a cotelco por facilitarnos la información para realizar esta investigación, a los hoteles de 3 y 4 estrellas de Bucaramanga que nos colaboraron con la información.

Contenido

	Pág.
Introducción	21
1. Marco Teórico.....	22
1.1 Competencias blandas.....	23
1.1.1 Definición.	23
1.1.2 Competencias Blandas y su impacto en el trabajador.....	25
1.2 Competencias en el sector servicio	26
1.2.1 Individuales.....	26
1.2.1.1 Proactividad.	26
1.2.1.2 Disposición al aprendizaje.	26
1.2.1.3 Capacidad de decisión.....	27
1.2.1.4 Capacidad de control.....	27
1.2.1.5 Capacidad de adaptación al cambio.....	27
1.2.1.6 Creatividad en la solución de problemas.	27
1.2.1.7 Tolerancia.	27
1.2.1.8 Empatía.	28
1.2.1.9 Humildad.....	28
1.2.1.10 Imparcialidad.	28
1.2.1.11 Autonomía.....	28

1.2.1.12 Orden.....	29
1.2.1.13 Disciplina.....	29
1.2.1.14 Escuchar activamente.....	29
1.2.1.15 Capacidad de analizar.....	29
1.2.1.16 Confianza en sí mismo.....	30
1.2.1.17 Capacidad de automotivarse.....	30
1.2.1.18 Resiliencia.....	30
1.2.2 Sociales.....	30
1.2.2.1 Trabajo en Equipo.....	30
1.2.2.2 Capacidad de cooperación.....	31
1.2.2.3 Capacidad de liderazgo.....	31
1.2.2.4 Actitud solidaria.....	31
1.2.2.5 Respeto.....	31
1.2.2.6 Responsabilidad.....	31
1.2.2.7 Manejo de conflictos.....	32
1.2.2.8 Capacidad para comunicarse.....	32
1.3 El hotel y su estructura del servicio al cliente.....	32
1.3.1 Recepcionista.....	33
1.3.1.1 Funciones.....	33
1.3.2 Problemas y necesidades del sector hotelero en servicio al cliente.....	34
1.3.3 Estrategias o modelos de fortalecimiento de las competencias blandas.....	36
2. Antecedentes.....	36
3. Objetivos.....	39

3.1 Objetivo general.....	39
3.2 Objetivos específicos	39
4. Metodología de la investigación	40
4.1 Población a estudiar	43
4.2 Cálculo de la muestra.....	44
4.3 Prueba TMMS-24	45
5. Análisis de resultados	46
5.1 Descripción de los resultados.....	46
5.1.1 Resultados de aplicación de instrumentos estadísticos a los recepcionistas.....	46
5.1.2 Resultados de aplicación de instrumentos estadísticos a los usuarios	66
5.1.3 Resultados de la aplicación de instrumentos estadísticos a los gerentes o administradores	86
5.2 Análisis de resultados	102
5.2.1 Análisis de los resultados de los recepcionistas.....	102
5.2.2 Análisis de los resultados de huéspedes.....	109
5.2.3 Análisis de los resultados de los gerentes o administradores	114
5.2.4 Selección de 10 diez competencias blandas que afectan significativamente la prestación del servicio de los recepcionistas.....	118
5.3 Orientaciones para el fortalecimiento de las habilidades blandas en los recepcionistas	119
5.3.1 Orientaciones derivadas de la aplicación de la prueba TMMS – 24 a los recepcionistas.	119
5.3.2 Orientaciones derivadas de las encuestas hechas a los huéspedes.....	120
5.3.3 Orientaciones derivadas de las encuestas hechas a los gerentes o administradores.	122
6. Discusión de resultados.....	125
7. Conclusiones.....	126

8. Recomendaciones 128

Referencias Bibliográficas 130

Apéndices..... 134

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Valoración de los requerimientos de los cargos en el sector turismo del Área Metropolitana de Bucaramanga.</i>	35
Tabla 2 <i>Actividades para el desarrollo del objetivo 1.</i>	41
Tabla 3 <i>Actividades para el desarrollo del objetivo 2.</i>	41
Tabla 4 <i>Actividades para el desarrollo del objetivo 3.</i>	42
Tabla 5 <i>Hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Bucaramanga.</i>	43
Tabla 6 <i>Cantidad y porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 1.</i>	47
Tabla 7 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 2.</i>	48
Tabla 8 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 3.</i>	49
Tabla 9 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 4.</i>	50
Tabla 10 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 5.</i> ... 52	52
Tabla 11 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 6.</i> ... 53	53
Tabla 12 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 7.</i> ... 54	54
Tabla 13 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 8.</i> ... 55	55
Tabla 14 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 9.</i> ... 56	56
Tabla 15 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 10.</i> 58	58
Tabla 16 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 11.</i> 59	59
Tabla 17 <i>Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 12.</i> 60	60

Tabla 18	<i>Promedio de cada habilidad de acuerdo con hombres encuestados.</i>	62
Tabla 19	<i>Promedio de cada habilidad de acuerdo con hombres encuestados.</i>	63
Tabla 20	<i>Promedio de cada habilidad blanda.</i>	64
Tabla 21	<i>Frecuencia y porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 1.</i>	66
Tabla 22	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 2.</i>	68
Tabla 23	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 3.</i>	69
Tabla 24	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 4.</i>	70
Tabla 25	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 5.</i>	71
Tabla 26	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 6.</i>	72
Tabla 27	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 7.</i>	73
Tabla 28	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 8.A</i>	74
Tabla 29	<i>Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 8.</i>	75
Tabla 30	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 9.</i>	77
Tabla 31	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 10 – Comprensión.</i>	78
Tabla 32	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 10 – Empatía.</i>	79
Tabla 33	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 11.</i>	80
Tabla 34	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 12.</i>	81
Tabla 35	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 13.</i>	82
Tabla 36	<i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 14.</i>	83
Tabla 37	<i>Resultados de selección de habilidades blandas de acuerdo con los huéspedes encuestados</i>	84

Tabla 38 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 1.</i>	86
Tabla 39 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 2.</i>	88
Tabla 40 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 3.</i>	89
Tabla 41 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 4.</i>	90
Tabla 42 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 5.</i>	91
Tabla 43 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 6.</i>	92
Tabla 44 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 7.</i>	93
Tabla 45 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 8.</i>	94
Tabla 46 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 9.</i>	95
Tabla 47 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 10.</i>	96
Tabla 48 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 11.</i>	97

Tabla 49 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 12.</i>	98
Tabla 50 <i>Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 13.</i>	99
Tabla 51 <i>Priorización de habilidades blandas seleccionadas de acuerdo con administradores, gerentes encuestados.</i>	100
Tabla 52 <i>Definición de los componentes de la Inteligencia Emocional.</i>	103
Tabla 53. <i>Puntuaciones para evaluar la Percepción.</i>	103
Tabla 54 <i>Puntuaciones para evaluar la Comprensión.</i>	104
Tabla 55 <i>Puntuaciones para evaluar la Regulación.</i>	104
Tabla 56 <i>Resultados de la prueba TMMS-24 por componente y genero.</i>	105
Tabla 57 <i>Resultado de las puntuaciones de cada componente de la Inteligencia Emocional en los recepcionistas.</i>	106
Tabla 58 <i>Calificaciones otorgadas a los recepcionistas en cada componente según género. ..</i>	107
Tabla 59 <i>Calificación de las habilidades blandas de acuerdo con recepcionistas.</i>	108
Tabla 60 <i>Calificación de las habilidades blandas de acuerdo con los huéspedes.</i>	112
Tabla 61 <i>Calificación de las habilidades blandas de acuerdo con gerentes</i>	117
Tabla 62 <i>Habilidades blandas seleccionadas.</i>	118

Lista de Figuras

	Pág.
<i>Figura 1</i> Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 1.	47
<i>Figura 2</i> Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 2.	48
<i>Figura 3</i> Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 3.	50
<i>Figura 4</i> Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 4.	51
<i>Figura 5</i> Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 5.	52
<i>Figura 6</i> Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 6.	53
<i>Figura 7</i> Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 7.	55
<i>Figura 8</i> Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 8.	56
<i>Figura 9</i> Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 9.	57
<i>Figura 10</i> Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 10.	58
<i>Figura 11</i> Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 11.	59
<i>Figura 12</i> Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 12.	61
<i>Figura 13</i> Diagrama de barras de la priorización de las habilidades blandas según recepcionistas entrevistados.	66
<i>Figura 14.</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 1.	67
<i>Figura 15</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 2.	68
<i>Figura 16</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 3.	69
<i>Figura 17</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 4.	70

<i>Figura 18</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 5.	71
<i>Figura 19</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 6.	72
<i>Figura 20</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 7.	73
<i>Figura 21</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 8.	75
<i>Figura 22</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 8.B.	76
<i>Figura 23</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 9.	77
<i>Figura 24</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 10 - Comprensión.	78
<i>Figura 25</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 10 - Empatía. ..	79
<i>Figura 26</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 11.	80
<i>Figura 27</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 12.	81
<i>Figura 28</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 13.	82
<i>Figura 29</i> Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 14.	83
<i>Figura 30</i> Diagrama de barras del promedio dado a cada habilidad blanda según los huéspedes encuestados.	86
<i>Figura 31</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 1.	87
<i>Figura 32</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 2.	88
<i>Figura 33</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 3.	89
<i>Figura 34</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 5.	90

<i>Figura 35</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 5.....	91
<i>Figura 36</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 6.	92
<i>Figura 37</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 7.	93
<i>Figura 38</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 1.	94
<i>Figura 39</i> Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 9.....	95
<i>Figura 40</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 10.....	96
<i>Figura 41</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 11.....	97
<i>Figura 42</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 12.....	98
<i>Figura 43</i> Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 13.....	99
<i>Figura 44</i> Diagrama de barras de promedio dado a cada habilidad blanda de acuerdo con los gerentes y administrativos encuestados.	102

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A Encuesta a usuarios de hotel	134
Apéndice B Encuesta a gerente, administrador o jefe de talento humano	139
Apéndice C Prueba TMMS-24 adaptado para recepcionistas	143

Glosario

Actitud: Manera de estar alguien dispuesto a comportarse u obrar

Aptitud: Suficiencia o idoneidad para obtener y ejercer un empleo a cargo

Autodidacta: Persona que se instruye y realiza el aprendizaje de nuevos conocimientos a través de sus propios medios

Competencia: resultado de un proceso de integración y habilidades y de conocimientos: Saber, saber-hacer, saber-ser, saber-emprender

Destreza: Habilidad y experiencia en la realización de una actividad determinada, generalmente automática o inconsciente

Emoción: Alteración del ánimo intensa y pasajera que va acompañada de cierta conmoción somática

Estrategias: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado

Falencias: Equivocación, error, inexactitud

Gestión: Acción y gecto de gestionar o administrar un proyecto, plan o proceso, etc

Habilidades blandas: repertorio de comportamientos capaces de integrar, movilizar y transferir habilidades, juicios y actitudes que agregan valor para la organización y valor social para la persona

Servicio al cliente: Servicio o atención que una empresa u organización brinda a sus clientes al momento de brindar una información, vender un producto o servicio, o responder por una queja o reclamo

Simular: Representar o hacer creer algo que no es verdad con palabras, gestos o acciones

Talento humano: capacidad de la persona que entiende y comprende de manera inteligente la forma de resolver en determinada ocupación, asumiendo sus habilidades, destrezas, experiencias y aptitudes propias de las personas talentosas.

Resumen

Título: Estudio de las competencias blandas que ayudan a fortalecer la prestación del servicio al cliente del recepcionista de los hoteles de 3, y 4 estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a Cotelco*.

Autores: Ana Yerli Urbina Verdugo Villareal,
Luis Alejandro Torres Roberto**

Palabras clave: habilidades blandas, recepcionistas, hoteles, atención al cliente, pruebas TMMS-24, inteligencia emocional, investigación.

Las habilidades blandas es un aspecto que ha adquirido importancia en los últimos años, tanto en universidades como para las organizaciones. Las organizaciones se han dado cuenta que un profesional con habilidades blandas puede ejercer un mejor trabajo versus el que solo posee los conocimientos. En este trabajo se centra en las habilidades blandas de los recepcionistas de hoteles de 3 y 4 estrellas del Área Metropolitana de Bucaramanga que se encuentran inscritos a Cotelco. Primero se realiza un estudio de cuáles son las habilidades blandas más importantes e idóneas que debe poseer un recepcionista de hotel, posteriormente se realiza el diseño de tres tipos de encuestas, dos con el objetivo de conocer la opinión por parte de administradores y clientes de las habilidades blandas del recepcionista del hotel y se realiza la prueba TMMS-24 a los recepcionistas de hotel, el cual evalúa tres aspectos. Atención, Claridad y Reparación. Este último test evalúa el metaconocimiento de los estados emocionales, como las destrezas con las que podemos ser conscientes de nuestras propias emociones, así como la capacidad para regularla.

Como resultado del estudio se pudo concluir que las 10 principales competencias blandas son: Empatía, Humildad, Comprensión, Honestidad, Capacidad de automotivarse, Resiliencia, Actitud solidaria, Respeto, Manejo de conflictos, Capacidad para comunicarse y que de la aplicación de la prueba TMMS -24 adaptada para conocer el perfil psicológico se puede concluir que mujeres y hombres recepcionistas de los hoteles investigados tienen una excelente comprensión, adecuada percepción y una excelente regulación de sentimientos y emociones.

* Proyecto de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia Programa de Gestión Empresarial Director Luz Helena Villamizar Cáceres Especialista en Protección Vegetal

Abstract

Title: Study of the soft skills that help strengthen the customer service of the receptionist of the 3, and 4 star hotels of the municipality of Bucaramanga affiliated with Cotelco*.

Authors: Ana Yerli Urbina Verdugo Villareal,
Luis Alejandro Torres Roberto**

Keywords: soft skills, receptionists, hotels, customer service, TMMS-24 tests, emotional intelligence, research.

Soft skills is an aspect that has gained importance in recent years, both in universities and for organizations. Organizations have realized that a professional with soft skills can do a better job versus one who only has the knowledge. This paper focuses on the soft skills of the receptionists of 3 and 4 star hotels in the Bucaramanga Metropolitan Area who are enrolled in Cotelco. First, a study of the most important and suitable soft skills that a hotel receptionist must have is carried out, then the design of three types of surveys is carried out, two with the aim of knowing the opinion of the administrators and clients of the soft skills of the hotel receptionist and the TMMS-24 test is performed on the hotel receptionists, which evaluates three aspects. Attention, Clarity and Repair. This last test evaluates the meta-knowledge of emotional states, such as the skills with which we can be aware of our own emotions, as well as the ability to regulate it.

As a result of the study, it was concluded that the 10 main soft skills are: Empathy, Humility, Understanding, Honesty, Ability to self-motivate, Resilience, Solidarity, Respect, Conflict management, Ability to communicate and that of the application of the TMMS test -24 adapts to know the psychological profile it can be concluded that women and men receptionists of the hotels investigated have an excellent understanding, adequate perception and excellent regulation of feelings and emotions.

* Proyecto de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia Programa de Gestión Empresarial Director Luz Helena Villamizar Cáceres Especialista en Protección Vegetal

Introducción

En los últimos años la ocupación hotelera ha disminuido en comparación con años anteriores, una de las principales causas es la creación de otros sistemas de alojamiento como Airbnb, los cuales le permiten al usuario sentir la comodidad de tener su hogar lejos de casa. Por ello el sector hotelero debe emplear todas las herramientas posibles para generar un factor diferenciador sobre los otros sistemas de hospedaje, una de estas estrategias es el (la) recepcionista, ya que es una de las primeras personas con las cuales el cliente hace contacto.

¿Pero cuáles son las mejores características que un(a) recepcionista debe tener para agradar al huésped y logre hacerlo sentir cómodo? En este trabajo se desea analizar cuáles son las habilidades blandas presentes en recepcionistas de hoteles de 3 y 4 estrellas del Área Metropolitana de Bucaramanga. Como también conocer la percepción del cliente respecto al trato que recibe e indagar la importancia que los administradores, propietarios o gerentes de hotel le dan a esta clase de habilidades.

Para ello, en el primer capítulo se realiza una introducción de las habilidades blandas importantes en el sector además del perfil adecuado de un recepcionista, por medio de una revisión bibliográfica. En el segundo capítulo se plantean algunos antecedentes en el campo de estudio, de trabajos realizados anteriormente relacionados con el tema de este trabajo, posteriormente en el tercer capítulo se plantea la metodología propuesta para llevar a cabo el estudio la cual consiste en definir el tamaño de muestra de acuerdo a la cantidad de hoteles registrados en COTELCO y se diseñan tres encuestas para aplicar a recepcionistas, clientes y gerentes. Finalmente, en el quinto

capítulo se realiza el análisis de resultados de acuerdo con las encuestas realizadas, es decir, desde el punto de vista del recepcionista, del gerente y del cliente.

1. Marco Teórico

Según Lazo M. y Véliz K. (2017) en su artículo escrito para la revista Contribuciones a las Ciencias Sociales se definen las habilidades blandas como un repertorio de comportamientos capaces de integrar, movilizar y transferir habilidades, juicios y actitudes que agregan valor para la organización y valor social para la persona; las cuales permite relacionarse asertivamente con los demás.

Autores como Tito M., María. D. y Serrano B. en su libro Desarrollo de Soft Skills una alternativa a la escasez de talento humano, afirman que los ejecutivos creen que se están preparando profesionales con diferentes conocimientos teóricos, pero no en competencias que les permita desenvolverse en un ambiente de trabajo, debido a esto sugieren a las universidades incluir en sus mallas curriculares materias relacionadas a las habilidades sociales, lo que traería beneficios para el profesional y para las empresas tal como lo expresa Zapata L., (2017), en Planes De Estudio, Habilidades Blandas Y Búsqueda De Empleos: Los Casos De La Facultad De Ingeniería Y Ciencias Sociales De La Universidad De Buenos Aires.

En el sector hotelero el talento humano juega un rol fundamental en el momento de brindarle al huésped un ambiente agradable y familiar, en general las diferentes personas que trabajan en un hotel y especialmente aquellos que tiene un alto grado de contacto con el cliente, están obligados

a hacer sentir cómodo al huésped si desean una buena calificación o en un regreso del cliente al establecimiento. Si un cliente recibe una mala atención producirá un efecto contrario del deseado, por ello el empleado debe tener ciertas habilidades sociales que permita generar una empatía por parte del cliente.

En el cargo de recepcionista, el trabajador del hotel tiene una relación más personal con el cliente, es quien genera le da la bienvenida y produce el primer acercamiento, con el cual el huésped se hace una idea del trato que recibirá. Sin embargo, según un estudio realizado por el Observatorio de Mercado del Trabajo en Bucaramanga realizado en el 2013 en el sector turismo las habilidades blandas son relegadas a factores secundarios al momento de la contratación de un recepcionista, según el Observatorio Laboral SENA, las habilidades más importantes que debe poseer un empleado de contacto directo con el cliente en los hoteles como las recepcionistas son: Relaciones interpersonales, orientación al servicio, escucha activa, comunicación asertiva y pensamiento crítico (SENA, 2018).

1.1 Competencias blandas.

1.1.1 Definición. La definición de competencia puede ser dada desde diferentes puntos de vista según el contexto, puede ser a nivel técnico, profesional, personal, básicas, claves, genéricas, transferibles, emocionales, socioemocionales entre otros. De manera general puede definirse como el resultado de un proceso de integración y habilidades y de conocimientos: Saber, saber-hacer, saber-ser, saber-emprender (Zapata, 2005).

Diferentes estudios se han centrado en las competencias a nivel profesional y las han definido como (Bisquerra & Pérez, 2007).

Bunk, 1994: Conjunto de conocimientos, destrezas y aptitudes necesarias para ejercer una profesión, resolver problemas profesionales de manera autónoma y flexible siendo capaz de colaborar con el entorno profesional y en la organización del trabajo.

Le Boterf, 1997: Es un saber combinatorio, cada competencia es el producto de una combinación de recursos. Para construir sus competencias el profesional utiliza un doble equipamiento: el equipamiento incorporado a su persona (saberes, saberes-hacer, cualidades, experiencias, etc.) y el equipamiento de sus experiencias (medio, red relacional, red de información. Las competencias producidas con sus recursos se encarnan en actividades y conductas profesionales adaptadas a contextos singulares.

Echeverría, 2005: La competencia discrimina el saber necesario para afrontar determinadas situaciones y ser capaz de enfrentarse a las mismas. Es decir, saber movilizar conocimientos y cualidades, para hacer frente a los problemas derivados del ejercicio de la profesión.

Estas habilidades, son conocidas como competencias y habilidades blandas y están relacionadas con el carácter y personalidad de la persona son consideradas no cognitivas y ahora hacen parte de un rol fundamental en la selección de personal (Singer, Guzmán, & Donoso, 2009; Tito Maya, María. D. & Serrano Orellana, 2016). De lo anterior se puede concluir que una competencia posee las siguientes características:

- Es aplicable a las personas (de manera individual o grupal).
- Implica unos conocimientos “saberes”, unas habilidades “saber-hacer”, actitudes y conductas “saber estar” y “saber ser” integrados entre sí.
- Incluye las capacidades informales y de procedimiento además de las formales.
- Es indisociable de la noción de desarrollo y de aprendizaje continuo unido a la experiencia.

- Constituye un capital o potencial de actuación vinculado a la capacidad de movilizarse o ponerse en acción.
- Se inscribe en un contexto determinado que posee unos referentes de eficacia y que cuestiona su transferibilidad.

1.1.2 Competencias Blandas y su impacto en el trabajador. Actualmente, se realizan test para la evaluación de habilidades blandas como TMMS-24 , a la hora de seleccionar personal, partiendo de que el empleado ya posee los conocimientos técnicos dándole más importancia a las competencias blandas(Singer et al., 2009). De acuerdo con Grupo Posadas, Operadores de hoteles Fiesta Americana, Fiesta INN y One en México, al momento de seleccionar personal las habilidades blandas tienen un promedio del 70% y las habilidades duras un 30%. Actualmente centran su atención en 5 aspectos claves: Atención al detalle para procurar no cometer errores, desarrollo de liderazgo, capacidad de generar una buena experiencia en el cliente, capacidad de negociación y trabajo en equipo.

Esta nueva perspectiva surge de diferentes estudios desarrollados a nivel mundial sobre el impacto de las habilidades blandas en el desempeño laboral. En Guatemala un estudio realizado en un programa de entrenamiento de espíritu empresarial en mujeres se pudo observar en las mujeres que recibieron entrenamiento en habilidades blandas terminaron quedándose más tiempo en los programas de iniciativa empresarial o de desarrollo de negocios por más tiempo. También se realizó un estudio sobre un equipo de beisbol en el 2016, los cachorros de Chicago, al momento de seleccionar los jugadores se fijaron más en las habilidades blandas y en las adversidades enfrentadas por el jugador fuera de las calles, como resultado ganaron su primer campeonato de Serie Mundial desde 1908(Adecco Group, 2017).

Varias de las variables al evaluar el servicio al cliente dependen del grado de satisfacción con el que el cliente evalúa el establecimiento, por lo tanto, el personal con contacto directo con el cliente adquiere relevancia, ya que finalmente no es el administrador si no ellos los que se convierten en la cara del hotel por ello el personal contratado para estos cargos debe poseer ciertas características especiales para influir positivamente en el cliente y el desarrollo de la organización.

1.2 Competencias en el sector servicio

1.2.1 Individuales. Existen diferentes competencias que adquieren mayor importancia en el sector servicio, aquí se mencionan.

1.2.1.1 Proactividad. Ser proactivamente significa “mediante una planificación diferenciada por adelantado y una acción decidida, el desarrollo de un evento en sí mismo que determina y provoca una situación” (Duden, 2018). En el sector hotelero la proactividad permite estar un paso adelante del cliente, el empleado podrá cumplir los deseos del cliente antes de que este los manifieste.

1.2.1.2 Disposición al aprendizaje. Se refiere a la actitud positiva hacia el aprendizaje para mejorar las capacidades profesionales (Fundación Surt, 2013). Un empleado en el servicio de hoteles con disposición al aprendizaje detecta sus falencias y busca ampliar su conocimiento en pro de cumplir los objetivos laborales.

1.2.1.3 Capacidad de decisión. El proceso de toma de decisiones se hace con el objetivo de establecer un curso de acción para la resolución de un problema específico(Chacín, 2010). El empleado de un hotel no siempre va a tener a su jefe inmediato para que le brinde ayuda en momentos de conflicto, por ello es necesario que el empleado tenga la capacidad de tomar la mejor decisión de acuerdo con mejorar la calidad del servicio.

1.2.1.4 Capacidad de control. Es una habilidad que ayuda en la confrontación de las diferentes emociones(Bisquerra & Pérez, 2007), el personal del servicio al cliente de un hotel no son máquinas, son seres humanos que sienten, y pueden sufrir diferentes emociones internas o externas al ambiente laboral por ello es necesario que posean el autocontrol para saber manejarlas.

1.2.1.5 Capacidad de adaptación al cambio. Adaptación al cambio es saber cómo enfrentar los diferentes cambios (La República, 2018), el sector hotelero es dinámico debido a la variación de temporadas, clientes, sistemas de gestión es así como el personal debe estar en la disposición de adaptarse a los cambios.

1.2.1.6 Creatividad en la solución de problemas. Con la creatividad se generan nuevas ideas(Barrena, 2007), en la solución de problemas es importante ya que para resolver un problema se necesita lluvia de ideas para escoger la mejor opción.

1.2.1.7 Tolerancia. John Locke, en su carta de la tolerancia la define como “deja de combatir lo que no se puede cambiar”(Wikipedia, n.d.). Tolerancia es el valor por el cual aceptamos y respetamos a los demás, sus ideas y formas de pensar. El personal de un hotel debido a la variedad

de gente que pueda llegar, con diferentes culturas o creencias diferentes a las propias debe respetar y aceptarlas.

1.2.1.8 Empatía. Es una habilidad que se fundamenta en comprender en un nivel afectivo y emocional una realidad ajena a la misma. En el servicio al cliente esto permite crear un vínculo con el cliente y un ambiente de confianza. No es solo útil para relacionarse con el cliente si no también con los compañeros de trabajo (por, Olivas Montero, Elizondo Sánchez, Bogantes Hidalgo, & Zúñiga Herrera, n.d.).

1.2.1.9 Humildad. Se trata de una actitud de servicio de atención al cliente (Martín Martín, 2009). En la prestación del servicio al cliente la falta de humildad puede ser vista por el cliente como actitud de prepotencia y superioridad. El empleado debe conocer el límite entre ser humilde sin dejarse irrespetar por el cliente.

1.2.1.10 Imparcialidad. Habilidad que va unido al liderazgo, es importante en cargos en los cuales se tiene personal al mando, ya que falta de imparcialidad ocasiona preferencia de un personal sobre otro, creando insatisfacción en los clientes internos de un hotel.

1.2.1.11 Autonomía. Se define como capacidad del sujeto para definir reglas de conducta para sí mismos. Esta habilidad va de la mano con la toma de decisiones ya que el empleado posee cierto grado de autonomía en el desempeño de sus funciones. Además, según el sociólogo Frank Pot “la autonomía laboral y la participación de los empleados en la toma de decisiones aumenta la

productividad, calidad de vida e innovación”(El tiempo, 2013). Pero se debe estar seguro de que el empleado puede asumir esta responsabilidad.

1.2.1.12 Orden. Seguir un orden, planificación ayuda a optimizar el tiempo en el trabajo. En un hotel no solo para optimizar el tiempo si no también si es cliente ve que los meseros, botones o personal de aseo es organizado asumirá que toda la gestión del alojamiento se lleva de la misma manera.

1.2.1.13 Disciplina. Es la capacidad de actuar ordenada y perseverantemente para conseguir un bien(EcuRed, 2017). Un trabajador disciplinado cumplirá el reglamento de la empresa, a su vez acatará las decisiones de la persona a cargo, será organizado con su tiempo y labores.

1.2.1.14 Escuchar activamente. Más que solo referirse a la escucha, es principalmente la capacidad de recepción que tiene la persona, la capacidad para atender a los demás tanto en comunicación verbal y no verbal (Bisquerra & Pérez, 2007). En diferentes ocasiones un huésped no comunica sus deseos esperando atenciones o comportamientos que él considera implícitos.

1.2.1.15 Capacidad de analizar. La capacidad de análisis se puede definir como, reconocer y describir los elementos constitutivos de una realidad y proceder a organizar la información significativa, según criterios preestablecidos adecuados a un propósito. Permite conocer la realidad que rodea a la persona.(Lancaster & Pinto Molina, 2001).

1.2.1.16 Confianza en sí mismo. La confianza en sí mismo permite tener en el individuo una visión positiva acerca de el mismo, creen en sus habilidades, poseen un mejor control sobre sus vidas además de un mayor positivismo a la hora de planear o emprender algún proyecto (Pontificia Universidad Católica de Chile, n.d.). En el ámbito laboral también es muy importante, primero es la imagen dada por una persona que es segura de sí mismo, da al empleador y al cliente la sensación de que puede confiar en ella para cualquier tarea.

1.2.1.17 Capacidad de automotivarse. Capacidad de automotivarse y e implicarse emocionalmente en actividades diversas de la vida personal, social, profesional, tiempo libre, etc. (Bisquerra & Pérez, 2007). Con esta competencia el empleado tendrá razones internas de prestar un buen servicio.

1.2.1.18 Resiliencia. Es la capacidad de afrontar las diferentes situaciones adversas en todos los aspectos de la vida de la persona (Bisquerra & Pérez, 2007). Con la resiliencia se espera que el empleado pueda sobrellevar un mal día, un cliente complicado.

1.2.2 Sociales. En cuanto a competencias sociales, destacan las siguientes:

1.2.2.1 Trabajo en Equipo. Es una habilidad que se impone a la individualización laboral, según Torrelles la competencia de trabajo en equipo supone la disposición personal y la colaboración con otros en la realización de actividades para lograr objetivos comunes. Esta competencia es muy importante ya que con ella se logra buena interacción y comunicación con los

demás empleados repercutiendo en evitar realizar dos veces una labor, pregunta a un cliente o gasto de algún insumo, entre otros (Ortega Santos, Febles Rodriguez, & Sentí Estrada, n.d.).

1.2.2.2 Capacidad de cooperación. El trabajo en equipo y la cooperación son habilidades que están totalmente relacionadas, cuando todos los empleados poseen estas habilidades se puede formar un equipo de trabajo que realice las actividades de forma ágil, un grupo de personas organizadas en mucho mejor que solo una persona organizada(SINC, 2018).

1.2.2.3 Capacidad de liderazgo. Capacidad de una persona para asumir el rol de dirigir y organizar un grupo, haciendo que el grupo trabaje con entusiasmo y actualmente se ha convertido en la piedra filosofal de las organizaciones(Betancourt, n.d.).

1.2.2.4 Actitud solidaria. Se refiere al apoyo que se les brinda a las personas que se encuentran en el entorno. Contar con personas solidarias es el entorno laboral es contar con apoyo para los posibles desafíos que se presentan, es otra faceta de trabajar en equipo creando lazos en el trabajo.

1.2.2.5 Respeto. Es una de las habilidades y cualidades más importantes que debe tener el empleado de servicio al cliente, se puede brindar un buen servicio pero si el cliente se ve maltratado preferirá irse(Psicología y Empresa, 2011). A su vez, si un empleado no respeta a sus compañeros de trabajo ocasionara problemas y conflictos innecesarios.

1.2.2.6 Responsabilidad. Es obligatorio que un empleado sea responsable no solo para cumplir los horarios de trabajo, llevar a cabo sus funciones si no para apropiarse de todo lo que implica el

cargo. Según Martha Durango, Directora de Recursos Humanos de Adecco Colombia “ el compromiso del trabajador y su capacidad de ser autodidacta y propositivo, posibilita su desarrollo profesional gracias a que estas iniciativas aumentan la iniciativa y creatividad” (Adecco Colombia, 2015).

1.2.2.7 Manejo de conflictos. Es ineludible que en algún momento uno de los empleados del sector servicio de un hotel se encuentren con un cliente insatisfecho, por lo tanto el personal debe tener la capacidad de manejar el conflicto para que este no se convierta en una mala recomendación o una mala calificación en internet (ReviewPro, 2010).

1.2.2.8 Capacidad para comunicarse. Esta competencia es complementaria con la anterior, se refiere a la capacidad para iniciar y mantener conversaciones, expresar los propios pensamientos con claridad, igualmente en términos verbales y no verbales (Bisquerra & Pérez, 2007). Es una herramienta útil para demostrarle al cliente que el empleado entendió con precisión sus intenciones o requerimientos, además de por medio de la comunicación brindarle un ambiente confortable y ameno al cliente.

1.3 El hotel y su estructura del servicio al cliente

La estructura organizacional de un hotel puede ser muy variable y dinámica, ya que no existe un modelo único y varía en cada compañía de acuerdo con el tamaño de la empresa, número de empleados, elección de los directores, etc. Sin embargo, es posible identificar las condiciones generales para un buen servicio.

Generalmente la organización de un hotel está compuesta por cinco departamentos: Habitaciones, Restaurante, recursos humanos, marketing y contabilidad. (Katers, 2018).

En Bucaramanga existe la asociación hotelera de Colombia (COTELCO) es la unidad sectorial de normalización encargada de elaborar normas técnicas sectoriales para el subsector de alojamiento, en los ámbitos de habilidades y destrezas del recurso humano, calidad en la operación hotelera y calidad de los servicios, calidad de compromiso con el medio ambiente, entre otros(Cotelco, 2019).

1.3.1 Recepcionista. Según el observatorio laboral y la clasificación Nacional de Ocupaciones, describe el perfil ocupacional de una recepcionista hotelera (observatorio laboral, 2018):

Descripción: reservan habitaciones, proporcionan información y servicio a huéspedes y reciben pagos por los servicios.

1.3.1.1 Funciones. Vender y reservar habitaciones o servicios de alojamientos.

Registrar la llegada y salida de huéspedes y asignar habitaciones.

Informar a los clientes sobre aspectos turísticos de la ciudad y servicios del establecimiento.

Orientar al cliente en sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.

Mantener actualizada la información de registro, solicitudes, cuentas de huéspedes, recibos y comprobantes, utilizando sistema manual o computarizado.

Presentar los estados de cuenta a la salida de los huéspedes y recibir pagos.

Habilidades:

- Relaciones interpersonales
- Orientación al Servicio

- Escucha activa
- Comunicación asertiva
- Pensamiento crítico
- Empatía

Conocimientos:

- Administración y gerencia
- Servicios de oficina y administrativos
- Idioma extranjero
- Computadoras y electrónica

1.3.2 Problemas y necesidades del sector hotelero en servicio al cliente. Existen tres estrategias competitivas generales para los negocios: Liderazgo en costos, diferenciación de producto y diferenciación en servicio (Fernando & Valencia, 2014). Como se mencionó anteriormente la ocupación hotelera en la región ha disminuido, por lo tanto, se deben implementar nuevas estrategias para atraer o mantener a los clientes. Con las nuevas tendencias como Airbnb es complicado una estrategia de liderazgo en costos para un hotel por ello la mejor estrategia es diferenciación en el servicio ya que la nueva tendencia son las calificaciones en línea que realizan los clientes dando su percepción sobre el servicio prestado calificándolos de forma positiva o negativa.

El servicio al cliente se ha convertido en un factor determinante al momento de la persona adquirir un bien, producto o servicio por ello los hoteles deben orientarse más en la búsqueda de personas con estas capacidades de servicio al cliente, pero el problema radica en que esto no se está haciendo, como se puede observar en la tabla 1, según un reporte realizado sobre el sector

turismo en el 2013 es poca la importancia que se le da a las habilidades diferentes a las adquiridas de cada profesión.

En un nivel general, para la mayoría de los cargos priman las competencias específicas para el cargo y a pesar de que valores como honestidad, responsabilidad también son importantes en la mayoría de los cargos, las habilidades de relaciones públicas, interpersonales, atención al cliente solo son importantes en el área comercial. El sector hotelero no se ha preocupado porque cargos como el recepcionista posea todas las competencias comunicativas ideales para el cargo para crear empatía con el huésped si no que prima más el factor de ahorrar en salarios (Observatorio de Mercado del Trabajo de Bucaramanga, 2013).

Tabla 1.

Valoración de los requerimientos de los cargos en el sector turismo del Área Metropolitana de Bucaramanga.

Cargo	Área	Requerimientos para el cargo				
		Competencias específicas para el cargo	Honesto/ Responsable	Comprometido/ Eficiente/ Proactivo/ Disciplina/ Dinámico/ Creativo	Relaciones Públicas/ Interpersonales/ Atención al Cliente	Liderazgo/ Compresión / Trabajo en Equipo
Personal administrativo directivo	Administrativo					
Personal administrativo apoyo	Administrativo					
Personal operativo de apoyo	Operativo					
Personal de mercadeo	Operativo					
Chef ejecutivo/ Restaurante	Operativo					
Ayudante de cocina y cafetería	Operativo					
Ayudante de alimentos y bebidas	Operativo					
Capitán de meseros/ Hostess	Operativo					
Camareros (as)	Operativo					
Empleado de recepción hotelera	Operativo					
Ama de llaves /Gobernanta	Operativo					
Aseador Mantenimiento	Operativo					
Empleado de lavandería	Operativo					
Valoración para los empresarios						
De gran valor		Habilidades y destrezas para desempeñar una labor	Principios y valores			
Algo de valor						

Nota: Adaptado de: Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo - Primera Edición.

1.3.3 Estrategias o modelos de fortalecimiento de las competencias blandas. Un estudio realizado en Bucaramanga sobre la calidad del servicio como elemento clave en el desarrollo turístico sostenible centrado en las Pymes con actividad económica de servicio de alojamiento en el cual se entrevistó a nueve gerentes de hoteles en el área(Monsalve Castro, Carolina; Hernández Rueda, 2015). Por medio de las entrevistas realizadas se pudo concluir que las variables más influyentes en la gestión de la calidad son: promoción y fidelización de clientes, innovación de los servicios, estrategias de mercadeo, protocolo de actuación, categorización por estrellas y promesa de venta y tipificación de los clientes.

En Bucaramanga se han creado diferentes estrategias para educar en habilidades blandas. La Cámara de comercio de Bucaramanga ha implementado el programa “Empréndelo” por el cual busca acompañar a empresarios y ayudarlos a trabajar una habilidad de su perfil empresarial que necesite atención y a su vez como una falencia de la empresa(Cámara de Comercio de Bucaramanga -, 2017).

2. Antecedentes

En Quality Hotel Curitiba, Brasil se llevó a cabo un estudio en el cual se desarrolló una metodología con el objetivo de analizar la gestión de las emociones de los huéspedes bajo el sesgo del empleado, es decir que el empleado por medio de la apreciación pudiera entender las emociones del huésped. La metodología como parte inicial consistió en un role play por parte de dos empleadas del hotel haciéndose pasar por huéspedes, posteriormente las empleadas realizaron una

presentación de los hechos acompañado de una narración tanto de puntos positivos y negativos (Manosso & Gandara, 2013).

Con esta información los empleados del hotel pudieron analizar la información recolectada, identificar problemas, establecer estrategias de mejora, realizando juegos de simulación para sentirse en el lugar del huésped y entender como el cliente desea ser tratado y mejorar la experiencia del cliente (Manosso & Gandara, 2013).

Otro estudio llevado a cabo por Monterroso, 2017 se examinaron los tres niveles de la inteligencia emocional (Percepción, Compresión y regulación) se utilizó como herramienta el test TMMS-24. El test se aplicó a 76 recepcionistas y 38 gerentes de diferentes hoteles en la ciudad de Quetzaltenago, Guatemala.

Como conclusión del estudio se obtuvo que los gerentes tuvieron mejores resultados respecto a los recepcionistas, sin embargo, aún deben mejorar en las diferentes tres áreas de la inteligencia emocional. Adicionalmente en ambos grupos de estudio las mujeres tuvieron mayor nivel en las tres áreas evaluadas (Monterroso Gramajo, 2017).

En la Universidad Cesar Vallejo en Lima Perú se realizó un estudio hecho por Chavarría M. 2017 llamado: Evaluación del Desempeño Laboral de los colaboradores del Hotel La Princesa, distrito Lince, 2017 en el cual se desarrolló una investigación no experimental, de corte transversal que usó como instrumento de recolección de datos una encuesta al colaborador y a los jefes encargados de cada área para obtener el actual desempeño laboral, los resultados se distribuyeron en cuadros y gráficos estadísticos donde se determinó que el colaborador posee habilidades, capacidades y comportamientos que permiten un buen desempeño personal y un trabajo en equipo.

En la Universidad Andina Simón Bolívar en Quito Ecuador se realizó un estudio hecho por Granda G. 2018 llamado: Habilidades blandas aplicadas en el servicio al cliente como fuente de

ventaja competitiva de las empresas del sector de comercialización de electrodomésticos 2017 en el cual se desarrolló una investigación acerca de Las habilidades blandas permiten valorar el nivel de las relaciones existentes, entre los colaboradores de una organización, tanto a nivel interno como externo. Esta perspectiva pondera la capacidad de comprender las necesidades de otros mediante la empatía, una competencia emocional, que, aplicada en el servicio al cliente, puede transformarse en un fuerte generador de ventaja competitiva.

En la Universidad Rafael Landívar de Quetzaltenango Guatemala se realizó un estudio hecho por Chang J. 2014 y llamado: Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos, en el cual se inspecciono y diagnostico el servicio al cliente dado por los empleados públicos a los usuarios de la municipalidad. Esta investigación, se desarrolló bajo una metodología científica y un enfoque de tipo descriptivo, planteando como objetivo general la identificación de cómo es la atención al cliente, en los servicios, de la municipalidad, evaluando la satisfacción del usuario de los servicios públicos brindados, por medio de encuestas utilizadas para tal efecto; una vez desarrollado se emiten conclusiones y recomendaciones sobre la atención al cliente dejando ver que carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los empleados cuando realizan el servicio al cliente.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Estudiar las competencias blandas que ayudan a fortalecer la prestación del servicio al cliente del recepcionista de los hoteles de 3, y 4 estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a Cotelco.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar las competencias blandas que se requieren fortalecer en los recepcionistas por medio de fuentes secundarias basadas en la literatura existente con el fin de conocerlas.
- Establecer las 10 diez competencias blandas que afectan significativamente la prestación del servicio de los recepcionistas de los hoteles de tres y cuatro estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a COTELCO, por medio de fuentes primarias (Instrumentos Estadísticos) con el fin de diagnosticar el servicio al cliente.
- Plantear orientaciones que permitan fortalecer las debilidades de los recepcionistas de los hoteles de tres y cuatro estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a COTELCO en la prestación de su servicio por medio de reflexiones hechas a partir de los resultados de las encuestas (Instrumentos Estadísticos).

4. Metodología de la investigación

Esta investigación parte de la pregunta ¿Cómo fortalecer las habilidades blandas de los recepcionistas que trabajan en los hoteles de tres y cuatro estrellas ubicados en la ciudad de Bucaramanga y afiliados a COTELCO?, y tiene como objetivo general el estudio y diagnóstico de estas habilidades. La población objeto de estudio está conformada por los recepcionistas, huéspedes y gerentes de los hoteles que cumplan las condiciones de esta investigación, a los cuales se les aplican dos instrumentos de recolección de información, el primero de ellos es una encuesta o Prueba TMMS-24 adaptado y el segundo es una lista de selección, que una vez evaluados permiten hacer una inspección de las habilidades blandas para desarrollar un diagnóstico general, Una vez realizada la inspección que permita identificar todas las habilidades en las cuales se presenten debilidades, se establecerán las que afectan significativamente la labor del recepcionista, por último se desarrolla el planteamiento de algunas orientaciones dirigidas a fortalecer las debilidades existentes en las habilidades blandas de los recepcionistas, permitiéndole al talento humano de estas empresas optimizar el cumplimiento de sus funciones.

El desarrollo de la investigación se llevará a cabo mediante una metodología cualitativa y debido a que este estudio busca comprender las experiencias vividas en el entorno del sector hotelero de tres y cuatro estrellas, realizando el estudio a partir del sujeto, es decir, el empleado de recepción que presta el servicio al cliente, esta investigación será de tipo descriptivo y busca obtener información de cómo las principales habilidades blandas impactan en el talento humano a nivel de competitividad y por lo general tienen un bajo nivel de interpretación, es de recordar

que una investigación mixta tipo descriptivo y tiene como objetivo la evaluación de las características o comportamientos de una población determinada.

La metodología utilizada es:

Tabla 2

Actividades para el desarrollo del objetivo 1.

Primer objetivo específico: “Identificar las competencias blandas que se requieren fortalecer en los recepcionistas por medio de fuentes secundarias basadas en la literatura existente con el fin de conocerlas.

N°	Actividad	Producto
1	Revisión teórica sobre el concepto de Habilidades Blandas.	Marco teórico útil para la analizar los resultados
2	Definición de las Habilidades Blandas que se deben estimular en los recepcionistas.	obtenidos y para fundamentar las orientaciones planteadas
3	Revisión de la literatura académica sobre investigaciones similares desarrolladas.	como producto final.

Tabla 3

Actividades para el desarrollo del objetivo 2.

Segundo objetivo específico: “Establecer las 10 diez competencias blandas que afectan significativamente la prestación del servicio de los recepcionistas de los hoteles de tres y cuatro estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a COTELCO, por medio de fuentes primarias (Instrumentos Estadísticos) con el fin de diagnosticar el servicio al cliente.”

N°	Actividad	Producto
1	Adaptación y aplicación de instrumentos estadísticos tipo encuestas y prueba TMMS - 24 en los Recepcionistas, Clientes y Gerentes.	

Segundo objetivo específico: “Establecer las 10 diez competencias blandas que afectan significativamente la prestación del servicio de los recepcionistas de los hoteles de tres y cuatro estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a COTELCO, por medio de fuentes primarias (Instrumentos Estadísticos) con el fin de diagnosticar el servicio al cliente.”

N°	Actividad	Producto
2	Confrontación y análisis estadístico de la información generada por parte del Recepcionista, Cliente y Gerente.	Matriz de indicadores observables (desde la visión del Recepcionista, Cliente y Gerente).
3	Caracterización sobre las competencias o habilidades blandas en los Recepcionistas.	

Tabla 4

Actividades para el desarrollo del objetivo 3.

Tercer objetivo específico: “Plantear orientaciones que permitan fortalecer las debilidades de las recepcionistas de los hoteles de tres y cuatro estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a COTELCO en la prestación de sus servicios por medio de reflexiones hechas a partir de los resultados de las encuestas (Instrumentos Estadísticos).”

N°	Actividad	Producto
1	Reflexión frente a los resultados de las encuestas y su incidencia frente a los comportamientos de los Recepcionistas.	Orientaciones dirigidas a Recepcionistas y Gerentes para trabajar las habilidades blandas.
2	Confrontación de los resultados de las encuestas con los resultados obtenidos en la investigación de fuentes secundarias.	
3	Redacción de las orientaciones.	

4.1 Población a estudiar

La población total será el número de hoteles de cada estrella afiliados a COTELCO en el municipio de Bucaramanga, los cuales, según datos suministrados por la institución, son 18 hoteles y cada uno cuenta con 2 recepcionistas, para un tamaño de la población total de 36. En la tabla a continuación esta la lista de hoteles a trabajar.

Tabla 5

Hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Bucaramanga.

Hotel	Calificación
Hotel Antigua Belén	3 estrellas
Hotel Asturias	3 estrellas
Hotel Buenavista	4 estrellas
Hotel Cabecera Country	3 estrellas
Hotel Ciudad Bonita	4 estrellas
Hotel D' León	3 estrellas
Hotel El Pilar	3 estrellas
Hotel Guane	4 estrellas
Hotel La Hormiga	4 estrellas
Hotel La Serranía	4 estrellas
Hotel La Triada Bucaramanga	4 estrellas
Hotel El León Dorado	3 estrellas
Hotel Palmera Real	3 estrellas
Hotel Plazuela Real	3 estrellas
Hotel Preferencial Class	3 estrellas
Hotel Ruitoque Bucaramanga	3 estrellas
Hotel San Jose Plaza	3 estrellas
Hotel Holiday Inn	3 estrellas

4.2 Cálculo de la muestra.

Debido a la complejidad que existe para realizar las encuestas, se calculará una muestra con un 90% de confiabilidad y un 10% de error, para esto se hará uso de la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N= Tamaño de la población = 36

Z = 1,64

e= Error muestral deseado = 10% = 0,1

p= Proporción de población que poseen en la población la característica del estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p = 0,5$

q= Es la proporción de población que no poseen la característica de estudio. $q = 1 - p = 0,5$

n= Tamaño de la muestra, numero de encuestas a realizar

$$n = \frac{(1,64)^2 * 0,5 * 0,5 * 36}{((0,1)^2 * (36 - 1)) + (1,64)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{24,206}{1,022}$$

$$n = 23,68$$

Se puede observar que la muestra indica un total de 24, como se dijo anteriormente en cada hotel hay. Dos recepcionistas y un gerente por lo tanto se visitarán 12 hoteles, para un total de 24 encuestas a recepcionistas, 12 encuestas a gerentes y 72 encuestas a huéspedes; se debe aclarar que se encuestarán tres huéspedes por turno para conocer la percepción de ellos, con respecto al servicio que brindan los recepcionistas.

4.3 Prueba TMMS-24

La inteligencia emocional y las habilidades blandas impactan significativamente en la persona y en la manera en como esta se desarrolla en los diferentes aspectos de su vida, por lo tanto en los últimos años el interés por medir la inteligencia emocional de una persona ha aumentado considerablemente. Por lo tanto, actualmente existen diferentes medidas de evaluación como los TEST TMMS-48, TMMS-24, SSRI, las cuales son medidas de autoinforme basadas en la formulación de Mayer y Salovey (1990) (Fernández-berrocal, 2004).

La Spanish modified Trait Meta-Mood Scale-24 (TMMS-24) es una versión reducida de TMMS-48, realizada por el grupo de investigación de Málaga. Esta prueba se compone de tres subescalas: Atención, Claridad y Reparación. La prueba está compuesta por 24 ítems de los cuales el sujeto debe evaluar el grado en el que están de acuerdo en una escala de 1 a 5, donde 1= Nada de acuerdo y 5= Totalmente de acuerdo. La escala original (TMMS.48) en la cual se basa la encuesta evalúa el metaconocimiento de los estados emocionales, como las destrezas con las que podemos ser conscientes de nuestras propias emociones, así como la capacidad para regularla. Las dimensiones que evalúa el test se pueden definir como (Oliva Delgado et al., 2011):

Atención emocional: Hace referencia a la percepción de las propias emociones, la capacidad de sentir y expresar las emociones de forma adecuada.

Claridad emocional: Evalúa la percepción que se tiene sobre los propios estados emocionales

Reparación emocional: es la capacidad de percepción para controlar y regular los propios estados emocionales de la mejor manera.

A continuación, se pueden observar las encuestas que se van a realizar, a los gerentes y huéspedes se les aplicaran dos instrumentos un cuestionario y una lista de selección de habilidades

blandas, a los recepcionistas se les aplicara una prueba TMMS – 24 adaptada y la lista de selección de habilidades blandas.

5. Análisis de resultados

5.1 Descripción de los resultados

5.1.1 Resultados de aplicación de instrumentos estadísticos a los recepcionistas. En este capítulo se hace el desarrollo y la evaluación de los 12 indicadores seleccionados de la matriz TMMS -24 aplicada a recepcionistas, gerentes y huéspedes, este desarrollo permitirá establecer las cantidades y porcentajes de participación de los recepcionistas hombres y mujeres en cada uno de los 12 indicadores observables de la matriz, logrando consolidar un panorama de la situación actual de la Inteligencia Emocional de los recepcionistas.

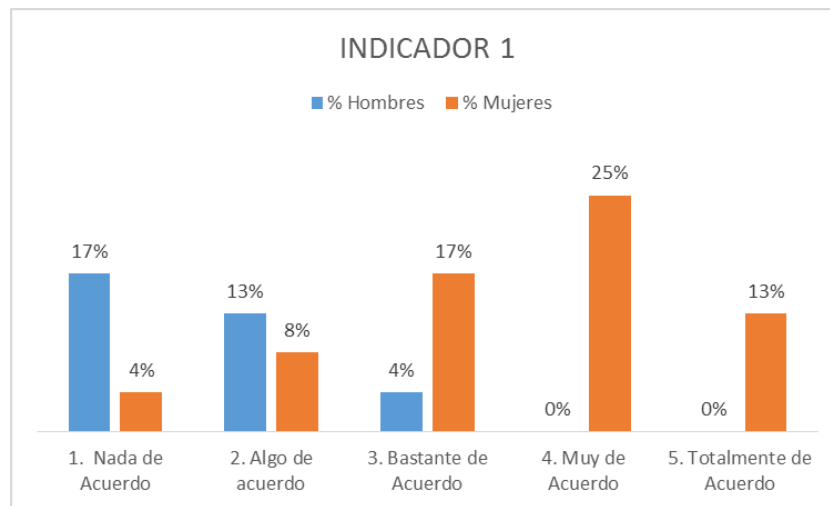
A continuación, se tabulan y grafican los resultados de cada uno de los indicadores, permitiendo observar el porcentaje y la cantidad de recepcionistas que están y no están de acuerdo con lo descrito en el indicador.

Indicador 1. El recepcionista siempre puede decir lo que siente.

Tabla 6

Cantidad y porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 1.

INDICADOR 1				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	4	1	17%	4%
2. Algo de acuerdo	3	2	13%	8%
3. Bastante de Acuerdo	1	4	4%	17%
4. Muy de Acuerdo	0	6	0%	25%
5. Totalmente de Acuerdo	0	3	0%	13%
TOTAL	8	16	33%	67%

*Figura 1* Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 1.

En este primer indicador se puede observar que el 21% (4 hombres y 1 mujer) de los recepcionistas no siempre pueden decir lo que sienten, el 79% restante afirma que sí, este porcentaje cuenta con 4 hombres y 15 mujeres en total, indicando que la mayoría de las recepcionistas que no siempre pueden expresar sus sentimientos son género masculino y que la

mayoría que si lo pueden hacer son género femenino. De acuerdo con estos resultados se debe considerar que la minoría de recepcionistas que se les dificulta la expresión de sus emociones en especial a los hombres se convierte en un indicador de la necesidad de estimular la comprensión de sentimientos como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 2. El recepcionista siempre presta mucha atención a los sentimientos de los compañeros y de los clientes.

Tabla 7

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 2.

INDICADOR 2				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	1	0	4%	0%
3. Bastante de Acuerdo	4	3	17%	13%
4. Muy de Acuerdo	3	6	13%	25%
5. Totalmente de Acuerdo	0	7	0%	29%
TOTAL	8	16	33%	67%

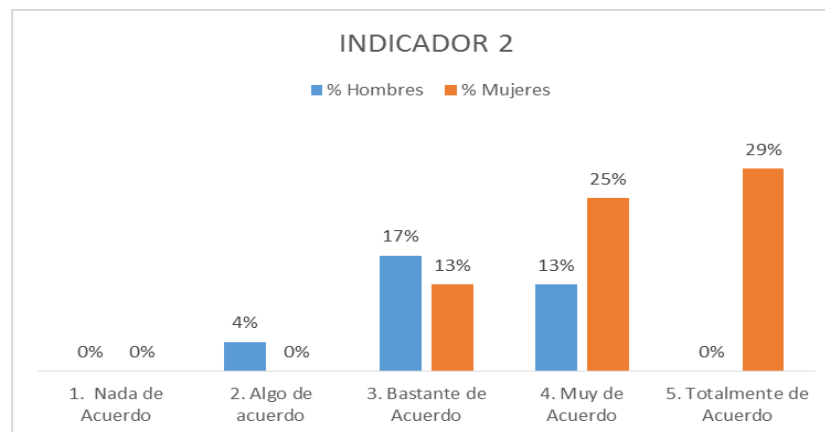


Figura 2 Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 2.

En la tabla 2 y figura 7 se pueden observar los resultados del segundo indicador en el cual el 0% de los recepcionistas, no siempre presta mucha atención a los sentimientos de los otros, el 4% todos hombres si prestan mucha atención a los sentimientos de los otros y el 96% restante afirma que sí, este porcentaje cuenta con 7 hombres y 16 mujeres en total, indicando que la totalidad de los recepcionistas que afirman hacerlo son género femenino. A pesar de que todos los encuestados están de acuerdo, hay una pequeña minoría de recepcionistas hombres que podrían reforzar esta capacidad, convirtiéndose en un indicador de la necesidad de estimular la percepción de emociones y sentimientos como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 3. El recepcionista intenta cambiar su estado de ánimo cuando está enfadado.

Tabla 8

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 3.

INDICADOR 3				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	0	0	0%	0%
3. Bastante de Acuerdo	2	3	8%	13%
4. Muy de Acuerdo	3	9	13%	38%
5. Totalmente de Acuerdo	3	4	13%	17%
TOTAL	8	16	33%	67%

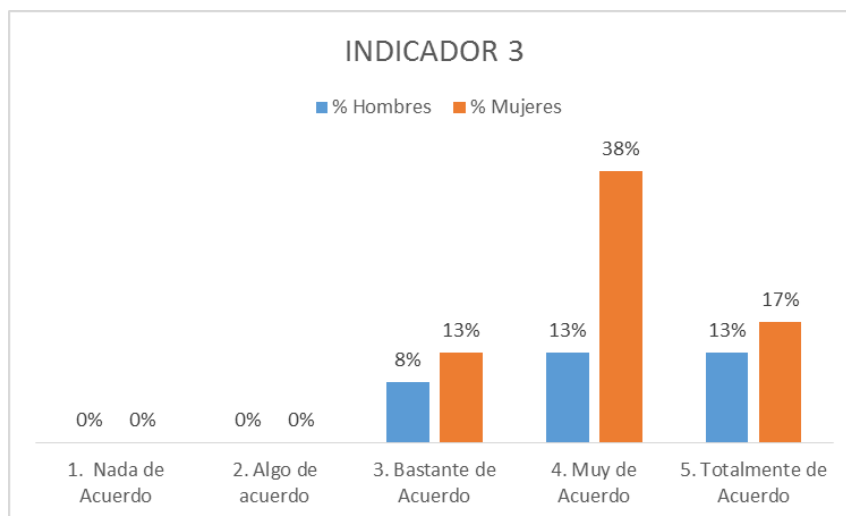


Figura 3 Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 3.

En cuanto si el recepcionista intenta cambiar su estado de ánimo, se puede observar que el 100% de la población encuestada lo intenta, este porcentaje cuenta con 8 hombres y 16 mujeres, ya que el 21% de los recepcionistas (3 mujeres y 2 hombres) dicen estar bastante de acuerdo, el 51% (9 mujeres y 3 hombres) están muy de acuerdo y el 29% restante (4 mujeres y 3 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador, analiza la regulación emocional como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 4. El recepcionista frecuentemente puede definir sus sentimientos.

Tabla 9

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 4.

INDICADOR 4				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	0	0	0%	0%
3. Bastante de Acuerdo	3	2	13%	8%
4. Muy de Acuerdo	4	8	17%	33%

INDICADOR 4				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
5. Totalmente de Acuerdo	1	6	4%	25%
TOTAL	8	16	33%	67%

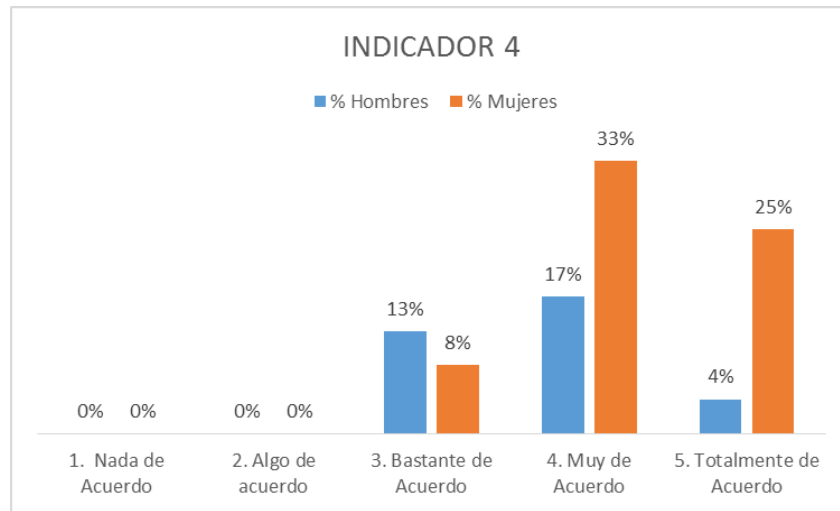


Figura 4 Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 4.

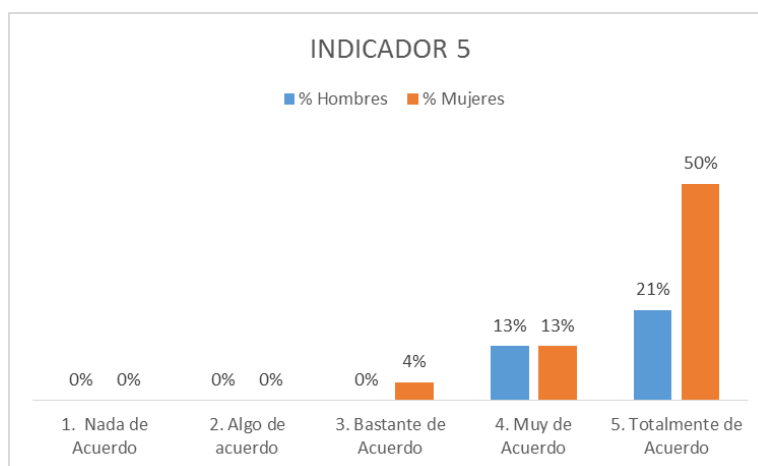
En el cuarto indicador se puede observar que el 100% afirma que sí pueden definir sus sentimientos, este porcentaje cuenta con 16 mujeres y 8 hombres, indicando que la totalidad de los recepcionistas frecuentemente puede definir sus sentimientos, el 21% de los recepcionistas (2 mujeres y 3 hombres) están bastante de acuerdo, el 51% (8 mujeres y 4 hombres) están muy de acuerdo y el 29% restante (6 mujeres y 1 hombre) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la comprensión de sentimientos como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 5. El recepcionista casi siempre sabe cómo se siente.

Tabla 10

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 5.

INDICADOR 5				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	0	0	0%	0%
3. Bastante de Acuerdo	0	1	0%	4%
4. Muy de Acuerdo	3	3	13%	13%
5. Totalmente de Acuerdo	5	12	21%	50%
TOTAL	8	16	33%	67%

*Figura 5* Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 5.

En este quinto indicador se puede observar que el 0% de los recepcionistas, casi siempre no saben cómo se sienten mientras el 100% afirma que sí, este porcentaje cuenta con 16 mujeres y 8 hombres, indicando que la totalidad de los recepcionistas casi siempre saben cómo se sienten, el 4% de los recepcionistas (1 mujer) están bastante de acuerdo, el 26% (3 mujeres y 3 hombres)

están muy de acuerdo y el 71% restante (12 mujeres y 5 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la comprensión de sentimientos como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 6. El recepcionista a menudo se da cuenta de sus sentimientos en diferentes situaciones.

Tabla 11

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 6.

INDICADOR 6				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	0	0	0%	0%
3. Bastante de Acuerdo	0	0	0%	0%
4. Muy de Acuerdo	4	5	17%	21%
5. Totalmente de Acuerdo	4	11	17%	46%
TOTAL	8	16	33%	67%

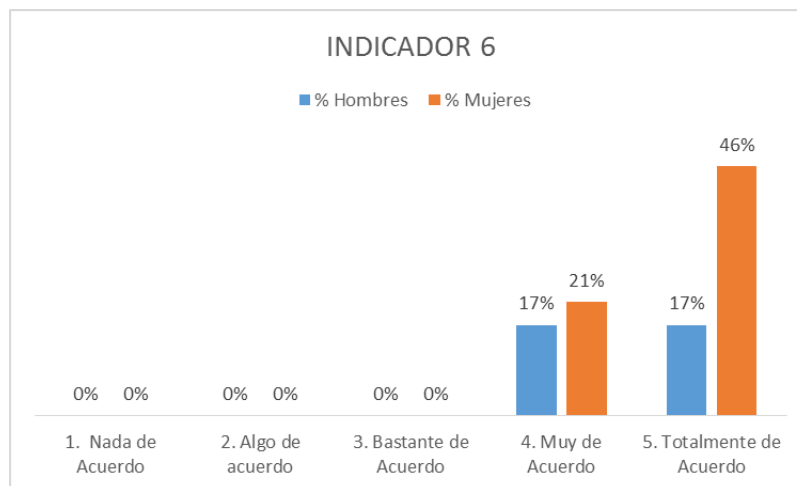


Figura 6 Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 6.

En este sexto indicador se puede observar que el 0% de los recepcionistas, a menudo no se da cuenta de sus sentimientos en diferentes situaciones, mientras el 100% de los encuestados afirma que sí, este porcentaje cuenta con 16 mujeres y 8 hombres, indicando que la totalidad de los recepcionistas a menudo se da cuenta de sus sentimientos en diferentes situaciones, el 38% (3 mujeres y 3 hombres) están muy de acuerdo y el 62% restante (11 mujeres y 4 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la comprensión de sentimientos como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 7. El recepcionista intenta tener pensamientos positivos, aunque se sienta mal.

Tabla 12

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 7.

INDICADOR 7				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	0	0	0%	0%
3. Bastante de Acuerdo	0	0	0%	0%
4. Muy de Acuerdo	5	3	21%	13%
5. Totalmente de Acuerdo	3	13	13%	54%
TOTAL	8	16	33%	67%

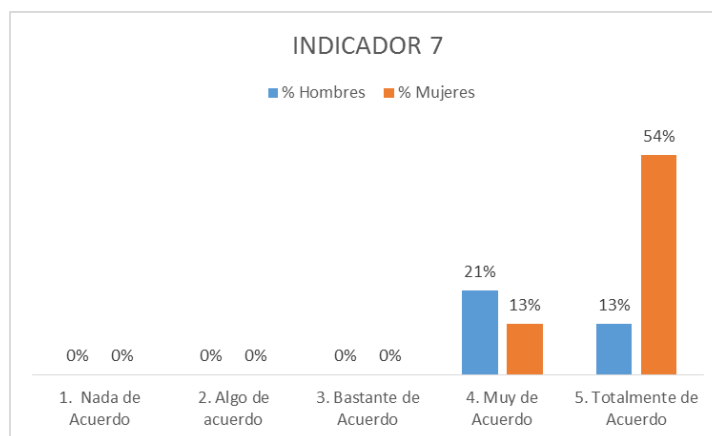


Figura 7 Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 7.

En este séptimo indicador se puede observar que toda la población intenta tener pensamientos positivos, este porcentaje cuenta con 16 mujeres y 8 hombres, indicando que la totalidad de los recepcionistas intenta tener pensamientos positivos, aunque se sienta mal, el 34% (3 mujeres y 5 hombres) están muy de acuerdo y el 66% restante (13 mujeres y 3 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la regulación emocional como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 8. El recepcionista tiene mucha energía cuando se siente feliz.

Tabla 13

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 8.

INDICADOR 8				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	0	0	0%	0%
3. Bastante de Acuerdo	0	0	0%	0%
4. Muy de Acuerdo	2	2	8%	8%
5. Totalmente de Acuerdo	6	14	25%	58%
TOTAL	8	16	33%	67%

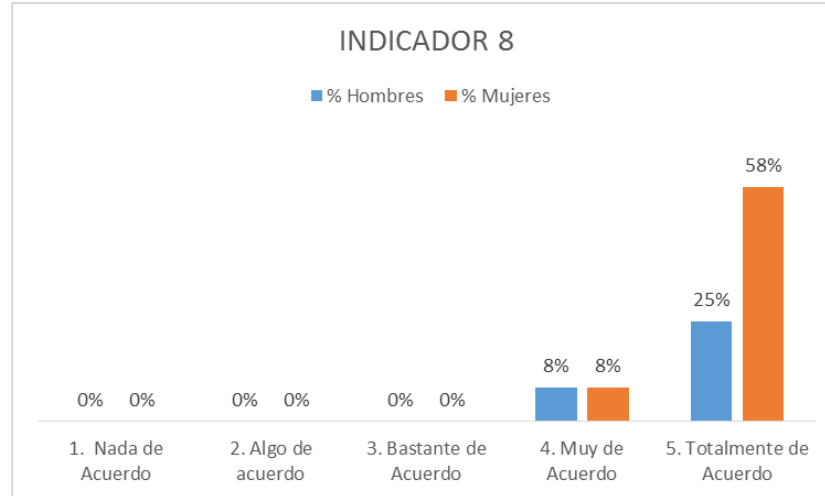


Figura 8 Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 8.

En este octavo indicador se puede observar que el 0% de los recepcionistas no tiene mucha energía cuando se siente feliz, mientras el 100% de los encuestados afirma que sí, este porcentaje cuenta con 16 mujeres y 8 hombres, indicando que la totalidad de los recepcionistas tiene mucha energía cuando se siente feliz, el 16% (8 mujeres y 8 hombres) están muy de acuerdo y el 84% restante (14 mujeres y 6 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la regulación emocional como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 9. El recepcionista se preocupa por tener un buen estado de ánimo.

Tabla 14

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 9.

INDICADOR 9				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	0	0	0%	0%
3. Bastante de Acuerdo	0	0	0%	0%

INDICADOR 9				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
4. Muy de Acuerdo	5	10	21%	42%
5. Totalmente de Acuerdo	3	6	13%	25%
TOTAL	8	16	33%	67%

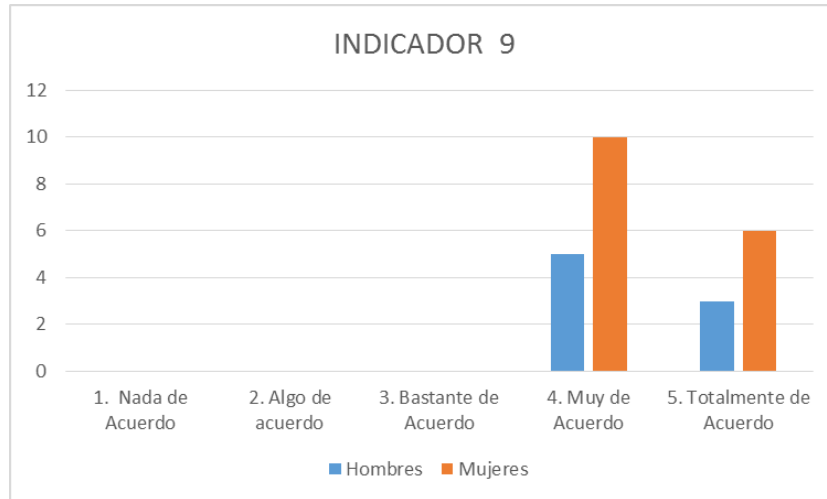


Figura 9 Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 9.

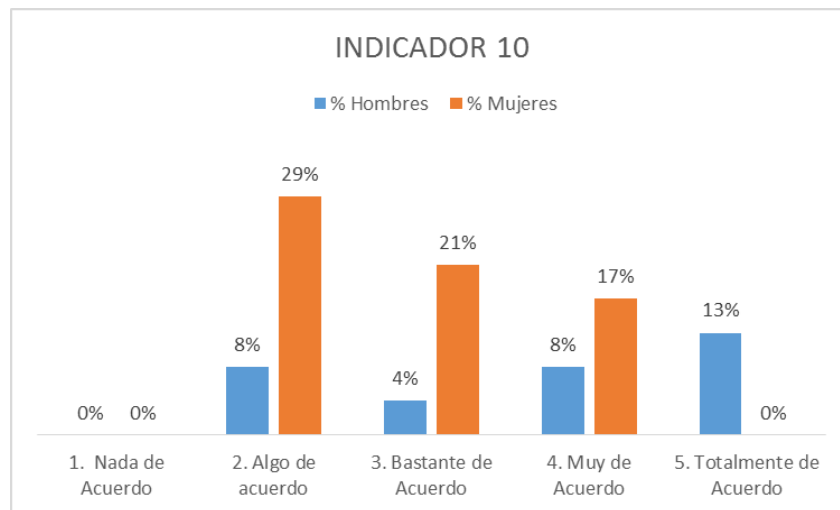
En este noveno indicador se puede observar el 0% indica que la totalidad de los recepcionistas no se preocupa por tener un buen estado de ánimo, el 63% (10 mujeres y 5 hombres) están muy de acuerdo y el 37% restante (6 mujeres y 3 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la regulación emocional como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 10. El recepcionista dedica tiempo a pensar en sus emociones.

Tabla 15

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 10.

INDICADOR 10				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	2	7	8%	29%
3. Bastante de Acuerdo	1	5	4%	21%
4. Muy de Acuerdo	2	4	8%	17%
5. Totalmente de Acuerdo	3	0	13%	0%
TOTAL	8	16	33%	67%

*Figura 10* Porcentaje y resultados generales de según los recepcionistas en el indicador 10.

En este décimo indicador se puede observar que el 0% de los recepcionistas no dedica tiempo a pensar en sus emociones, mientras el 100% afirma que sí, este porcentaje cuenta con 16 mujeres y 8 hombres, indicando que la totalidad de los recepcionistas dedica tiempo a pensar en sus emociones, el 37% (7 mujeres y 2 hombres) está algo de acuerdo, el 25% (5 mujeres y 1 hombre)

está bastante de acuerdo, otro 25% (4 mujeres y 2 hombres) está muy de acuerdo y el 13% restante (3 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la percepción de sentimientos y emociones como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 11. El recepcionista piensa que merece la pena prestar atención a sus emociones y estado de ánimo.

Tabla 16

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 11.

INDICADOR 11				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	0	3	0%	13%
3. Bastante de Acuerdo	4	9	17%	38%
4. Muy de Acuerdo	2	4	8%	17%
5. Totalmente de Acuerdo	2	0	8%	0%
TOTAL	8	16	33%	67%

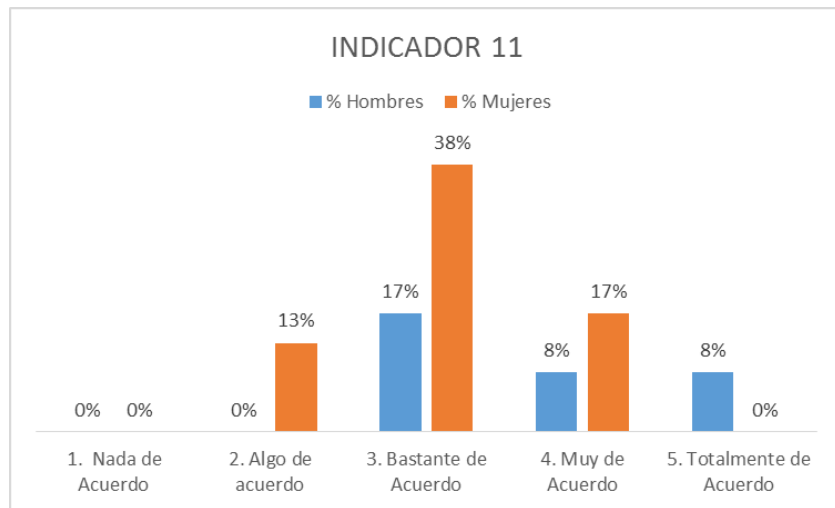


Figura 11 Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 11.

En este undécimo indicador se puede observar que el 0% de los recepcionistas no piensa que merece la pena prestar atención a sus emociones y estado de ánimo, mientras el 100% afirma que sí, este porcentaje cuenta con 16 mujeres y 8 hombres, indicando que la totalidad de los recepcionistas piensa que merece la pena prestar atención a sus emociones y estado de ánimo, el 13% (3 mujeres) está algo de acuerdo, el 55% (9 mujeres y 4 hombres) está bastante de acuerdo, un 25% (4 mujeres y 2 hombres) está muy de acuerdo y el 8% restante (2 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la percepción de sentimientos y emociones como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

Indicador 12. El recepcionista presta mucha atención a lo que siente (sentimientos propios).

Tabla 17

Cantidad y Porcentaje de participación según los recepcionistas en el indicador 12.

INDICADOR 12				
ITEM	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
1. Nada de Acuerdo	0	0	0%	0%
2. Algo de acuerdo	1	0	4%	0%
3. Bastante de Acuerdo	2	0	8%	0%
4. Muy de Acuerdo	3	10	13%	42%
5. Totalmente de Acuerdo	2	6	8%	25%
TOTAL	8	16	33%	67%

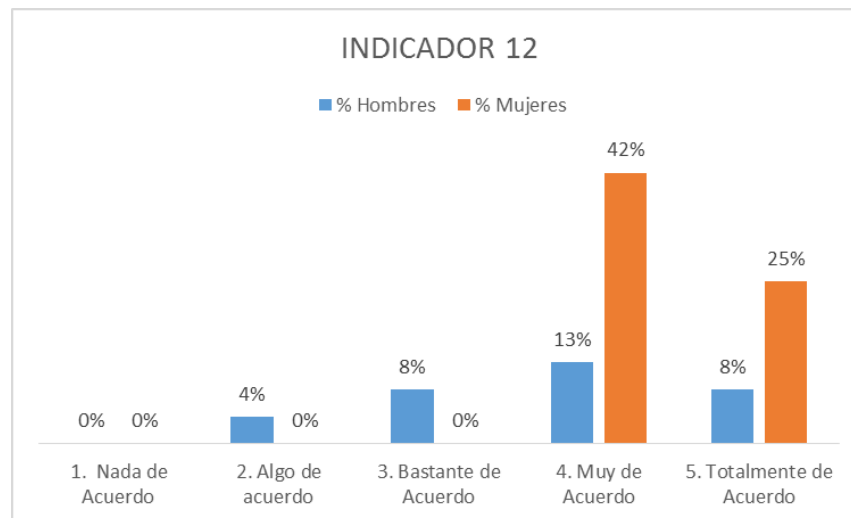


Figura 12 Porcentaje y resultados generales según los recepcionistas en el indicador 12.

En este duodécimo indicador se puede observar que el 0% de los recepcionistas no presta mucha atención a lo que siente (sentimientos propios), mientras el 100% afirma que sí, este porcentaje cuenta con 16 mujeres y 8 hombres, indicando que la totalidad de los recepcionistas presta mucha atención a lo que siente (sentimientos propios), el 4% (1 hombre) está algo de acuerdo, el 8% (2 hombres) está bastante de acuerdo, un 55% (10 mujeres y 3 hombres) está muy de acuerdo y el 33% restante (6 mujeres y 2 hombres) están totalmente de acuerdo. Este indicador analiza la percepción de sentimientos y emociones como componente básico de las habilidades blandas que se relacionan con inteligencia emocional.

La lista de selección de habilidades blandas aplicada a los recepcionistas mostró los siguientes resultados que se ven en la tabla 18 donde se pueden observar el promedio de cada habilidad de acuerdo con las respuestas que dieron los 8 recepcionistas hombres y en la tabla 19 respuesta de acuerdo con las 16 recepcionistas mujeres.

Tabla 18

Promedio de cada habilidad de acuerdo con hombres encuestados.

RESULTADOS DE PRUEBAS EN HOMBRES					
HABILIDAD	1	2	3	4	5
Proactividad.	0	2	5	1	0
Disposición al aprendizaje.	0	0	2	4	2
Capacidad de decisión.	0	0	2	5	1
Capacidad de control.	0	1	2	4	1
Capacidad de adaptación al cambio.	0	0	3	3	2
Creatividad en la solución de problemas.	0	1	3	3	1
Tolerancia.	0	0	0	2	6
Empatía.	0	0	0	1	7
Humildad.	0	0	1	4	3
Comprensión	0	0	0	3	5
Imparcialidad.	0	0	3	3	2
Dinámico	0	0	1	2	5
Autonomía.	0	0	1	2	5
Orden.	0	0	2	3	3
Disciplina.	0	0	1	4	3
Escuchar activamente.	0	0	1	4	3
Capacidad de analizar.	0	0	3	3	2
Honestidad	0	0	0	0	8
Eficiente	0	0	2	5	1
Confianza en sí mismo.	0	1	2	3	2
Capacidad de automotivarse.	0	0	2	2	4
Resiliencia.	0	0	1	2	5
Trabajo en Equipo.	0	0	1	1	6
Capacidad de cooperación.	0	1	1	3	3
Capacidad de liderazgo	0	0	1	3	4
Actitud solidaria.	0	0	0	3	5
Respeto.	0	0	0	0	8

RESULTADOS DE PRUEBAS EN HOMBRES					
HABILIDAD	1	2	3	4	5
Responsabilidad.	0	0	0	0	8
Manejo de conflictos.	0	0	1	4	4
Capacidad para comunicarse.	0	0	1	4	3
Relaciones interpersonales	0	0	1	3	4

Tabla 19

Promedio de cada habilidad de acuerdo con hombres encuestados.

RESULTADOS DE PRUEBAS EN MUJERES					
HABILIDAD	1	2	3	4	5
Proactividad.	0	2	4	8	2
Disposición al aprendizaje.	0	0	3	5	8
Capacidad de decisión.	0	1	1	2	12
Capacidad de control.	0	1	2	9	4
Capacidad de adaptación al cambio.	0	0	3	6	7
Creatividad en la solución de problemas.	0	1	3	3	9
Tolerancia.	0	5	8	2	1
Empatía.	0	0	1	4	11
Humildad.	0	0	3	3	13
Comprensión	0	0	0	5	11
Imparcialidad.	0	2	4	4	6
Dinámico	0	0	3	5	8
Autonomía.	0	0	4	3	9
Orden.	0	0	3	10	3
Disciplina.	0	0	2	3	14
Escuchar activamente.	0	0	3	3	10
Capacidad de analizar.	0	0	3	11	2
Honestidad	0	0	0	3	13
Eficiente	0	0	2	7	7
Confianza en sí mismo.	0	1	1	4	10

RESULTADOS DE PRUEBAS EN MUJERES					
HABILIDAD	1	2	3	4	5
Capacidad de automotivarse.	0	0	2	8	6
Resiliencia.	0	0	1	3	12
Trabajo en Equipo.	0	0	6	8	2
Capacidad de cooperación.	0	0	3	10	3
Capacidad de liderazgo	0	2	5	5	4
Actitud solidaria.	0	0	0	9	7
Respeto.	0	0	0	0	16
Responsabilidad.	0	1	1	2	12
Manejo de conflictos.	0	0	2	4	9
Capacidad para comunicarse.	0	0	0	4	12
Relaciones interpersonales	0	0	0	2	14

Tabla 20

Promedio de cada habilidad blanda.

HABILIDAD	H	M	PROMEDIO
Proactividad.	2,88	3,63	3,25
Disposición al aprendizaje.	4,00	4,31	4,16
Capacidad de decisión.	3,88	4,56	4,22
Capacidad de control.	3,63	4,00	3,81
Capacidad de adaptación al cambio.	3,88	4,25	4,06
Creatividad en la solución de problemas.	3,50	4,25	3,88
Tolerancia.	4,75	2,94	3,84
Empatía.	4,88	4,63	4,75
Humildad.	4,25	4,44	4,34
Comprensión	4,63	4,69	4,66
Imparcialidad.	3,88	3,88	3,88
Dinámico	4,50	4,31	4,41
Autonomía.	4,50	4,31	4,41

HABILIDAD	H	M	PROMEDIO
Orden.	4,13	4,00	4,06
Disciplina.	4,25	4,56	4,41
Escuchar activamente.	4,25	4,44	4,34
Capacidad de analizar.	3,88	3,94	3,91
Honestidad	5,00	4,81	4,91
Eficiente	3,88	4,31	4,09
Confianza en sí mismo.	3,75	4,44	4,09
Capacidad de automotivarse.	4,25	4,25	4,25
Resiliencia.	4,50	4,69	4,59
Trabajo en Equipo.	4,63	3,75	4,19
Capacidad de cooperación.	4,00	4,00	4,00
Capacidad de liderazgo	4,38	3,69	4,03
Actitud solidaria.	4,63	4,44	4,53
Respeto.	5,00	5,00	5,00
Responsabilidad.	5,00	4,56	4,78
Manejo de conflictos.	4,88	4,19	4,53
Capacidad para comunicarse.	4,25	4,75	4,50
Relaciones interpersonales	4,38	4,88	4,63

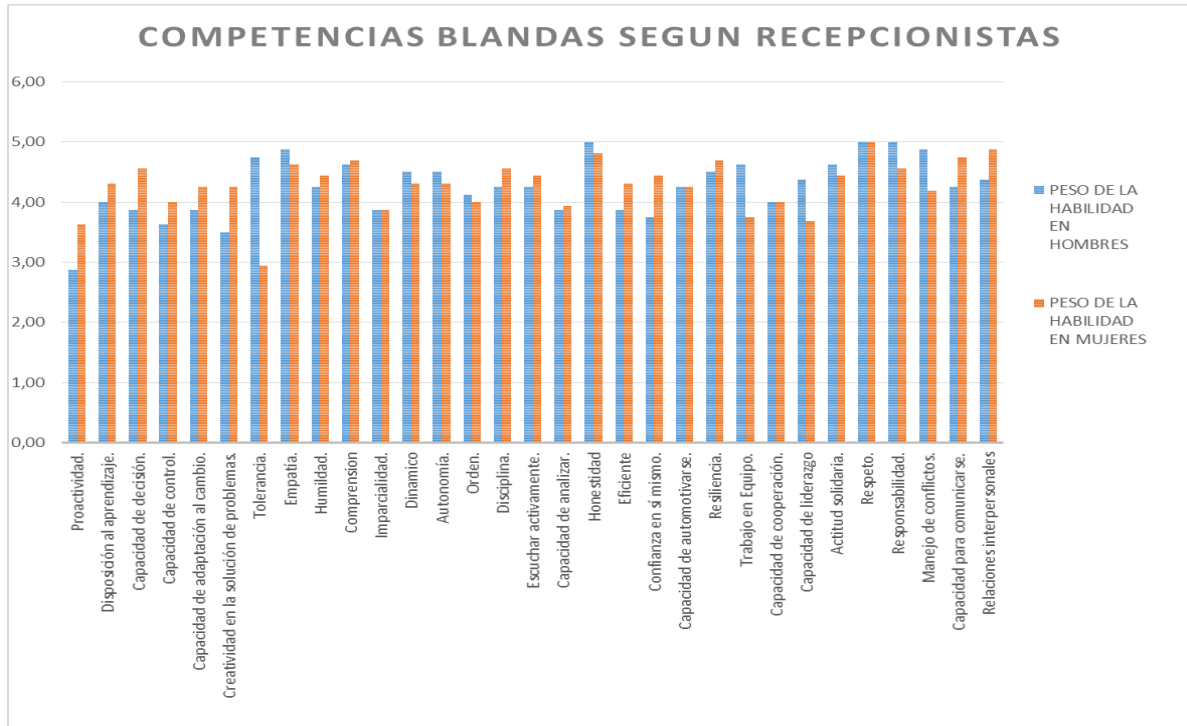


Figura 13 Diagrama de barras de la priorización de las habilidades blandas según recepcionistas entrevistados.

5.1.2 Resultados de aplicación de instrumentos estadísticos a los usuarios

Pregunta 1. ¿Edad?

Tabla 21

Frecuencia y porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 1.

PREGUNTA 1		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-30	18	25%
31- 40	25	35%
41-50	15	21%
51-60	8	11%

PREGUNTA 1		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
61 o más	6	8%
TOTAL	72	100%

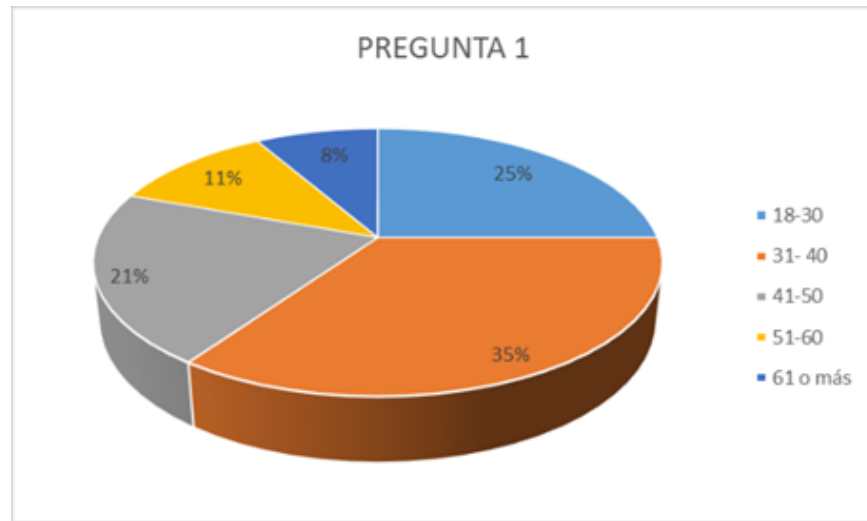


Figura 14. Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 1.

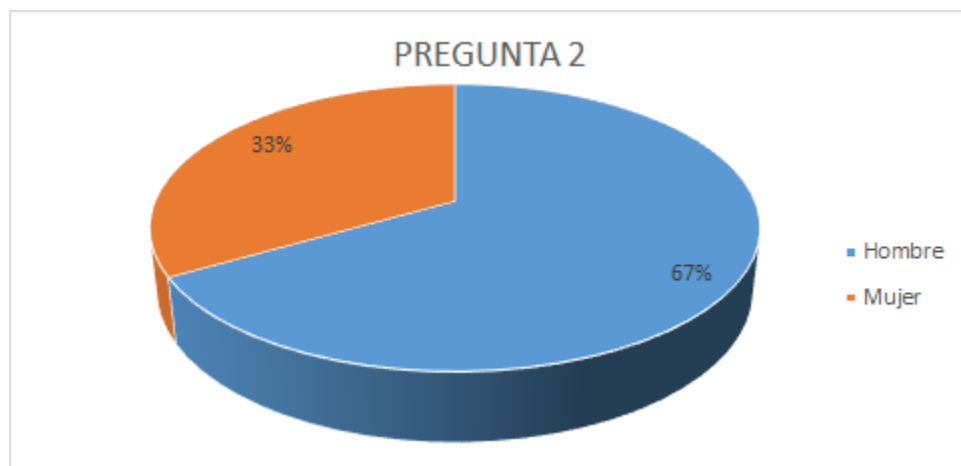
En esta pregunta se puede observar que el 25% de los huéspedes (18 encuestados) tienen entre 18 y 30 años, el 35% (25 encuestados) tienen entre 31 y 40 años, el 21% (15 encuestados) tienen entre 41 y 50 años, el 11% (8 encuestados) tienen entre 51 y 60 años y el 8% restante (6 encuestados) tiene más de 60 años. Se puede observar que el 56% de los huéspedes encuestados tienen entre 30 y 50 años.

Pregunta 2. ¿Género?

Tabla 22

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 2.

PREGUNTA 2		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombre	48	67%
Mujer	24	33%
TOTAL	72	100%

*Figura 15 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 2.*

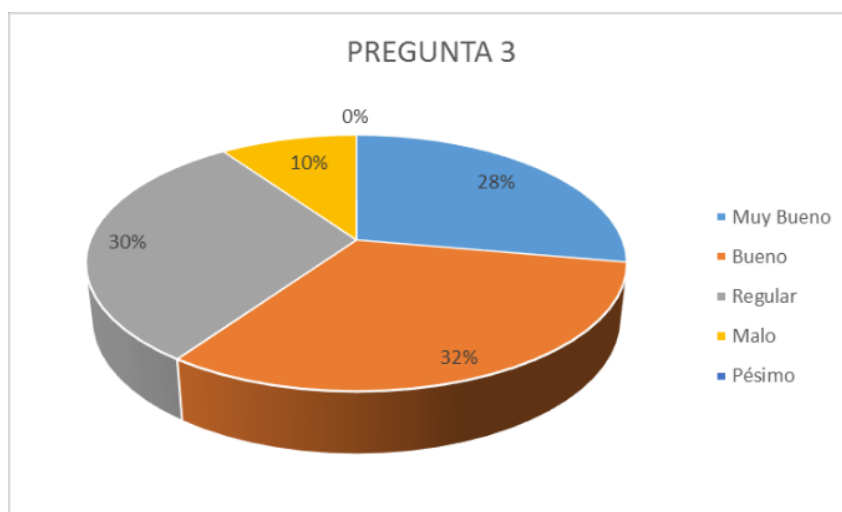
En esta pregunta se puede observar que el 67% de los huéspedes (48 encuestados) son hombres y el 33% (24 encuestados) son mujeres. Se puede observar que la mayoría de los huéspedes encuestados son de género masculino.

Pregunta 3. ¿Cómo fue el trato que recibió en la recepción al llegar?

Tabla 23

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 3.

PREGUNTA 3		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	20	28%
Bueno	23	32%
Regular	22	31%
Malo	7	10%
Pésimo	0	0%
TOTAL	72	100%

*Figura 16 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 3.*

En esta pregunta se puede observar que el 28% de los huéspedes (20 encuestados) recibieron muy buen trato por parte de la recepción al llegar al hotel, el 32% (23 encuestados) recibieron buen trato, el 31% (22 encuestados) recibieron regular trato y el 10% restante recibieron mal trato,

ninguno dice recibir un pésimo trato. Se puede observar que el 60% de los huéspedes encuestados recibieron un buen trato.

Pregunta 4. ¿Cómo fue el trato que recibió en la recepción durante su estadía en el hotel?

Tabla 24

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 4.

PREGUNTA 4		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	9	13%
Bueno	24	33%
Regular	29	40%
Malo	10	14%
Pésimo	0	0%
TOTAL	72	100%

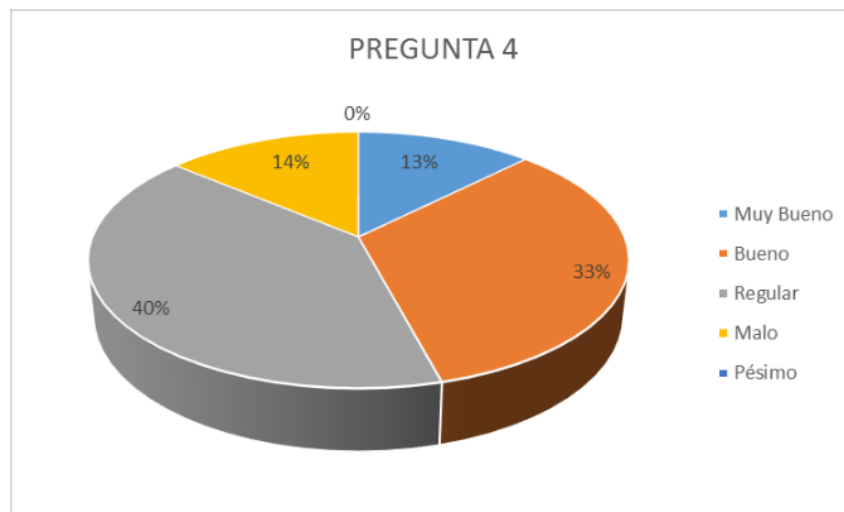


Figura 17 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 4.

En esta pregunta se puede observar que el 13% de los huéspedes (9 encuestados) recibieron muy buen trato por parte de la recepción durante su estadía en el hotel, el 33% (24 encuestados)

recibieron buen trato, el 40% (29 encuestados) recibieron regular trato y el 14% restante recibieron mal trato, ninguno dice recibir un pésimo trato. Se puede observar que el 46% de los huéspedes encuestados recibieron un buen trato.

Pregunta 5. ¿Cómo fue el trato que recibió en la recepción al finalizar su estadía en el hotel?

Tabla 25

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 5.

PREGUNTA 5		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	35	49%
Bueno	30	42%
Regular	7	10%
Malo	0	0%
Pésimo	0	0%
TOTAL	72	100%

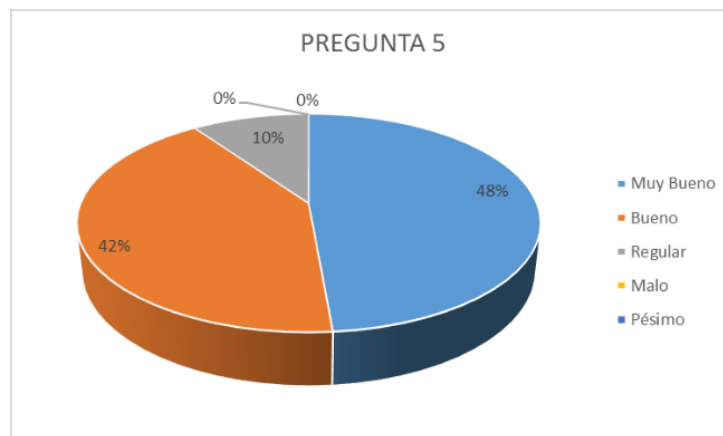


Figura 18 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 5.

En esta pregunta se puede observar que el 49% de los huéspedes (35 encuestados) recibieron muy buen trato por parte de la recepción al finalizar su estadía en el hotel, el 41% (30 encuestados) recibieron buen trato y el 10% restante (7 encuestados) recibieron regular trato, ninguno dice recibir un mal o pésimo trato. Se puede observar que el 90% de los huéspedes encuestados recibieron un buen trato.

Pregunta 6. ¿Cómo califica la presentación personal de los en trabajadores recepción?

Tabla 26

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 6.

PREGUNTA 6		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	43	60%
Bueno	21	29%
Regular	8	11%
Malo	0	0%
Pésimo	0	0%
TOTAL	72	100%

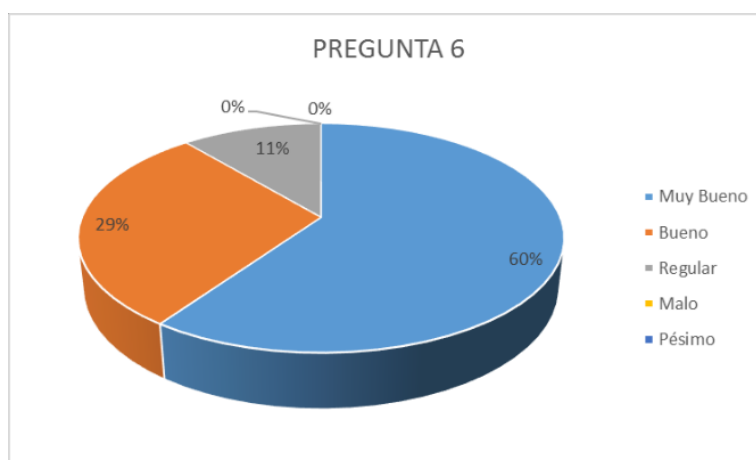


Figura 19 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 6.

En esta pregunta se puede observar que el 60% de los huéspedes (43 encuestados) creen que los trabajadores de la recepción tienen muy buena presentación personal, el 29% (21 encuestados) creen que tienen buena presentación y el 11% restante (8 encuestados) creen que tienen regular presentación, ninguno dice tener mal o pésima presentación. Se puede observar que el 89% de los huéspedes encuestados creen que el personal de recepción tiene buena presentación.

Pregunta 7. ¿Cómo califica la orientación proporcionada por el personal de recepción en su demanda de servicio?

Tabla 27

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 7.

PREGUNTA 7		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	39	54%
Bueno	28	39%
Regular	3	4%
Malo	2	3%
Pésimo	0	0%
TOTAL	72	100%

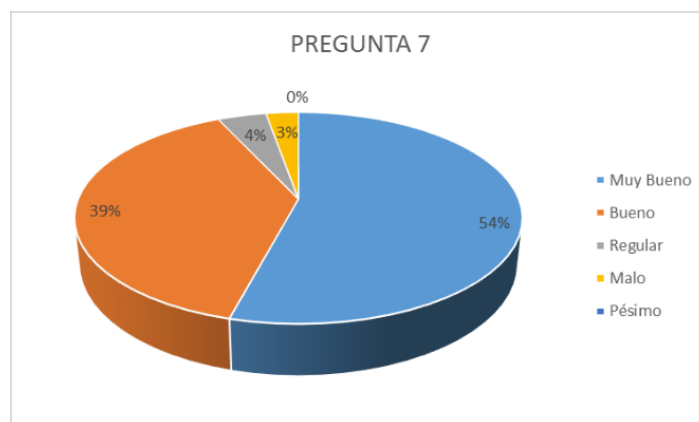


Figura 20 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 7.

En esta pregunta se puede observar que el 54% de los huéspedes (39 encuestados) creen que la orientación proporcionada por el personal de recepción en su demanda de servicios es muy buena, el 39% (28 encuestados) creen que la orientación es buena, el 4% (8 encuestados) creen que es regular y el 3% restante dice que es mala (2 encuestados), ninguno dice que es pésima. Se puede observar que el 93% de los huéspedes encuestados creen que la orientación proporcionada por el personal de recepción en su demanda de servicios es buena.

Pregunta 8.A. ¿Cómo califica la comunicación verbal (Tono de voz), con el personal de recepción?

Tabla 28

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 8.A

PREGUNTA 8		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy agradable	20	28%
Agradable	28	39%
Normal	24	33%
Desagradable	0	0%
Muy desagradable	0	0%
TOTAL	72	100%

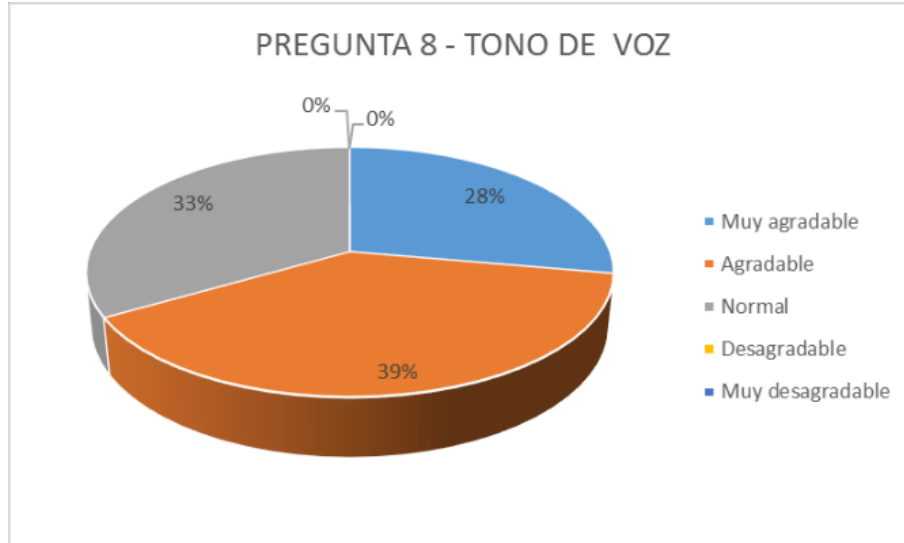


Figura 21 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 8.

En esta pregunta se puede observar que el 28% de los huéspedes (20 encuestados) creen que el tono de voz usado por el personal de recepción es muy agradable, el 39% (28 encuestados) creen que es agradable, el 33% (24 encuestados) creen que es normal y ninguno dice que es desagradable o muy desagradable. Se puede observar que el 67% de los huéspedes encuestados creen que el tono de voz usado por el personal de recepción es agradable.

Pregunta 8.B. ¿Cómo califica la comunicación verbal (Atención visual), con el personal de recepción?

Tabla 29

Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 8.

PREGUNTA 8		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Le veía y ponía atención	53	74%
No le veía	12	17%
Le escuchaba, pero veía hacia otro lado.	7	10%

PREGUNTA 8

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No le veía y hablaba con alguien más.	0	0%
Tuvo que repetirle varias veces, para que le viera y pusiera atención.	0	0%
TOTAL	72	100%

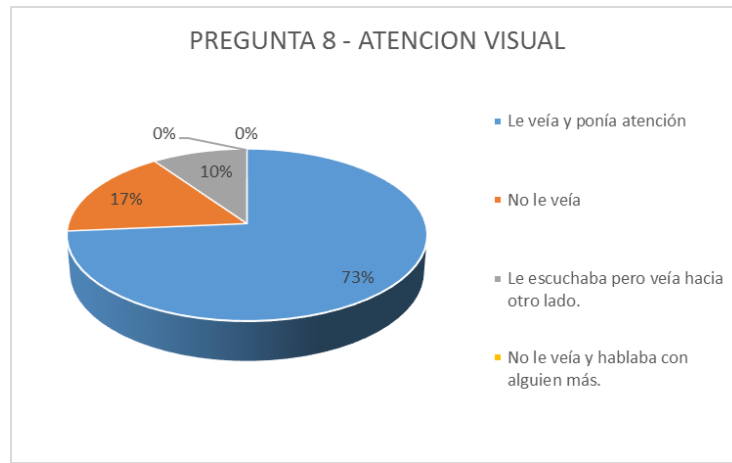


Figura 22 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 8.B.

En esta pregunta se puede observar que el 74% de los huéspedes (53 encuestados) dicen que el recepcionista le veía y ponía atención mientras se comunicaban, el 17% (12 encuestados) creen que el recepcionista no le veía, el 10% restante (7 encuestados) creen que el recepcionista le escuchaba pero veía hacia otro lado y ninguno dice que no le veía o tuvo que repetirle varias veces para que le viera y pusiera atención. Se puede observar que el 74 % de los huéspedes encuestados dicen que el recepcionista le veía y ponía atención mientras se comunicaban.

Pregunta 9. ¿Cómo califica la importancia dada, a la demanda de su servicio por parte del personal de recepción del hotel?

Tabla 30

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 9.

PREGUNTA 9		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	11	15%
Importante	53	74%
Poco importante	8	11%
Sin importancia	0	0%
TOTAL	72	100%

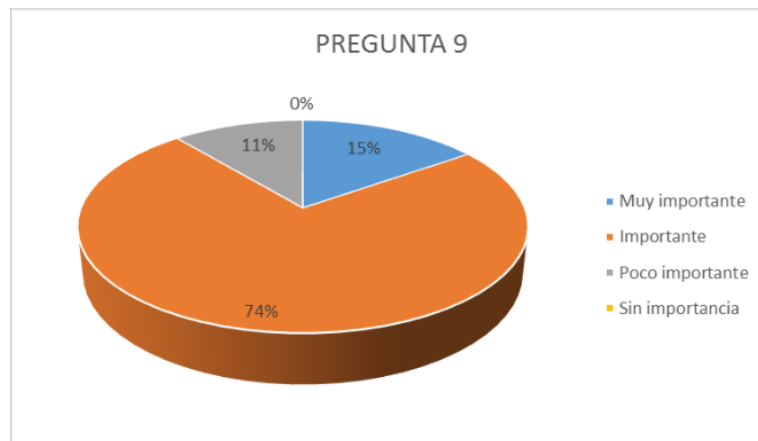


Figura 23 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 9.

En esta pregunta se puede observar que el 15% de los huéspedes (11 encuestados) califica la importancia dada, a la demanda de su servicio por parte del personal de recepción del hotel como muy importante, el 74% (53 encuestados) la califica como importante, el 11% restante (8

encuestados) la califica como poco importante, ninguno de los clientes la califica sin importancia. Se puede observar que el 89 % de los huéspedes encuestados la califica como importante.

Pregunta 10. ¿Cómo califica la comprensión y empatía brindada por el personal de recepción, al prestarle el servicio que usted solicito?

Tabla 31

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 10 – Comprensión.

PREGUNTA 10 – COMPRENSION		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	8	11%
Importante	50	69%
Poco importante	12	17%
Sin importancia	2	3%
TOTAL	72	100%

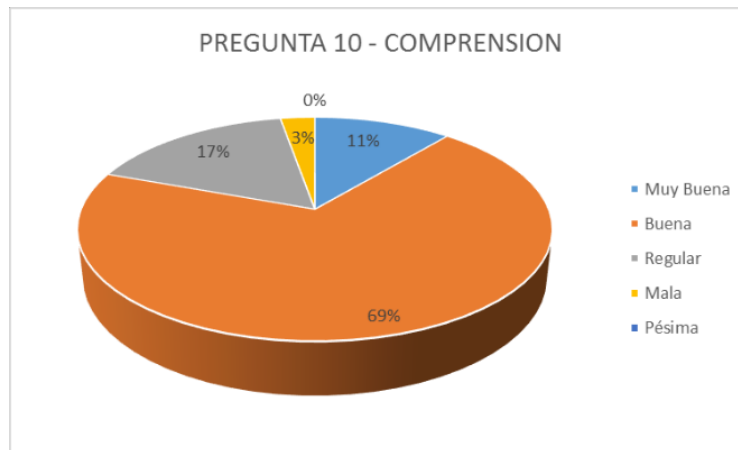


Figura 24 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 10 - Comprensión.

En esta pregunta se puede observar que el 11% de los huéspedes (8 encuestados) califica la comprensión brindada por el personal de recepción al prestarle el servicio que le solicitó como

muy importante, el 69% (50 encuestados) la califica como importante, el 17% (12 encuestados) la califica como poco importante y el 3% restante (2 encuestados) la califica sin importancia. Se puede observar que el 80 % de los huéspedes la califica como importante.

Tabla 32

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 10 – Empatía.

PREGUNTA 10 – EMPATIA		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	14	19%
Importante	47	65%
Poco importante	6	8%
Sin importancia	5	7%
Muy importante	0	0%
TOTAL	72	100%

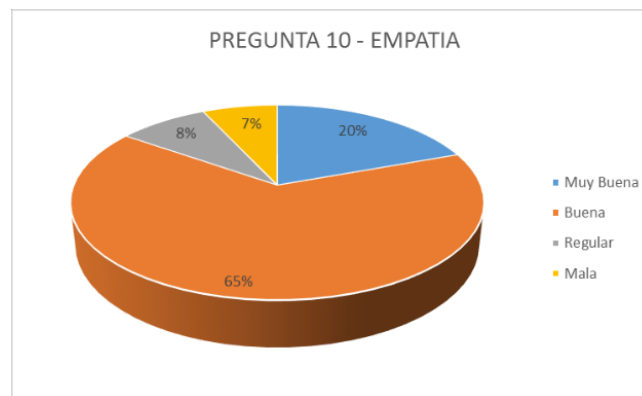


Figura 25 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 10 - Empatía.

En esta pregunta se puede observar que el 19% de los huéspedes (14 encuestados) califica la empatía brindada por el personal de recepción al prestarle el servicio que le solicitó como muy importante, el 65% (47 encuestados) la califica como importante, el 8% (6 encuestados) la califica

como poco importante y el 7% restante (5 encuestados) la califica sin importancia. Se puede observar que el 84 % de los huéspedes la califica como importante.

Pregunta 11. ¿Cumplió sus expectativas el servicio que le brindo el personal de recepción del hotel?

Tabla 33

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 11.

PREGUNTA 11		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	63	88%
No	9	12%
TOTAL	72	100%

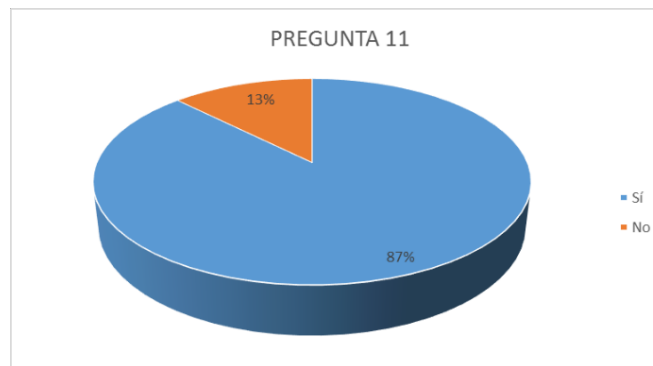


Figura 26 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 11.

En esta pregunta se puede observar que el 88% de los huéspedes (63 encuestados) dicen que sí cumplió sus expectativas el servicio que le brindo el personal de recepción del hotel y el 12% (9 encuestados) dicen que no. Se puede observar que la gran mayoría de los huéspedes encuestados dicen que sí.

Pregunta 12. ¿Qué espera usted del servicio que le brinda el personal de recepción del hotel?

Tabla 34

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 12.

PREGUNTA 12		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Que la atención sea rápida	20	28%
Que la atención sea con amabilidad y cortesía	35	49%
Que sea verdad la información acerca de la comodidad y limpieza	12	17%
Que haya seguridad	5	7%
TOTAL	72	100%

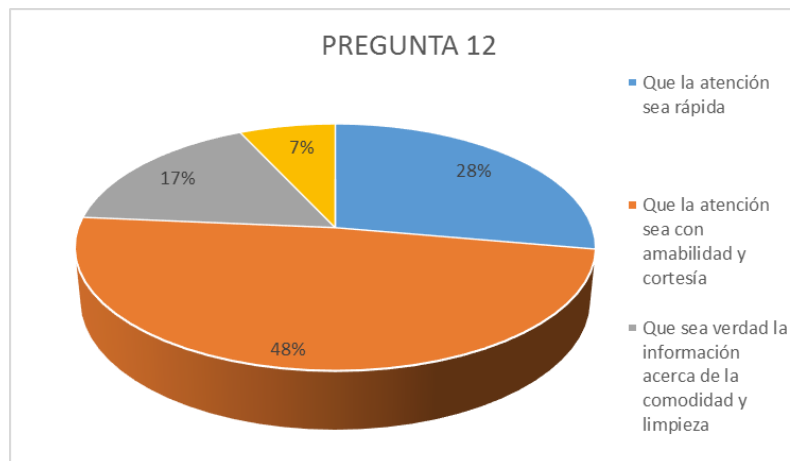


Figura 27 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 12.

En esta pregunta se puede observar que el 28% de los huéspedes (20 encuestados) espera que la atención que le brinda el personal de recepción del hotel sea rápida, el 49% (35 encuestados) espera que la atención sea con amabilidad y cortesía, el 17% (12 encuestados) dice que sea verdad

la información acerca de la comodidad y limpieza y el 7% restante (5 encuestados) dice que haya seguridad. Se puede observar que aproximadamente la mitad de los huéspedes prefieren que la atención sea con amabilidad y cortesía.

Pregunta 13. ¿Cómo ha sido su tiempo de espera en la recepción mientras le atendían?

Tabla 35

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 13.

PREGUNTA 13		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Agradable	14	19%
Agradable	23	32%
Indiferente	20	28%
Pésimo	15	21%
TOTAL	72	100%

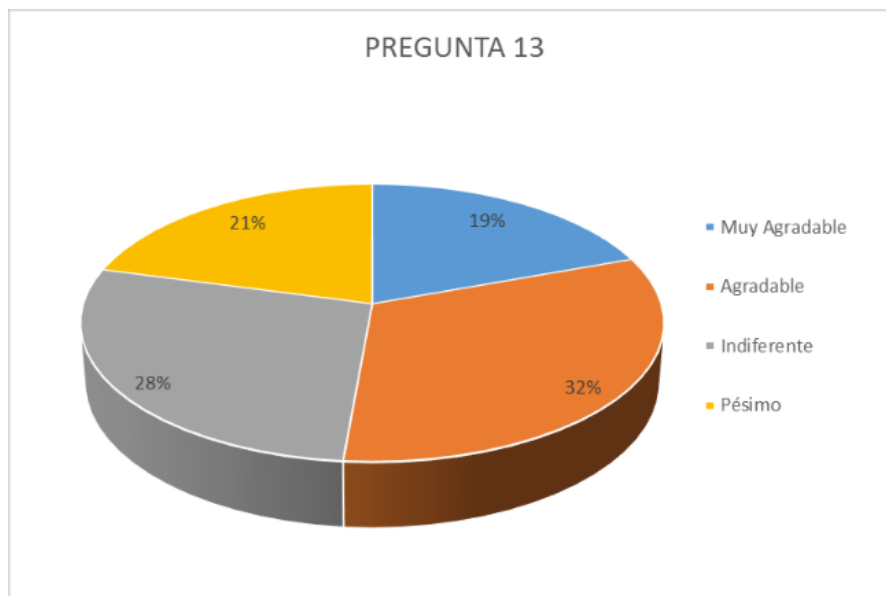


Figura 28 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 13.

En esta pregunta se puede observar que el 19% de los huéspedes (14 encuestados) dice que su tiempo de espera en la recepción mientras le atendían fue muy agradable, el 32% (23 encuestados) dice que fue agradable, el 28% (20 encuestados) dice que fue indiferente y el 21% restante (15 encuestados) dice que es pésimo. Se puede observar que el 51% de los huéspedes dicen que su tiempo de espera en la recepción mientras le atendían fue agradable.

Pregunta 14. ¿Considera usted que el tiempo de prestación del servicio es?

Tabla 36

Frecuencia y Porcentaje de participación según los huéspedes a la pregunta 14.

PREGUNTA 14		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy ágil y rápido	15	21%
Ágil y rápido	26	36%
Indiferente	15	21%
Lento	12	17%
Muy lento	4	6%
TOTAL	72	100%

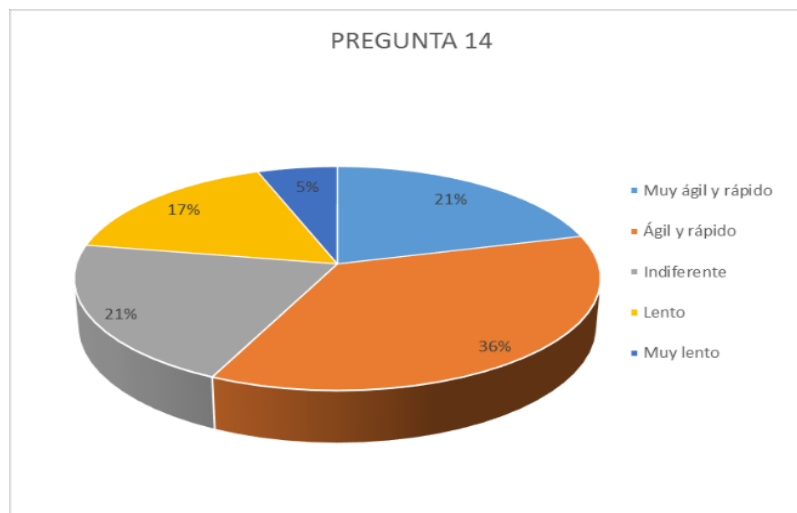


Figura 29 Porcentaje y resultados generales según los huéspedes a la pregunta 14.

En esta pregunta se puede observar que el 21% de los huéspedes (15 encuestados) dice que el tiempo de prestación del servicio en la recepción fue muy ágil y rápido, el 36% (26 encuestados) dice que fue ágil y rápido, el 21% (15 encuestados) dice que fue indiferente, el 17% (12 encuestados) dice que fue lento y el 6% restante (4 encuestados) dice que fue muy lento. Se puede observar que el 57% de los huéspedes dicen que el tiempo de prestación del servicio en la recepción fue ágil y rápido.

La lista de selección de habilidades blandas aplicada a los usuarios mostró los siguientes resultados que se ven en la siguiente tabla donde se pueden observar el promedio de cada habilidad de acuerdo con las respuestas que dieron los 72 huéspedes encuestados.

Tabla 37

Resultados de selección de habilidades blandas de acuerdo con los huéspedes encuestados

HABILIDAD	1	2	3	4	5	PROMEDIO
Proactividad.	0	4	13	15	40	4,26
Disposición al aprendizaje.	0	13	24	30	5	3,38
Capacidad de decisión.	0	3	9	21	39	4,33
Capacidad de control.	0	7	25	23	17	3,69
Capacidad de adaptación al cambio.	0	3	15	30	24	4,04
Creatividad en la solución de problemas.	0	4	7	27	34	4,26
Tolerancia.	0	2	12	27	31	4,21
Empatía.	0	0	3	15	54	4,71
Humildad.	0	2	9	30	31	4,25
Comprensión	0	0	7	18	47	4,56
Imparcialidad.	0	2	5	30	35	4,36
Dinámico	0	3	12	20	37	4,26
Autonomía.	0	0	12	26	34	4,31
Orden.	0	2	14	32	24	4,08

HABILIDAD	1	2	3	4	5	PROMEDIO
Disciplina.	0	0	10	22	40	4,42
Escuchar activamente.	0	2	5	36	29	4,28
Capacidad de analizar.	0	5	8	22	37	4,26
Honestidad	0	0	0	7	65	4,90
Eficiente	0	6	9	13	44	4,32
Confianza en sí mismo.	0	3	15	17	37	4,22
Capacidad de automotivarse.	0	2	7	28	35	4,33
Resiliencia.	0	0	3	27	42	4,54
Trabajo en Equipo.	0	4	15	30	23	4,00
Capacidad de cooperación.	0	6	11	34	21	3,97
Capacidad de liderazgo	0	6	23	25	18	3,76
Actitud solidaria.	0	0	7	19	46	4,54
Respeto.	0	0	0	0	72	5,00
Responsabilidad.	0	0	7	12	53	4,64
Manejo de conflictos.	0	0	0	33	39	4,54
Capacidad para comunicarse.	0	0	1	26	45	4,61
Relaciones interpersonales	0	0	0	5	67	4,93

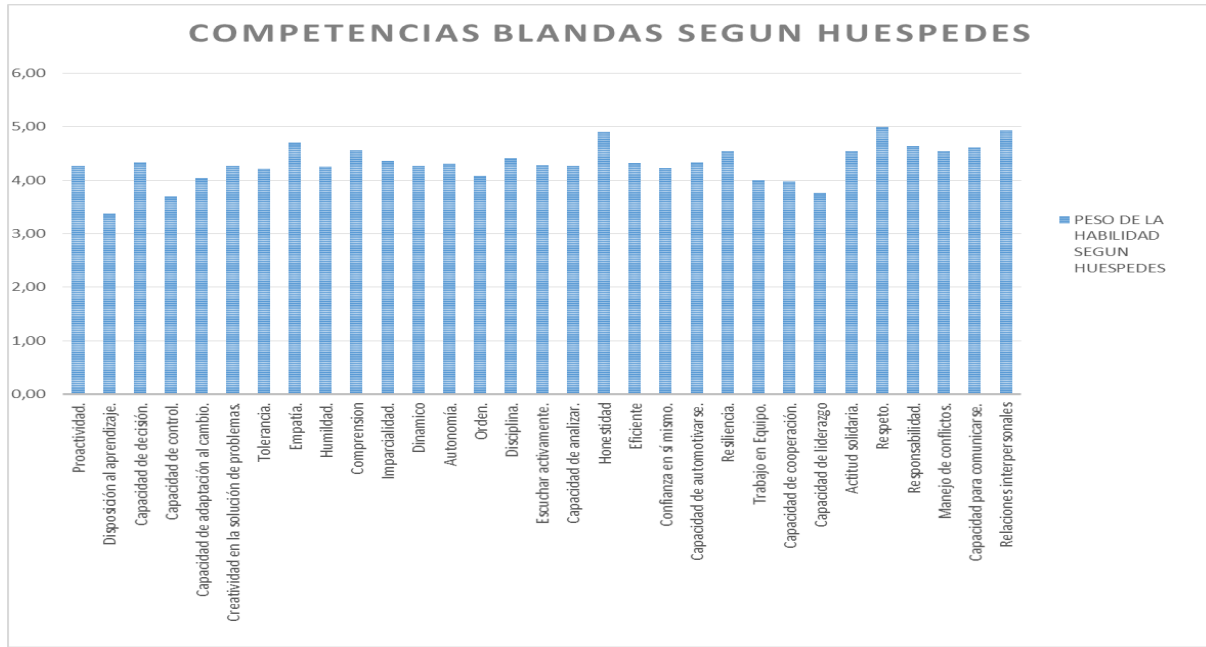


Figura 30 Diagrama de barras del promedio dado a cada habilidad blanda según los huéspedes encuestados.

5.1.3 Resultados de la aplicación de instrumentos estadísticos a los gerentes o administradores

Pregunta 1. ¿Edad?

Tabla 38

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 1.

PREGUNTA 1		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-30	2	17%
31- 40	3	25%
41-50	5	42%
51-60	1	8%

PREGUNTA 1		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
61 o más	1	8%
TOTAL	12	100%

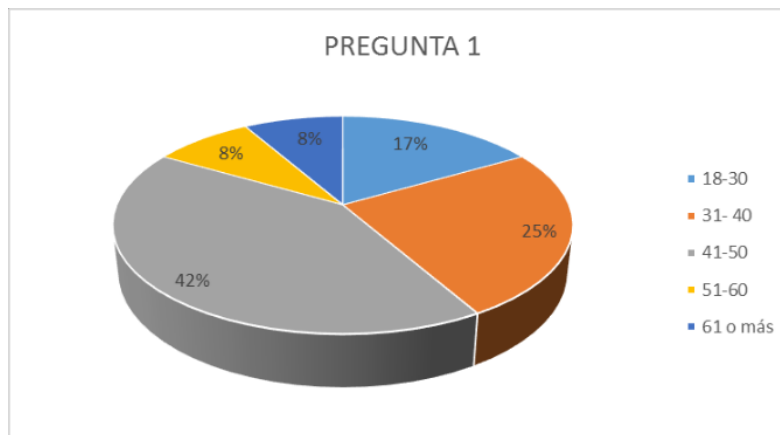


Figura 31 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 1.

En esta pregunta se puede observar que el 17% de los gerentes (2 encuestados) tienen entre 18 y 30 años, el 25% (3 encuestados) tienen entre 31 y 40 años, el 42% (5 encuestados) tienen entre 41 y 50 años, el 8% (1 encuestado) tienen entre 51 y 60 años y el 8% restante (1 encuestado) tiene más de 60 años. Se puede observar que el 67% de los gerentes encuestados tienen entre 30 y 50 años.

Pregunta 2. ¿Escolaridad?

Tabla 39

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 2.

PREGUNTA 2		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguno	0	0%
Primaria	0	0%
Bachillerato	2	17%
Universidad – Pregrado	6	50%
Universidad – Postgrado	4	33%
TOTAL	12	100%

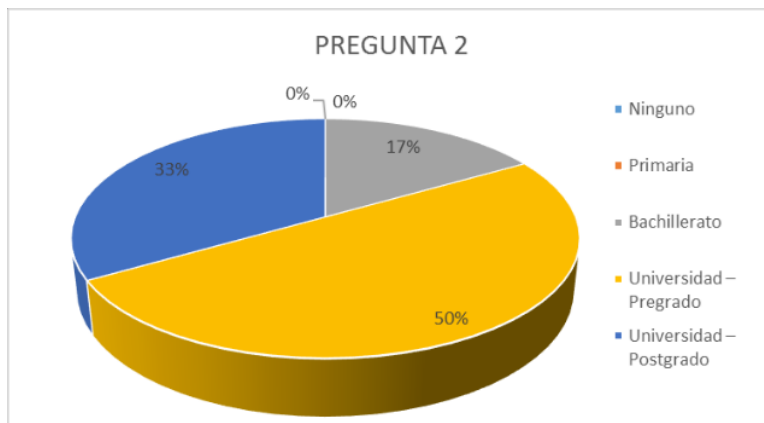


Figura 32 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 2.

En esta pregunta se puede observar que el 17% de los gerentes (2 encuestados) tienen estudios de Bachillerato, el 50% (6 encuestados) tienen estudios de pregrado y el 33% restante (4 encuestados) tienen estudios de postgrado. Se puede observar que el 83% de los gerentes tienen estudios universitarios.

Pregunta 3. ¿Se han hecho cambios últimamente en el hotel, en relación con la atención al cliente?

Tabla 40

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 3.

PREGUNTA 3		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	3	25%
No	9	75%
TOTAL	12	100%

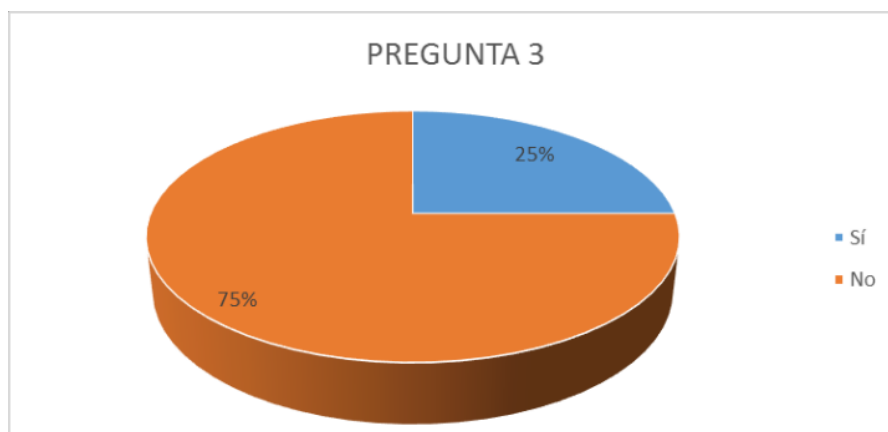


Figura 33 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 3.

En esta pregunta se puede observar que el 25% de los gerentes (3 encuestados) dicen que sí se han hecho cambios últimamente en el hotel, en relación con la atención al cliente y el 75% (9 encuestados) dicen que no. Se puede observar que la gran mayoría de los gerentes encuestados dicen que no.

Pregunta 4. Existe algún plan de atención al cliente, ¿que el personal de recepción ponga en práctica actualmente en el hotel?

Tabla 41

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 4.

PREGUNTA 4			
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
Sí	8	67%	
No	4	33%	
TOTAL	12	100%	

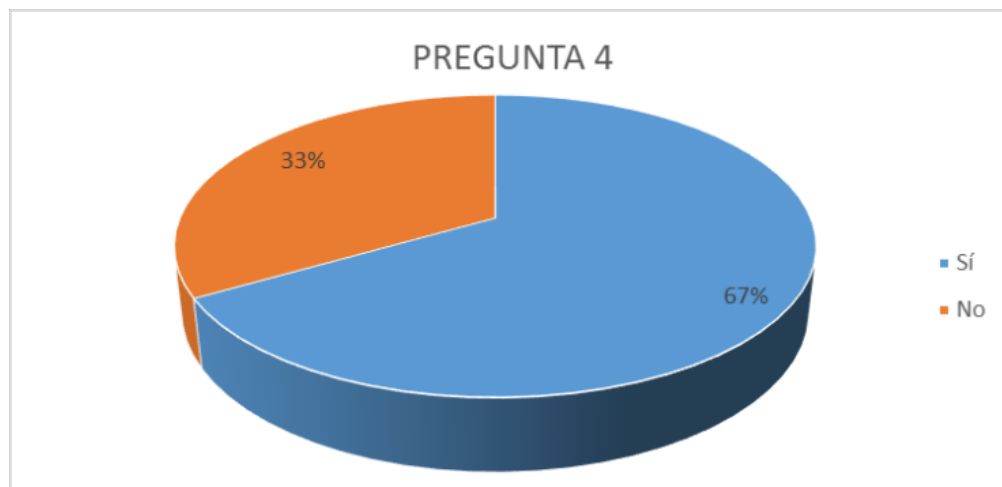


Figura 34 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 5.

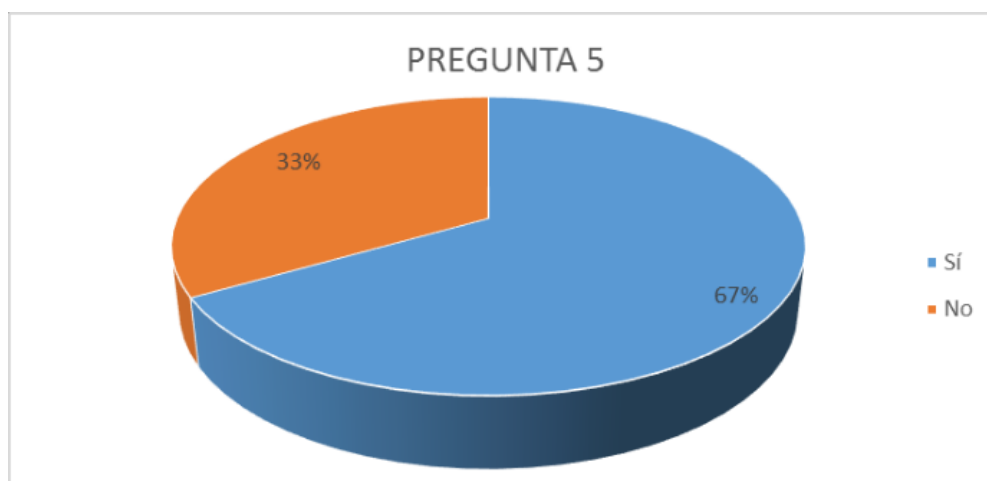
En esta pregunta se puede observar que el 67% de los gerentes (8 encuestados) dicen que sí existe algún plan de atención al cliente que el personal de recepción ponga en práctica actualmente en el hotel en relación con la atención al cliente y el 33% (4 encuestados) dicen que no. Se puede observar que la gran mayoría de los gerentes encuestados dicen que sí.

Pregunta 5. ¿Existe algún manual de atención al cliente, actualmente en el hotel?

Tabla 42

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 5.

PREGUNTA 5		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	8	67%
No	4	33%
TOTAL	12	100%

*Figura 35 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 5.*

En esta pregunta se puede observar que el 67% de los gerentes (8 encuestados) dicen que sí existe algún manual de atención al cliente, actualmente en el hotel y el 33% (4 encuestados) dicen que no. Se puede observar que la gran mayoría de los gerentes encuestados dicen que sí.

Pregunta 6. Al momento de ingresar a trabajar al hotel. ¿Se le brinda inducción al personal de recepción, para el cargo que va a ocupar?

Tabla 43

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 6.

PREGUNTA 6		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	12	100%
No	0	0%
TOTAL	12	100%

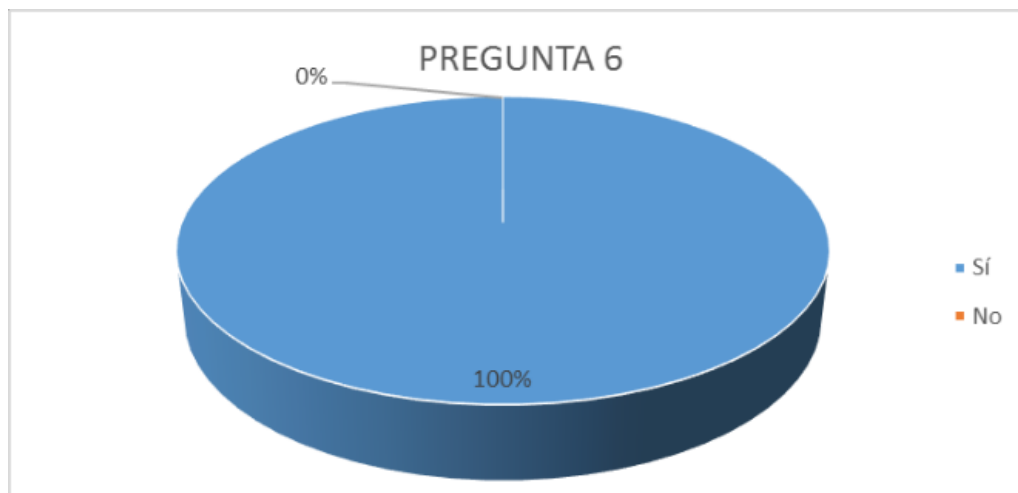


Figura 36 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 6.

En esta pregunta se puede observar que el 100% de los gerentes (12 encuestados) dicen que sí se le brinda inducción al personal de recepción, para el cargo que va a ocupar en el momento de ingresar a trabajar al hotel. Se puede observar que la totalidad de los gerentes encuestados dicen que sí.

Pregunta 7. Al momento de ingresar a trabajar al hotel. ¿Se le brinda inducción al personal de recepción, en servicio al cliente?

Tabla 44

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 7.

PREGUNTA 7		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	5	42%
No	7	58%
TOTAL	12	100%

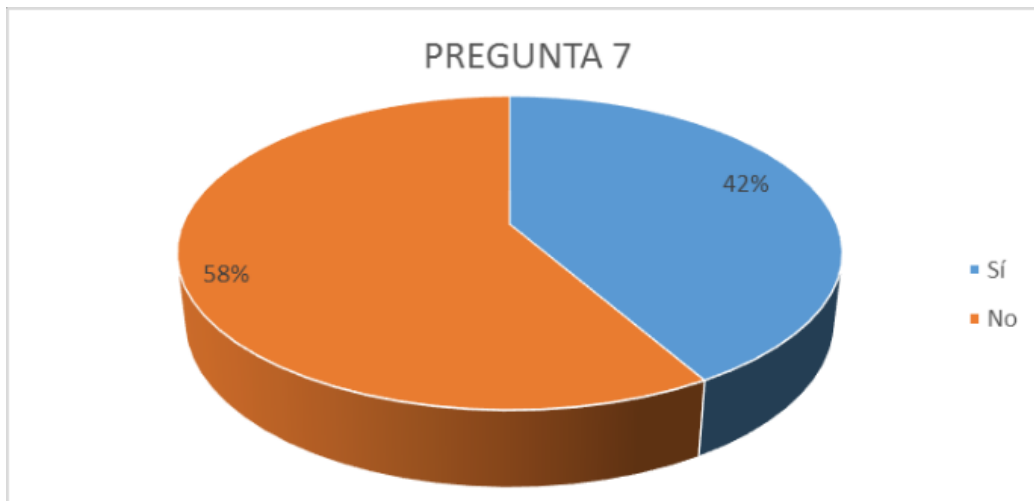


Figura 37 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 7.

En esta pregunta se puede observar que el 42% de los gerentes (5 encuestados) dicen que sí se le brinda inducción al personal de recepción en servicio al cliente, para el cargo que va a ocupar en el momento de ingresar a trabajar al hotel, y el 58% (7 encuestados) dicen que no. Se puede observar que la mayoría de los gerentes encuestados dicen que no.

Pregunta 8. Se le brinda capacitación al personal de recepción del hotel, en áreas como: ¿Relaciones humanas y Trabajo en equipo?

Tabla 45

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 8.

PREGUNTA 8		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	3	25%
No	9	75%
TOTAL	12	100%

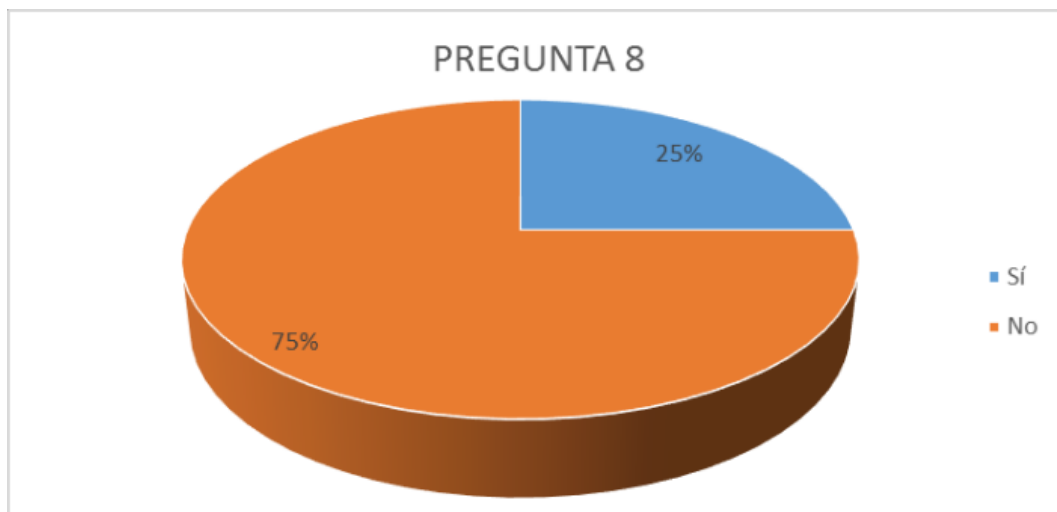


Figura 38 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 1.

En esta pregunta se puede observar que el 25% de los gerentes (3 encuestados) dicen que sí se brinda capacitación al personal de recepción del hotel, en áreas como: Relaciones humanas y Trabajo en equipo, el 75% (9 encuestados) dicen que no. Se puede observar que la mayoría de los gerentes encuestados dicen que no.

Pregunta 9. ¿Con que frecuencia se dan capacitaciones en la atención al cliente, al personal de recepción del hotel?

Tabla 46

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 9.

PREGUNTA 9		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestral	0	0%
Semestral	3	25%
Anual	2	17%
Nunca	7	58%
Otro	0	0%
TOTAL	12	100%

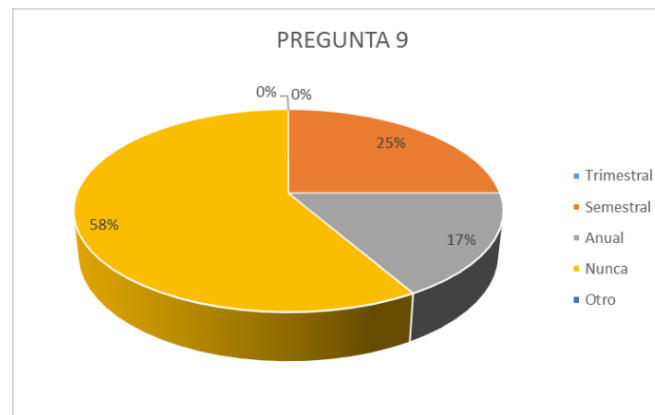


Figura 39 Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 9.

En esta pregunta se puede observar que el 25% de los gerentes (3 encuestados) capacita en atención al cliente al personal de recepción del hotel cada 6 meses, el 17% (2 encuestados) los

capacita anualmente, y el 58% (7 encuestados) nunca lo hace. Se puede observar que la mayoría de los gerentes encuestados no hace este tipo de capacitación.

10. ¿Se evalúa el desempeño en la atención al cliente, al personal de recepción del hotel?

Tabla 47

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 10.

PREGUNTA 10		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	7	58%
No	5	42%
TOTAL	12	100%

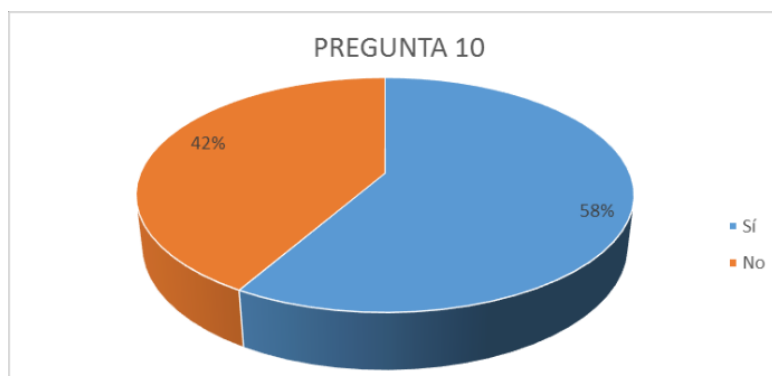


Figura 40 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 10.

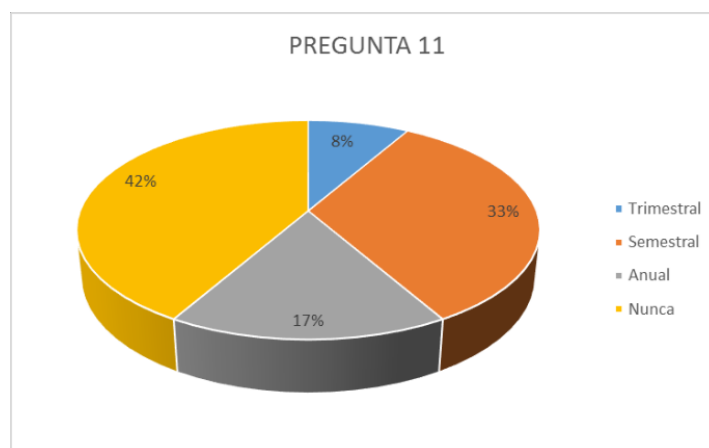
En esta pregunta se puede observar que el 58% de los gerentes (7 encuestados) dicen que sí evalúa el desempeño en la atención al cliente al personal de recepción del hotel y el 42% (5 encuestados) dicen que no. Se puede observar que la mayoría de los gerentes encuestados dicen que sí.

Pregunta 11. ¿Si se evalúa el desempeño, con qué frecuencia se hace?

Tabla 48

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 11

PREGUNTA 11		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestral	1	8%
Semestral	4	33%
Anual	2	17%
Nunca	5	42%
Otro	0	0%
TOTAL	12	100%

*Figura 41* Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 11.

En esta pregunta se puede observar que el 8% de los gerentes (1 encuestado) evalúa el desempeño en atención al cliente del personal de recepción del hotel cada 3 meses, el 33% (4 encuestados) lo hace cada 6 meses, el 17% (2 encuestados) lo hace anualmente y el 42% nunca lo hace. Se puede observar que la mayoría (58%) de los gerentes encuestados si hace la evaluación de desempeño en atención al cliente para recepcionistas.

Pregunta 12. ¿Si se evalúa el desempeño, que aspectos consideran en su evaluación?

Tabla 49

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 12.

PREGUNTA 12		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agilidad	3	25%
Buen trato	2	17%
Respeto	2	17%
No se evalúa	5	42%
TOTAL	12	100%

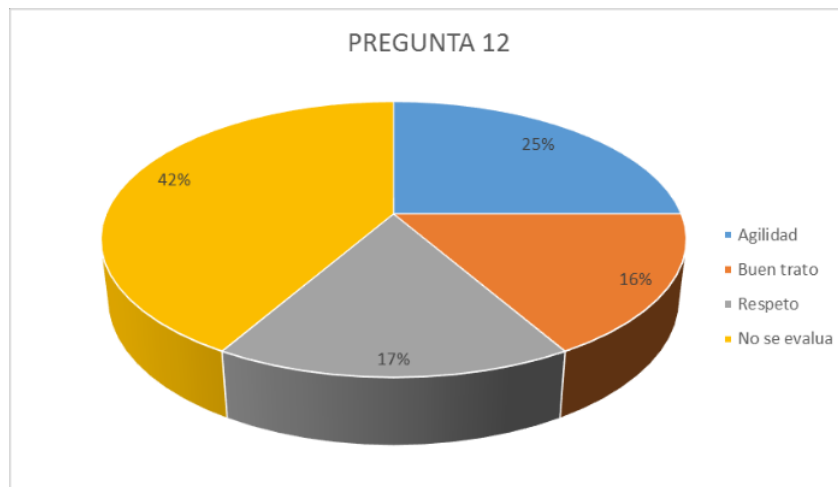


Figura 42 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 12.

En esta pregunta se puede observar que el 25% de los gerentes (3 encuestados) considera que el aspecto más importante para evaluar es la agilidad, el 17% (2 encuestados) considera que es el buen trato otro 17% (2 encuestados) considera que es el respeto y el 42% restante no lo evalúa.

Pregunta 13. ¿Cómo califica la atención al cliente brindada por personal de recepción del hotel?

Tabla 50

Frecuencia y Porcentaje de participación según los gerentes o administradores a la pregunta 13.

PREGUNTA 13		
ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	10	83%
Buena	2	17%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
TOTAL	12	100%

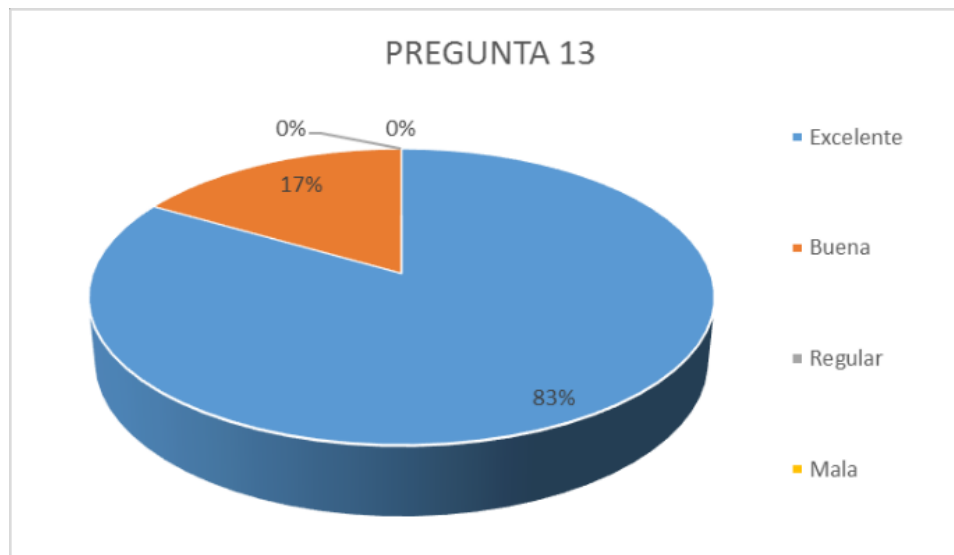


Figura 43 Porcentaje y resultados generales según los gerentes o administradores a la pregunta 13.

En esta pregunta se puede observar que el 83% de los gerentes (10 encuestados) dicen que califica como excelente la atención a la cliente brindada por personal de recepción del hotel y el 17% (2 encuestados) dicen que la califican como Buena.

La lista de selección de habilidades blandas aplicada a los gerentes, administradores o jefes de talento humano mostró los resultados que se ven en la siguiente tabla donde se pueden observar el promedio de cada habilidad de acuerdo con las respuestas que dieron los 12 encuestados

Tabla 51

Priorización de habilidades blandas seleccionadas de acuerdo con administradores, gerentes encuestados.

HABILIDAD	1	2	3	4	5	PONDERADO
Proactividad.	0	1	1	3	7	4,26
Disposición al aprendizaje.	0	0	3	2	7	3,38
Capacidad de decisión.	0	1	2	3	6	4,33
Capacidad de control.	0	1	4	4	3	3,69
Capacidad de adaptación al cambio.	0	1	3	4	4	4,04
Creatividad en la solución de problemas.	0	1	2	5	4	4,26
Tolerancia.	0	1	1	2	8	4,21
Empatía.	0	0	2	2	8	4,71
Humildad.	0	0	2	5	5	4,25
Comprensión	0	0	0	4	8	4,56
Imparcialidad.	0	2	3	4	3	4,36
Dinámico	0	1	2	4	5	4,26
Autonomía.	0	0	3	4	5	4,31
Orden.	0	2	2	4	4	4,08
Disciplina.	0	0	2	5	5	4,42
Escuchar activamente.	0	2	3	4	3	4,28
Capacidad de analizar.	0	2	3	3	4	4,26

HABILIDAD	1	2	3	4	5	PONDERADO
Honestidad	0	0	0	3	9	4,9
Eficiente	0	1	2	4	5	4,32
Confianza en sí mismo.	0	2	4	3	3	4,22
Capacidad de automotivarse.	0	2	2	6	2	4,33
Resiliencia.	0	0	3	3	6	4,54
Trabajo en Equipo.	0	4	3	3	2	4
Capacidad de cooperación.	0	2	3	4	3	3,97
Capacidad de liderazgo	0	2	2	3	5	3,76
Actitud solidaria.	0	0	0	5	7	4,54
Respeto.	0	0	0	2	10	5
Responsabilidad.	0	0	0	3	9	4,64
Manejo de conflictos.	0	0	1	5	6	4,54
Capacidad para comunicarse.	0	0	1	4	7	4,61
Relaciones interpersonales	0	0	0	1	11	4,93

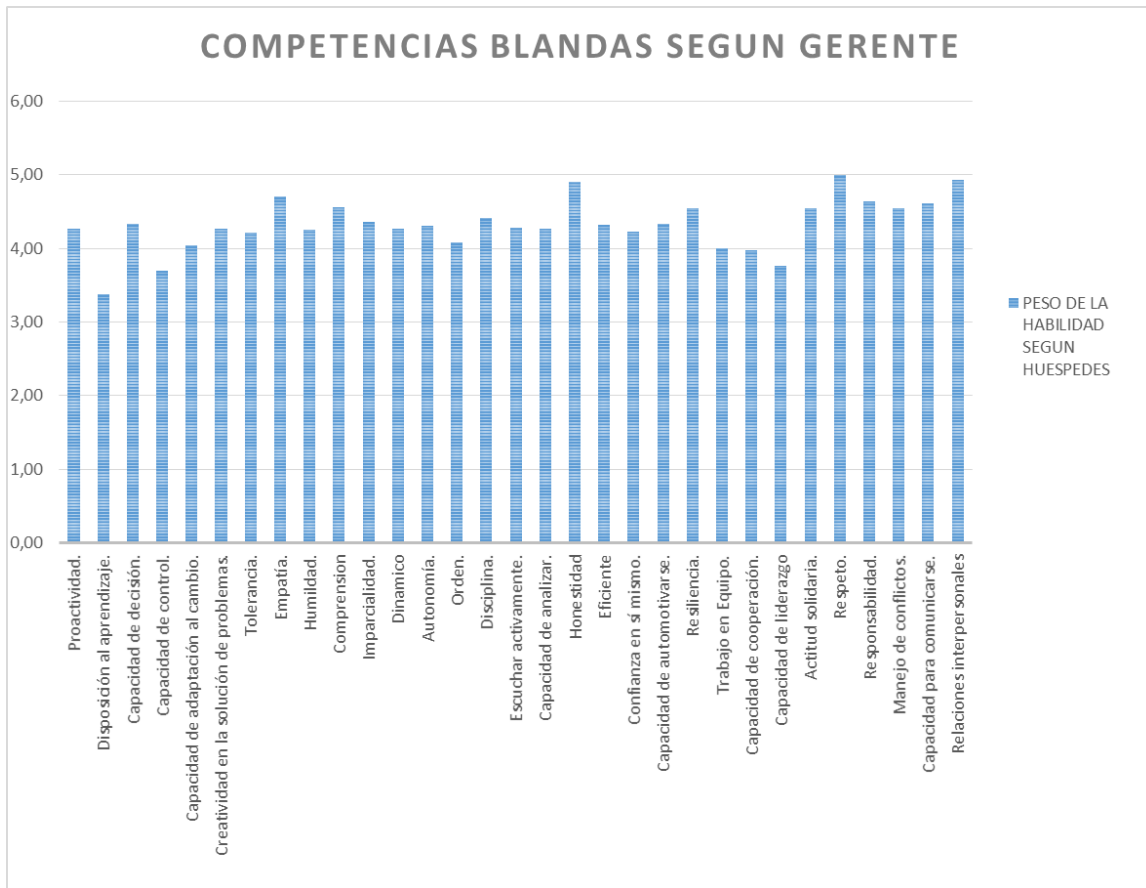


Figura 44 Diagrama de barras de promedio dado a cada habilidad blanda de acuerdo con los gerentes y administrativos encuestados.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Análisis de los resultados de los recepcionistas. La prueba TMMS 24, evalúa los tres componentes básicos de la Inteligencia Emocional (Percepción, Comprensión y Regulación), en la siguiente tabla se define cada componente.

Tabla 52

Definición de los componentes de la Inteligencia Emocional.

Componente	Definición
Percepción	Soy capaz de sentir y expresar los sentimientos de forma adecuada
Comprensión	Comprendo bien mis estados emocionales
Regulación	Soy capaz de regular los estados emocionales correctamente

Cada uno de los tres componentes se evalúan en varios intervalos de puntuación, estos intervalos varían dependiendo del género de los recepcionistas y del componente, en las siguientes tablas se puede observar los intervalos de puntuación.

Tabla 53.

Puntuaciones para evaluar la Percepción.

Puntuaciones para Percepción	
Masculino	Femenino
Debe mejorar su percepción: presta poca atención < 21	Debe mejorar su percepción: presta poca atención < 24
Adecuada percepción 22 a 32	Adecuada percepción 25 a 35
Debe mejorar su percepción: presta demasiada atención > 33	Debe mejorar su percepción: presta demasiada atención > 36

Tabla 54

Puntuaciones para evaluar la Comprensión.

Puntuaciones para Comprensión	
Masculino	Femenino
Debe mejorar su comprensión < 25	Debe mejorar su comprensión < 23
Adecuada comprensión 26 a 35	Adecuada comprensión 24 a 34
Excelente comprensión > 36	Excelente comprensión > 35

Tabla 55

Puntuaciones para evaluar la Regulación.

Puntuaciones para Comprensión	
Masculino	Femenino
Debe mejorar su regulación < 23	Debe mejorar su regulación < 23
Adecuada regulación 24 a 35	Adecuada regulación 24 a 34
Excelente regulación > 36	Excelente regulación > 35

A continuación, se describen los componentes de la Inteligencia emocional que se evalúan en cada uno de los indicadores y los resultados obtenidos para hombres y mujeres.

Tabla 56

Resultados de la prueba TMMS-24 por componente y género.

PRUEBA TMMS - 24 ADAPTADA				
	Indicador	Componente Inteligencia Emocional	Hombres	Mujeres
1	El recepcionista siempre puede decir lo que siente	Comprensión de Sentimientos	1,63	3,50
2	El recepcionista siempre presta mucha atención a los sentimientos de los compañeros y de los clientes	Percepción de Emociones y Sentimientos	3,25	4,25
3	El recepcionista intenta cambiar su estado de ánimo cuando está enfadado	Regulación Emocional	4,13	4,06
4	El recepcionista frecuentemente puede definir sus sentimientos	Comprensión de Sentimientos	3,75	4,25
5	El recepcionista casi siempre sabe cómo se siente	Comprensión de Sentimientos	4,63	4,69
6	El recepcionista a menudo se da cuenta de sus sentimientos en diferentes situaciones	Comprensión de Sentimientos	4,50	4,69
7	El recepcionista intenta tener pensamientos positivos, aunque se sienta mal	Regulación Emocional	4,38	4,81
8	El recepcionista tiene mucha energía cuando se siente feliz	Regulación Emocional	4,75	4,88
9	El recepcionista se preocupa por tener un buen estado de ánimo	Regulación Emocional	4,38	4,38
10	El recepcionista dedica tiempo a pensar en sus emociones	Percepción de Emociones y Sentimientos	3,75	2,81

PRUEBA TMMS - 24 ADAPTADA

Indicador	Componente	Inteligencia Emocional	Hombres	Mujeres
11 El recepcionista piensa que merece la pena prestar atención a sus emociones y estado de ánimo	Percepción de Emociones y Sentimientos		3,75	3,06
12 El recepcionista presta mucha atención a lo que siente (sentimientos propios)	Percepción de Emociones y Sentimientos		3,75	4,38

Conocidos los intervalos de puntuación para evaluar los componentes de la Inteligencia Emocional que afectan las habilidades blandas, se procede a calcular la puntuación, agrupando los 4 indicadores que pertenecen a cada componente para sumar sus respectivos promedios ponderados, este resultado posteriormente se multiplica por 2 para dar una puntuación consistente con la expresada en la prueba TMMS – 24 debido a que esta prueba originalmente tiene 24 indicadores, los cuales doblan la cantidad de la prueba aplicada en esta investigación. Los resultados de la prueba aplicada a recepcionistas se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 57

Resultado de las puntuaciones de cada componente de la Inteligencia Emocional en los recepcionistas.

Componente	Evaluador	Género	Indicadores				Puntuac.
			Ind. 2	Ind. 10	Ind. 11	Ind. 12	
Percepción	Recepcionista	Hombre	3,25	3,75	3,75	3,75	29,00
		Mujer	4,25	2,81	3,06	4,375	28,99
			Ind. 1	Ind. 4	Ind. 5	Ind. 6	Puntuac.

Componente	Evaluador	Género	Indicadores				Puntuac.
			Ind. 2	Ind. 10	Ind. 11	Ind. 12	
Comprensión	Recepcionista	Hombre	1,625	3,75	4,62	4,50	28,99
		Mujer	3,5	4,25	4,69	4,69	34,26
			Ind. 3	Ind. 7	Ind. 8	Ind. 9	Puntuac.
Regulación	Recepcionista	Hombre	4,13	4,375	4,75	4,375	35,26
		Mujer	4,06	4,8125	4,875	4,375	36,25

Calculado y evaluada la puntuación de cada componente en todos los recepcionistas según el género, se calificarán los componentes de acuerdo con las recomendaciones de la prueba TMMS–24, describiendo cada componente en tres niveles (Bajo, Medio y Alto), los niveles bajo y alto corresponderán a los valores cercanos a los extremos de los intervalos y el nivel medio a los valores cercanos a la mitad del intervalo. Tal como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 58

Calificaciones otorgadas a los recepcionistas en cada componente según género.

Componente	Evaluador	Genero	Calificación	Nivel Actual
Percepción	Recepcionista	Hombre	Adecuada percepción	Alto
		Mujer	Adecuada percepción	Alto
Comprensión	Recepcionista	Hombre	Adecuada comprensión	Bajo
		Mujer	Adecuada comprensión	Alto
Regulación	Recepcionista	Hombre	Adecuada regulación	Alto
		Mujer	Excelente regulación	Bajo

La lista de selección de habilidades blandas para recepcionistas tiene en un inicio 31 competencias a evaluar por medio de una escala que permite pesar el valor asignado a cada competencia por medio del cálculo de un promedio ponderado para hombres y mujeres, que se promediará entre sí. Estos valores tendrán una calificación máxima de 5 y una mínima de 1. Para seleccionar las principales habilidades blandas según los recepcionistas, se escogerán aquellas que tengan un promedio ponderado mayor o igual al 85% del total de la puntuación, es decir 4,25

En la siguiente tabla se podrán observar el promedio o calificación de las habilidades blandas por recepcionistas de menor a mayor.

Tabla 59

Calificación de las habilidades blandas de acuerdo con recepcionistas.

Habilidad	Promedio ponderado
Proactividad.	3,25
Capacidad de control.	3,81
Tolerancia.	3,84
Creatividad en la solución de problemas.	3,88
Imparcialidad.	3,88
Capacidad de analizar.	3,91
Capacidad de cooperación.	4
Capacidad de liderazgo	4,03
Capacidad de adaptación al cambio.	4,06
Orden.	4,06
Eficiente	4,09
Confianza en sí mismo.	4,09
Disposición al aprendizaje.	4,16
Trabajo en Equipo.	4,19

Habilidad	Promedio ponderado
Capacidad de decisión.	4,22
Capacidad de automotivarse.	4,25
Humildad.	4,34
Escuchar activamente.	4,34
Dinámico	4,41
Autonomía.	4,41
Disciplina.	4,41
Capacidad para comunicarse.	4,5
Actitud solidaria.	4,53
Manejo de conflictos.	4,53
Resiliencia.	4,59
Relaciones interpersonales	4,63
Comprensión	4,66
Empatía.	4,75
Responsabilidad.	4,78
Honestidad	4,91
Respeto.	5,00

Como se puede notar hay 16 habilidades blandas para fortalecer en los recepcionistas, de las cuales hay 10 que se consideran muy importantes.

5.2.2 Análisis de los resultados de huéspedes. Pregunta 1. ¿Edad? El 75% de los huéspedes son personas por encima de los 31 años que vienen a hospedarse después de un viaje o cualquier actividad que los agote se debe tener en cuenta que desean descansar desde el primer momento en que llegan al hotel.

Pregunta 2. ¿Género? Más del 50% de los huéspedes son hombres, que vienen a hospedarse después de un viaje o cualquier actividad que los agote se debe tener en cuenta que desean descansar desde el primer momento en que llegan al hotel.

Pregunta 3. ¿Cómo fue el trato que recibió en la recepción al llegar? Aproximadamente la mitad de los clientes no se sienten satisfechos con la bienvenida a los hoteles, ellos expresan que no tuvieron un buen trato por parte de los recepcionistas. Hay que recordar que el cliente llega de un viaje o algo similar.

Pregunta 4. ¿Cómo fue el trato que recibió en la recepción durante su estadía en el hotel? El 54% de los clientes no se sienten satisfechos con la estadía a los hoteles, ellos expresan que no tuvieron un buen trato durante su estadía por parte de los recepcionistas. Hay que recordar que el cliente desea estar complacido durante su estadía.

Pregunta 5. ¿Cómo fue el trato que recibió en la recepción al finalizar su estadía en el hotel? El 91% de los clientes se sienten satisfechos con la despedida que recibieron en los hoteles, ellos expresan que tuvieron un buen trato por parte de los recepcionistas, hay que recordar que al llegar un 40% de los huéspedes expresaron no recibir un buen trato en la recepción y al despedirse disminuyó a un 10%.

Pregunta 6. ¿Cómo califica la presentación personal de los trabajadores recepción?

El 89% del total de los clientes se sienten satisfechos con la presentación de los recepcionistas en los hoteles, sin embargo, hay un 11% que consideran que los recepcionistas no tienen una presentación personal adecuada.

Pregunta 7. ¿Cómo califica la orientación proporcionada por el personal de recepción en su demanda de servicio? Aproximadamente el total de los clientes se sienten satisfechos con la

orientación que los recepcionistas les dieron en los hoteles, ellos expresan que recibieron una buena orientación.

Pregunta 8.A. ¿Cómo califica la comunicación verbal (Tono de voz), con el personal de recepción? Aproximadamente el total de los clientes se sienten satisfechos con el tono de voz usado por el recepcionista a pesar de que el 33% de los huéspedes considera que utilizan un tono normal.

Pregunta 8.B. ¿Cómo califica la comunicación verbal (Atención visual), con el personal de recepción? El 74% de los clientes encuestados se sienten satisfechos con la atención visual usada por el recepcionista a pesar de que el 26% de los huéspedes considera que están insatisfechos.

Pregunta 9. ¿Cómo califica la importancia dada, a la demanda de su servicio por parte del personal de recepción del hotel? Aproximadamente la décima parte de los clientes encuestados no sienten que las solicitudes hechas por los clientes a los recepcionistas se consideraban como importantes.

Pregunta 10. ¿Cómo califica la comprensión y empatía brindada por el personal de recepción, al prestarle el servicio que usted solicitó? Para el 20% de los clientes encuestados sienten que la comprensión brindada por los recepcionistas no es la adecuada y la califican como poco importante. El 15% de los clientes encuestados sienten que no hay empatía con los recepcionistas y creen que los recepcionistas consideran la empatía como poco importante.

Pregunta 11. ¿Cumplió sus expectativas el servicio que le brindó el personal de recepción del hotel? 12% de los clientes encuestados dicen que no cumplió sus expectativas el servicio que le brindó el personal de recepción del hotel.

Pregunta 12. ¿Qué espera usted del servicio que le brindo el personal de recepción del hotel? Aproximadamente el 50% de los clientes encuestados dicen que esperan que el servicio sea rápido, honesto y seguro, mientras la otra mitad esperan que el servicio sea amable y cortés.

Pregunta 13. ¿Cómo ha sido su tiempo de espera en la recepción mientras le atendían? El 49% de los clientes encuestados dicen que el tiempo de espera en la recepción mientras le atendían fue indiferente o pésimo.

Pregunta 14. ¿Considera usted que el tiempo de prestación del servicio es? El 43% de los clientes encuestados dicen que el tiempo de espera en la recepción mientras le atendían fue indiferente, lento o muy lento.

Los resultados arrojados en la lista de selección de competencias blandas realizada a los huéspedes se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 60

Calificación de las habilidades blandas de acuerdo con los huéspedes.

Habilidad	Promedio
Disposición al aprendizaje.	3,38
Capacidad de control.	3,69
Capacidad de liderazgo	3,76
Capacidad de cooperación.	3,97
Trabajo en Equipo.	4
Capacidad de adaptación al cambio.	4,04
Orden.	4,08
Tolerancia.	4,21
Confianza en sí mismo.	4,22
Humildad.	4,25
Proactividad.	4,26
Creatividad en la solución de problemas.	4,26

Habilidad	Promedio
Dinámico	4,26
Capacidad de analizar.	4,26
Escuchar activamente.	4,28
Autonomía.	4,31
Eficiente	4,32
Capacidad de decisión.	4,33
Capacidad de automotivarse.	4,33
Imparcialidad.	4,36
Disciplina.	4,42
Resiliencia.	4,54
Actitud solidaria.	4,54
Manejo de conflictos.	4,54
Comprensión	4,56
Capacidad para comunicarse.	4,61
Responsabilidad.	4,64
Empatía.	4,71
Honestidad	4,9
Relaciones interpersonales	4,93
Respeto.	5

Como se puede notar hay 22 habilidades blandas para fortalecer en los recepcionistas, de las cuales hay 10 que se consideran muy importantes.

5.2.3 Análisis de los resultados de los gerentes o administradores

Pregunta 1. ¿Edad? La gran mayoría de gerentes personas adultas que superan los 30 años (83%).

Pregunta 2. ¿Escolaridad? La gran mayoría (83%) de gerentes tienen estudios universitarios, lo cual permite suponer que todos conocen las ventajas en mercadeo que resultan de optimizar los servicios de atención a todos los huéspedes.

Pregunta 3. ¿Se han hecho cambios últimamente en el hotel, en relación con la atención al cliente? El (25%) de gerentes admite haber hecho cambios en el hotel con relación a la atención al cliente, el resto admite que no. Esta función administrativa es muy importante para conservar el cliente, se debe ser consiente que el mercadeo de cualquier empresa está sujeto a permanentes cambios por causa de factores externos e internos, por lo tanto, es de suma importancia que las empresas cambien a medida que el marketing lo exija.

Pregunta 4. Existe algún plan de atención al cliente, ¿que el personal de recepción ponga en práctica actualmente en el hotel? La tercera parte de los gerentes encuestados admiten no tener un plan de atención al cliente que el personal de recepción ponga en práctica, es imperativo que los gerentes se den cuenta que la atención al cliente desde que llega hasta que se va del hotel debe ser la mejor y si existe un plan de atención al cliente para los recepcionistas es la mejor carta de presentación del hotel. Es importante admitir que a pesar de que la gran mayoría de los administradores de los hoteles son profesionales universitarios una cantidad menor de administradores reconoce que planear la atención al cliente es de suma importancia para mantenerlo.

Pregunta 5. ¿Existe algún manual de atención al cliente, actualmente en el hotel? La tercera parte de los gerentes encuestados admiten no tener un manual de atención al cliente que el personal de recepción ponga en práctica y al igual que en la falta de planeación es muy importante que los gerentes se den cuenta que la existencia de un manual de atención al cliente es la mejor manera de asegurarse que los recepcionistas sepan desenvolverse de la mejor manera desde que el cliente llega hasta que se va del hotel.

Pregunta 6. Al momento de ingresar a trabajar al hotel. ¿Se le brinda inducción al personal de recepción, para el cargo que va a ocupar? El 100% gerentes brindan inducción al personal para el cargo que van a ocupar, pero esta inducción es únicamente al inicio de contrato de trabajo en el hotel y solo una parte de ellos les ofrece a los empleados capacitación periódicamente. Esta capacitación no es solo para atención al cliente, sino que incluye relaciones humanas y trabajo en equipo.

Pregunta 7. Al momento de ingresar a trabajar al hotel. ¿Se le brinda inducción al personal de recepción, en servicio al cliente? Los gerentes en un (58%) brindan inducción al personal de recepción en servicio al cliente, solo les brindan instrucciones de las funciones a realizar en el cargo que va a ocupar. Sin embargo, casi la mitad de los encuestados reconocen que sí lo hacen, esto permite evidenciar que aproximadamente de los administradores de los hoteles son conscientes de la importancia de brindar capacitación en habilidades operativas y habilidades blandas.

Pregunta 8. ¿Se le brinda capacitación al personal de recepción del hotel, en áreas como Relaciones humanas y Trabajo en equipo? El (75%) de los gerentes no brindan capacitación al personal de recepción del hotel, en áreas como: Relaciones humanas y Trabajo en equipo, solo les brindan instrucciones de las funciones a realizar en el cargo que va a ocupar y en servicio al cliente.

A pesar de que aproximadamente el 80% de los gerentes tienen estudios universitarios, solo la cuarta parte de los encuestados reconocen que sí brindan este tipo de capacitación, dando a entender que la gran mayoría de gerentes no reconocen la importancia de estas habilidades.

Pregunta 9. Con que frecuencia se dan capacitaciones en la atención al cliente, al (75%) brindan capacitación al personal de recepción del hotel, en áreas como: Relaciones humanas y Trabajo en equipo, solo les brindan instrucciones de las funciones a realizar en el cargo que va a ocupar y en servicio al cliente. Únicamente el 80% de los gerentes tienen estudios universitarios, solo la cuarta parte de los encuestados reconocen que sí brindan este tipo de capacitación, dando a entender que la gran mayoría de gerentes no reconocen la importancia de estas habilidades.

Pregunta 10. ¿Se evalúa el desempeño en la atención al cliente, al personal de recepción del hotel? El 42% de los gerentes no evalúa el desempeño de los recepcionistas en la atención al cliente eliminando la oportunidad de inspeccionar, diagnosticar y regular el trato hacia los huéspedes, es de suma importancia tener indicadores permanentes acerca del grado de satisfacción del cliente con el fin de corregir en tiempo real los inconformismos que se vayan presentando.

Pregunta 11. ¿Si se evalúa el desempeño, con qué frecuencia se hace? El 42% de los gerentes no evalúa el desempeño de los recepcionistas en la atención al cliente y la gran mayoría (33%) de los que sí lo hacen lo evalúan semestralmente. Sin importar la frecuencia de evaluación se debe garantizar que la información adquirida se analice.

Pregunta 12. ¿Si se evalúa el desempeño, que aspectos consideran en su evaluación? La mayoría de las gerentes sostienen que la principal característica del personal de recepción es la agilidad y en segundo lugar considera importante el buen trato y el respeto. Sin duda estas habilidades blandas son de suma importancia, pero se deben complementar con otras que fortalecen el perfil de un recepcionista.

Pregunta 13. ¿Cómo califica la atención al cliente brindada por personal de recepción del hotel? Ningún gerente califica como regular o mala la atención del personal de recepción a los clientes, pero aproximadamente un 42% no realiza una evaluación del desempeño de los recepcionistas, por lo tanto, esta apreciación se puede considerar muy subjetiva y poco real.

Los resultados arrojados en la lista de selección de competencias blandas realizada a los gerentes se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 61

Calificación de las habilidades blandas de acuerdo con gerentes

HABILIDAD	PROMEDIO
Trabajo en Equipo.	3,25
Confianza en sí mismo.	3,58
Imparcialidad.	3,67
Escuchar activamente.	3,67
Capacidad de automotivarse.	3,67
Capacidad de cooperación.	3,67
Capacidad de control.	3,75
Capacidad de analizar.	3,75
Orden.	3,83
Capacidad de adaptación al cambio.	3,92
Capacidad de liderazgo	3,92
Creatividad en la solución de problemas.	4,00
Dinámico	4,08
Eficiente	4,08
Capacidad de decisión.	4,17
Autonomía.	4,17
Humildad.	4,25
Disciplina.	4,25

HABILIDAD	PROMEDIO
Resiliencia.	4,25
Proactividad.	4,33
Disposición al aprendizaje.	4,33
Tolerancia.	4,42
Manejo de conflictos.	4,42
Empatía.	4,50
Capacidad para comunicarse.	4,50
Actitud solidaria.	4,58
Comprensión	4,67
Honestidad	4,75
Responsabilidad.	4,75
Respeto.	4,83
Relaciones interpersonales	4,92

5.2.4 Selección de 10 diez competencias blandas que afectan significativamente la prestación del servicio de los recepcionistas. Para poder escoger las habilidades se hará de acuerdo con las tablas anteriores, aquellas que tengan una calificación mayor o igual a 4,5 y se encuentren en la lista seleccionada por sea recepcionistas, huéspedes y gerentes. Estas habilidades se muestran a continuación.

Tabla 62

Habilidades blandas seleccionadas.

Habilidad	Promedio ponderado
Capacidad para comunicarse.	4,5
Actitud solidaria.	4,53

Habilidad	Promedio ponderado
Manejo de conflictos.	4,53
Resiliencia.	4,59
Relaciones interpersonales	4,63
Comprensión	4,66
Empatía.	4,75
Responsabilidad.	4,78
Honestidad	4,91
Respeto.	5,00

La tabla anterior muestra las habilidades que se deben fortalecer en los recepcionistas de los hoteles de tres y cuatro estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a COTELCO

5.3 Orientaciones para el fortalecimiento de las habilidades blandas en los recepcionistas

5.3.1 Orientaciones derivadas de la aplicación de la prueba TMMS – 24 a los recepcionistas. Se recomienda a los gerentes y administradores de los hoteles estimular por medio de capacitaciones en inteligencia emocional la percepción de sentimientos y emociones de hombres y mujeres recepcionistas para pasar de una adecuada percepción a una excelente percepción por medio del desarrollo y optimización de los siguientes componentes:

- El recepcionista siempre presta mucha atención a los sentimientos de los compañeros y de los clientes
- El recepcionista dedica tiempo a pensar en sus emociones
- El recepcionista piensa que merece la pena prestar atención a sus emociones y estado de ánimo

- El recepcionista presta mucha atención a lo que siente (sentimientos propios)

Se recomienda a los gerentes y administradores de los hoteles estimular por medio de capacitaciones en inteligencia emocional la comprensión de sentimientos y emociones de hombres y mujeres recepcionistas para pasar de una adecuada comprensión a una excelente comprensión por medio del desarrollo y optimización de los siguientes componentes:

- El recepcionista siempre puede decir lo que siente
- El recepcionista frecuentemente puede definir sus sentimientos
- El recepcionista casi siempre sabe cómo se siente
- El recepcionista a menudo se da cuenta de sus sentimientos en diferentes situaciones

Se recomienda a los gerentes y administradores de los hoteles estimular por medio de capacitaciones en inteligencia emocional la regulación de sentimientos y emociones de hombres recepcionistas para pasar de una adecuada regulación a una excelente regulación y en el caso de las mujeres recepcionistas para pasar de una excelente regulación nivel bajo a una excelente regulación nivel alto por medio del desarrollo y optimización de los siguientes componentes:

- El recepcionista intenta cambiar su estado de ánimo cuando está enfadado
- El recepcionista intenta tener pensamientos positivos, aunque se sienta mal
- El recepcionista tiene mucha energía cuando se siente feliz
- El recepcionista se preocupa por tener un buen estado de ánimo

5.3.2 Orientaciones derivadas de las encuestas hechas a los huéspedes. De acuerdo con el análisis realizado de la encuesta se obtienen las siguientes recomendaciones al recepcionista:

- Ofrecer una bebida gratuita (agua, refresco, gaseosa, cerveza, etc.) a los huéspedes al gusto de ellos apenas lleguen al hotel sin esperar a que ellos lo pidan

- Brindarle asiento al huésped en la sala de recepción mientras se hace el registro del cliente, a su vez que reciben una bebida de ingreso al hotel.
- Actuar con serenidad y trato amable a todos sin excepción, el cliente acaba de llegar y es importante que se quede el mayor tiempo posible en las mejores condiciones. Recordar la importancia de la primera impresión.
- Mantener la amabilidad y empatía con los huéspedes durante toda la estadía en el hotel, con el fin de que ellos vuelvan a elegir este hotel la próxima vez.
- Excelente imagen personal que demuestre la imagen institucional del hotel y le de confiabilidad a los huéspedes.
- Mostrar solidaridad y comprensión con todos los huéspedes en todas sus solicitudes.
- Al momento de expresarse, manejar tono de voz agradable con los huéspedes con el objetivo de entablar empatía y una comunicación verbal asertiva que no permita generar problemas.
- Mantener la atención puesta en el cliente cada vez que este les habla con el objetivo de mostrar empatía, respeto y capacidad para comunicarse con los huéspedes.
- Considerar como muy importante todas las solicitudes hechas por los clientes y no dejarlos en espera o no realizarlas si están dentro de sus alcances. También se recomienda brindarles varias alternativas a los clientes en el momento de que hagan una solicitud en caso de que no puedan solucionar las que ellos plantean.
- Considerar como muy importante comprender a los clientes y brindarles toda la colaboración necesaria en cada situación que se les presente. También se recomienda tenerles paciencia y brindarles colaboración en cualquier solicitud.
- Eliminar la apatía y generar empatía con todos los clientes en todo momento, recordando dentro del cumplimiento legal de sus funciones que “El cliente siempre tiene la razón”.

- Cumplir todas sus funciones con los huéspedes de la mejor manera, tratándolos a todos con gran amabilidad, respeto, atención, comprensión, colaboración y empatía, considerando que el trato brindado a los huéspedes es el trato que los recepcionistas quisieran que les dieran cuando se hospedaran en un hotel.
- Ser amables, diligentes y honestos con el total de los huéspedes, para que se sientan en un ambiente familiar y en un ambiente transparente.
- Generar empatía con los clientes en el momento que les atienden ofreciéndoles algún detalle (bebidas, dulces o pasabocas), para que sientan que pasan un momento muy agradable mientras están en la recepción.
- Ser dinámico y ágil en el momento de atender al cliente, dándole prioridad a la atención y siendo diligentes en el momento de prestar algún servicio a todos los huéspedes.

5.3.3 Orientaciones derivadas de las encuestas hechas a los gerentes o administradores.

Para implementar y mantener estrategias de mejora continua en cuando al servicio al cliente prestado por el recepcionista se recomienda al gerente del hotel:

- Ofrecer permanentemente herramientas administrativas y de capacitación a todos sus colaboradores con el objetivo de optimizar el servicio que los empleados ofrecen a los huéspedes.
- No reducir el presupuesto en recursos que permitan optimizar el servicio al cliente por parte de todo su empleado, sin importar que clase de cliente es.
- Actualizarse constantemente en políticas de atención al cliente debido a que actualmente existen varias alternativas de hospedaje para los huéspedes, algunas de estas brindan

servicios de hospedaje por medio de aplicaciones web que disminuyen los precios para los clientes en ambientes totalmente familiares.

- Implementar protocolos de atención al cliente para los recepcionistas, donde se les instruya de cómo poner en práctica recomendaciones y acciones para darles el mejor de los tratos a todos los clientes del hotel sin excepción. Los gerentes deben conocer que en este caso la planeación significa tener listo todos los recursos y procedimientos necesarios para que los recepcionistas desarrollen todas sus funciones y actividades con la mayor eficiencia y eficacia.
- Diseñar un manual de atención al cliente para los recepcionistas, donde se les indique las acciones a ejecutar en cada uno de los procedimientos que deben realizar. Todos los procedimientos para seguir en el servicio de atención al cliente para cada una de las funciones de los recepcionistas deben registrarse en este manual, indicándoles el conducto regular y el personal involucrado en cada uno de los procedimientos.
- Brindar inducción a todos los recepcionistas y garantizar que conocen todas las herramientas operativas para cumplir en su totalidad todas sus funciones, a su vez los gerentes de hoteles deben comprender que no solo se debe realizar capacitación en competencias operativas sino también en competencias o habilidades blandas, las cuales tienen mayor promedio en el momento de atender a los huéspedes.
- Brindar capacitación en competencias o habilidades blandas, las cuales tienen mayor promedio en el momento de atender a los huéspedes y permite a los recepcionistas aumentar su inteligencia emocional en lo referente a la percepción, comprensión y regulación de sentimientos y emociones propias y ajenas.

- Brindar capacitación al personal de recepción del hotel, en áreas como: Relaciones humanas y Trabajo en equipo, permitiendo fortalecer las relaciones laborales entre todos los huéspedes. Este tipo de capacitación aumenta la sinergia entre toda la estructura organizacional permitiendo a la parte administrativa optimizar la sincronización en la planeación de todas las actividades a realizar.
- Implementar instrumentos de evaluación que permitan conocer el desempeño del personal de recepción, este instrumento debe ser aplicado por ellos mismos, huéspedes y compañeros. Al ser evaluado este instrumento se podrá obtener información que permita a los gerentes planear estrategias que corrijan los inconformismos de los huéspedes, a su vez los recepcionistas podrán autorregular su comportamiento optimizando la prestación de sus servicios.
- Analizar la información adquirida en la evaluación con el objetivo de generar estrategias de planeación que permitan superar las dificultades que se vayan presentando y a su vez permita optimizar las competencias operativas y blandas de todos los recepcionistas.
- Promover el total de habilidades blandas en sus recepcionistas por medio de capacitación en inteligencia emocional con el objetivo de optimizar la percepción, comprensión y regulación de sus propios sentimientos y emociones fortaleciendo las relaciones con los huéspedes y compañeros de trabajo.
- Ser objetivos en este tipo de evaluación haciendo uso permanente de indicadores reales que surjan del análisis de los instrumentos de recolección de información que desarrollen los gerentes, huéspedes y compañeros de trabajo.

6. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos están de acuerdo con los reportados anteriormente en la bibliografía en los cuales se ha demostrado que las mujeres presentan mejores resultados a la hora de entender por medio de la observación los sentimientos del otro (Monterroso Gramajo, 2017).

Otro de los aspectos que se pudo evidenciar en los resultados es que tanto hombres y mujeres son capaces de identificar sus propios sentimientos, así como la intención de mantener los pensamientos positivos. Como influye esta actitud en el trabajo se puede evidenciar en los buenos resultados que se obtuvo al momento de encuestar a los huéspedes, ya que el 88% de los huéspedes encuestados corresponde a la mayoría de personas sintieron que recibieron buena atención y un trato agradable.

De acuerdo a los resultados obtenido de la satisfacción de los clientes son contradictorios con el nivel de atención que recibe la calidad del servicio al cliente de parte de los administradores o gerentes de los establecimientos, según los resultados se obtuvo que el 83% de los gerentes encuestados dice que califica como excelente la atención al cliente brindada por el personas de recepción y el 17% la califica como buena, comparado con los resultados de los clientes se observó que el 12% de los huéspedes presentan inconformidad con el servicio brindado por el recepcionista.

Es evidente la falencia que existe por parte de los administradores y gerentes de hotel acerca de las habilidades blandas, lo cual concuerda con el estudio realizado anteriormente en el año 2013 en Bucaramanga en el cual evidenció que los empleadores no daban gran importancia a las

habilidades blandas o sociales para el cargo de recepcionista (Observatorio de Mercado del Trabajo de Bucaramanga, 2013), por lo tanto es un problema que aún persiste ocasionando la disminución de la ocupación hotelera en los últimos años, ya que de igual manera esta poca atención de las habilidades blandas en el recepcionista las podríamos extrapolar a demás personal que tiene contacto con el cliente, como los meseros, o las mucamas causando mala impresión sobre el huésped.

El sector hotelero cobra gran importancia en el departamento de Santander ya que influye en el desarrollo del turismo que es un fenómeno cultural, social y económico, por ello es importante que los encargados de la gestión del personal en el hotel propongan estrategias de mejora continua donde la evaluación que es realizada acerca del servicio al cliente no se quede solo en esta fase si no que trascienda al análisis de los resultados para poder diseñar estrategias de mejora, manuales para la atención al huésped y capacitación al personal.

7. Conclusiones

- En base a la información de fuentes primarias (Encuestas) que las competencias blandas que más se requieren para el cargo de recepcionista en hombres y mujeres, son: Empatía, Humildad, Comprensión, Disciplina, Dinamismo, Autonomía, Escuchar activamente, Honestidad, Capacidad de automotivarse, Resiliencia, Actitud solidaria, Respeto, Manejo de conflictos, Capacidad para comunicarse. De fuentes secundarias (ONU) las competencias blandas que más se requieren para el cargo de recepcionista en hombres y

mujeres, son: Honesto, Responsable, Relaciones Públicas, Interpersonales, Atención al cliente.

- Se estableció como resultado de esta investigación que las 10 principales competencias blandas son: Empatía, Humildad, Comprensión, Honestidad, Capacidad de automotivarse, Resiliencia, Actitud solidaria, Respeto, Manejo de conflictos, Capacidad para comunicarse.
- Los resultados arrojados en la lista de selección de competencias blandas realizadas a los gerentes y huéspedes dio como resultado, El respeto es la competencia blanda de mayor importancia para los recepcionistas al igual que para los huéspedes, sin embargo para los gerentes la habilidad más importante es la de relaciones interpersonales.
- De la aplicación de la prueba TMMS -24 adapta para conocer el perfil psicológico se puede concluir que mujeres y hombres recepcionistas de los hoteles investigados tienen una excelente comprensión, adecuada percepción y hacen gestión de sus sentimientos y emociones.
- De acuerdo con los resultados del test de Tmms-24 se puede concluir que entre los hombres y mujeres, las mujeres las que pueden expresar sus sentimientos y a su vez tienen mejor capacidad para detectar los sentimientos de los demás, en comparación con los hombres.
- Hombres y mujeres recepcionistas encuestados poseen la actitud de cambiar sus emociones negativas por positivas además de que ambos generan presentan buen conocimiento de sus propios sentimientos, así como se preocupa por mantener un buen estado de ánimo y que un buen estado de ánimo está directamente relacionado con la energía o actitud del recepcionista.

- Para los clientes es muy importante la atención que se les brinda, y para la mayoría de ellos el trato amable que reciban prevalece sobre otros aspectos, inclusive sobre la rapidez con la que se atendido o la seguridad que haya en el sitio.
- Es importante que los hoteles capaciten al personal en servicio al cliente, esto permite mejorar sus conocimientos, habilidades, conductas y actitudes que contribuyen en pro de mejorar el trato hacia el cliente.
- Aunque existen procesos de evaluación de la calidad del servicio que el recepcionista presta al cliente por parte del hotel, no existen estrategias de mejora, no se analizan los resultados para identificar las falencias del hotel o del empleado.

8. Recomendaciones

- Se recomienda seguir investigando sobre la habilidad más importante que debe tener un recepcionista según los huéspedes “el respeto” ya que con los resultados obtenidos se pudo determinar que es la principal competencia de la investigación realizada sobre las 10 habilidades más importantes que debe tener los recepcionistas de los hoteles.
- Se recomienda hacer una nueva investigación para hacer una corroboración o correlación de resultados y poder establecer si hay una relación significativa con las 10 principales habilidades blandas que se estudiaron para fortalecer la prestación del servicio al cliente del recepcionista de los hoteles de 3 y 4 estrellas del municipio de Bucaramanga afiliados a Cotelco.

- Es importante volver a hacer un estudio de habilidades blandas pero ahora con los gerentes y demás colaboradores con el fin de contribuir con el desarrollo y una mejora continúa del sector turismo, en los hoteles del municipio de Bucaramanga.
- Para el equipo de trabajo de un hotel se hace necesario realizar un estudio de habilidades blandas en todas las áreas y perfiles ocupacionales como sinergia, que también tengan contacto con el cliente ejemplo: desde las mucamas, meseros entre otros, con el fin de poder diagnosticar algunas debilidades y por ende fortalecer las habilidades que se necesiten.
- Se recomienda seguir trabajando con Cotelco y apoyarse en los procesos de capacitación e investigación con el objetivo de obtener un crecimiento en el sector turismo y así poder satisfacer las necesidades de los huéspedes.
- Trabajar en conjunto universidad, empresa y Cotelco como asociación hotelera y turística de Colombia, con el fin de apoyar procesos estratégicos en las organizaciones y de investigación y a su vez afianzar relaciones de conocimiento.

Referencias Bibliográficas

Adecco Colombia. (2015). Cómo asumir las responsabilidades y errores en el trabajo. Retrieved December 20, 2018, from <http://adeccocolombia.blogspot.com/2015/03/como-asumir-las-responsabilidades-y.html>

Adecco Group. (2017). *The soft skills imperative*. 130. Retrieved from <https://www.adeccogroup.com/wp-content/themes/ado-group/downloads/the-adecco-group-white-paper-the-soft-skills-imperative.pdf>

Barrena, S. F. (2007). *La Razón Creativa*. Ediciones Rialp.

Betancourt, G. (n.d.). El liderazgo como una herramienta posible de cambio. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.forbes.com.mx/una-definicion-de-liderazgo/>

Bisquerra, R., & Pérez, N. (2007). Las competencias emocionales. *Educación XXI*, 10, 61–82. <https://doi.org/10.5944/educxx1.1.10.297>

Cámara de Comercio de Bucaramanga -. (2017). “Empréndelo” les brindará herramientas de crecimiento y sostenibilidad empresarial. Retrieved December 2, 2018, from <https://www.camaradirecta.com/noticias-11-m/2464-emprendelo-les-brindara-herramientas-de-crecimiento-y-sostenibilidad-empresarial-.htm>

Chacín, L. (2010). Tecnología de la información como apoyo al proceso para la toma de decisiones gerenciales en organizaciones del sector eléctrico de Venezuela. *Revista Espacios*, 31(2), 13. Retrieved from <http://www.revistaespacios.com/a10v31n02/10310233.html>

Cotelco. (2019). Nosotros - Cotelco.

Duden. (2018). pro-aktiv. Rechtschreibung, Bedeutung, Definition. Retrieved December 18, 2018, from www.duden.de website: <http://www.duden.de/rechtschreibung/proaktiv>

EcuRed. (2017). Disciplina. Retrieved December 20, 2018, from <https://www.ecured.cu/Disciplina>

El tiempo. (2013, August 27). La autonomía laboral, clave en la innovación. *El Tiempo*. Retrieved from <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13016663>

Fernández-berrocal, P. (2004). *Medidas de evaluación de la inteligencia emocional Revista Latinoamericana de Psicología Natalio Extremera Pacheco / Pablo Fernández Berrocal / José Miguel Mestre Navas /*. (January).

Fernando, C., & Valencia, M. (2014). *Estructura organizacional para la gestión del servicio*. Retrieved from https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/5109/CarlosFernandoMar%EDnValencia_2014.pdf?sequence=2

Fundación Surt. (2013). *DEFINICIONES DE LAS COMPETENCIAS TRANSVERSALES*. Retrieved from http://www.ccmareme.cat/ARXIUS/2013/PROMOECO/CONSTRUEIX/F_definico__competencies_transversals.pdf

Katers, N. (2018). ¿Qué es la estructura organizativa de un hotel? Retrieved December 2, 2018, from Cuida tu dinero website: <https://www.cuidatudinero.com/13117248/que-es-la-estructura-organizativa-de-un-hotel>

La República. (2018, January 24). La adaptación es la habilidad blanda que más requerirán las empresas este año. *Diario La República*. Retrieved from <https://www.larepublica.co/empresas/la-adaptacion-es-la-habilidad-blanda-que-mas-requeriran-las-empresas-este-ano-2591889>

Lancaster, F. W., & Pinto Molina, M. (2001). *Procesamiento de la información científica*. Arco/Libros.

Manosso, F. C., & Gandara, J. M. (2013). El empleado como gestor de las emociones de los huéspedes. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 22(1), 1–28. Retrieved from http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000100001

Martín Martín, M. A. (2009). *Descubre al comercial que llevas dentro : tú también eres Com aunque no lo creas*. Fundación Confemetal.

Monsalve Castro, Carolina; Hernández Rueda, S. I. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (78), 160–173. <https://doi.org/0120-8160>

Monterroso Gramajo, M. R. (2017). *Inteligencia emocional del personal en hoteles de la ciudad de Quetzaltenago*. Retrieved from <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/01/01/Monterroso-Manuel.pdf>

Observatorio de Mercado del Trabajo de Bucaramanga. (2013). *Oportunidades de inclusión laboral en Sector Turismo*. Retrieved from www.pnud.org.co

observatorio laboral. (2018). empleados de recepcion hotelera.

Oliva Delgado, A., Antolín Suárez, L., Pertegal Vega, M. Á., Ríos Bermúdez, M., Parra Jiménez, Á., Hernando Gómez, Á., & Reina Flores, M. D. C. (2011). *Instrumentos para la evaluación de la salud mental y el desarrollo positivo adolescente y los activos que lo promueven*. Retrieved from <https://psicologiaveracruz.files.wordpress.com/2016/02/trait-meta-mood-scale-tmms-24.pdf>

Ortega Santos, C. E., Febles Rodriguez, J. P., & Sentí Estrada, V. (n.d.). Fundamentación Teórico- Metodológica de una estrategia para desarrollar las habilidades blandas desde una enseñanza inicial. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 3(3), 1–16.

Pontificia Universidad Católica de Chile. (n.d.). La confianza en sí mismo. Retrieved November 18, 2018, from http://apoyo.saludestudiantil.uc.cl/index.php/saber-mas?task=verItem&id_item=26&vista=saber-mas

por, R., Olivas Montero, D. B., Elizondo Sánchez, D. B., Bogantes Hidalgo, E. B., & Zúñiga Herrera, A. (n.d.). *Tema: Habilidades Blandas*. Retrieved from http://alfarosolis.com/content/PDFs/IF7100/semana8/Habilidades_blandas.pdf

Psicología y Empresa. (2011). Al cliente con respeto. Retrieved December 20, 2018, from

<https://psicologiayempresa.com/al-cliente-con-respeto.html>

ReviewPro. (2010). 6 consejos para gestionar conflictos con los huéspedes. Retrieved December 20, 2018, from <https://www.reviewpro.com/es/blog/6-consejos-para-gestionar-conflictos-con-los-huespedes-antes-de-que-los-comentarios-negativos-lleguen-a-la-red/>

SINC. (2018). El trabajo en equipo y la cooperación son las claves del éxito. Retrieved December 20, 2018, from <https://www.agenciasinc.es/Noticias/El-trabajo-en-equipo-y-la-cooperacion-son-las-claves-del-exito>

Singer, M., Guzmán, R., & Donoso, P. (2009). Entrenando competencias blandas en jóvenes. *Pontificia Universidad Católica de Chile*, (proyecto 1080292), 1–20. Retrieved from http://www.inacap.cl/tportal/portales/tp90b5f9d07o144/uploadImg/File/PDF/Entrenando_Competicencias_Blandas_en_Jovenes.pdf

Tito Maya, Maria. D. & Serrano Orellana, B. (2016). Desarrollo de soft skills una alternativa a la escasez de talento humano. *INNOVA Research Journal*, 1(12), 59–76.

Wikipedia, la enciclopedia libre. (n.d.). Carta sobre la tolerancia. Retrieved December 20, 2018, from https://es.wikipedia.org/wiki/Carta_sobre_la_tolerancia

Zapata, W. (2005). Formación por competencias en educación superior. Una aproximación conceptual a propósito del caso colombiano. *Revista Iberoamericana de Educación*, 36, 1–11. <https://doi.org/10.1007/s11663-999-0098-2>

Apéndices

Apéndice A Encuesta a usuarios de hotel

ENCUESTA A USUARIOS DE HOTEL

Objetivo: Analizar la percepción del cliente, en la prestación de servicios en la recepción de los hoteles.

1. Edad: _____

2. Género: Hombre _____ Mujer _____

3. Cómo fue el trato que recibió en la recepción al llegar?

Muy bueno _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

Pésimo _____

4. Cómo fue el trato que recibió en la recepción durante su estadía en el hotel?

Muy bueno _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

Pésimo _____

5. Cómo fue el trato que recibió en la recepción al finalizar su estadía en el hotel?

Muy bueno _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

Pésimo _____

6. Cómo califica la presentación personal de las personas en la recepción?

Muy bueno _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

Pésimo _____

7. Cómo califica la orientación proporcionada por el personal de recepción en su demanda de servicio?

Muy bueno _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

Pésimo _____

8. Cómo califica la comunicación verbal, con el personal de recepción?

Tono de voz		Atención visual	
Muy agradable		Le veía y ponía atención	
Agradable		No le veía	
Normal		Le escuchaba, pero veía hacia otro lado.	
Desagradable		No le veía y hablaba con alguien más.	
Muy desagradable		Tuvo que repetirle varias veces, para que le viera y pusiera atención.	

9. Cómo califica la importancia dada, a la demanda de su servicio por parte del personal de recepción del hotel

Muy importante _____

Importante _____

Poco importante _____

Sin importancia _____

10. Cómo califica la comprensión y empatía brindada por el personal de recepción, al prestarle el servicio que usted solicitó?

Comprensión		Empatía	
Muy buena		Muy buena	
Buena		Buena	
Regular		Regular	
Mala		Mala	
Pésima		Pésima	

11. ¿Cumplió sus expectativas el servicio que le brindó el personal de recepción del hotel?

Si _____

No _____

12. ¿Qué espera usted del servicio que le brindó el personal de recepción del hotel?

Que la atención sea rápida _____

Que la atención sea con amabilidad y cortesía _____

Que sea verdad la información acerca de la comodidad y limpieza _____

Que haya seguridad _____

13. ¿Cómo ha sido su tiempo de espera en la recepción mientras le atendían?

Muy Agradable _____

Agradable _____

Indiferente _____

Pésimo _____

14. Considera usted que el tiempo de prestación del servicio es?

Muy ágil y rápido _____

Ágil y rápido _____

Indiferente _____

Lento _____

Muy lento _____

Apéndice B Encuesta a gerente, administrador o jefe de talento humano

ENCUESTA A GERENTE, ADMINISTRADOR O JEFE DE TALENTO HUMANO

Objetivo: Analizar la percepción del gerente, administrador o jefe de talento humano, en la prestación de servicios en la recepción de los hoteles.

1. Edad: _____

2. Escolaridad

Ninguno _____

Primaria _____

Bachillerato _____

Universidad – Pregrado _____

Universidad – Postgrado _____

3. ¿Se han hecho cambios últimamente en el hotel, en relación con la atención al cliente?

Si _____

No _____

¿Podría especificar qué cambios?

4. Existe algún plan de atención al cliente, ¿que el personal de recepción ponga en práctica actualmente en el hotel?

Si _____

No _____

5. ¿Existe algún manual de atención al cliente, actualmente en el hotel?

Si _____

No _____

6. Al momento de ingresar a trabajar al hotel. ¿Se le brinda inducción al personal de recepción, para el cargo que va a ocupar?

Si _____

No _____

7. Al momento de ingresar a trabajar al hotel. ¿Se le brinda inducción al personal de recepción, en servicio al cliente?

Si _____

No _____

8. Se le brinda capacitación al personal de recepción del hotel, en áreas como: ¿Relaciones humanas y Trabajo en equipo?

Si _____

No _____

9. ¿Con que frecuencia se dan capacitaciones en la atención al cliente, al personal de recepción del hotel?

Trimestral _____

Semestral _____

Anual _____

Otro _____

10. ¿Se evalúa el desempeño en la atención al cliente, al personal de recepción del hotel?

Si _____

No _____

11. ¿Si se evalúa el desempeño, con qué frecuencia se hace?

Trimestral _____

Semestral _____

Anual _____

Otro _____

12. Si se evalúa el desempeño, que aspectos consideran en su evaluación?

13. Cómo califica la atención a la cliente brindada por personal de recepción del hotel?

Excelente _____

Buena _____

Regular _____

Mala _____

Apéndice C Prueba TMMS-24 adaptado para recepcionistas**PRUEBA TMMS -24 ADAPTADO PARA RECEPCIONISTAS**

Objetivo: Analizar la comprensión, percepción y regulación de sentimientos y emociones de los recepcionistas.

Hombre _____ Mujer _____

La prueba a continuación se debe calificar bajo la siguiente escala.

1	2	3	4	5
Nada de Acuerdo	Algo de Acuerdo	Bastante de Acuerdo	Muy de	Totalmente de Acuerdo

PRUEBA TMMS - 24 ADAPTADA						
	Indicador	ESCALA				
1	El recepcionista siempre puede decir lo que siente	1	2	3	4	5
2	El recepcionista siempre presta mucha atención a los sentimientos de los compañeros y de los clientes	1	2	3	4	5
3	El recepcionista intenta cambiar su estado de ánimo cuando está enfadado	1	2	3	4	5
4	El recepcionista frecuentemente puede definir sus sentimientos	1	2	3	4	5
5	El recepcionista casi siempre sabe cómo se siente	1	2	3	4	5
6	El recepcionista a menudo se da cuenta de sus sentimientos en diferentes situaciones	1	2	3	4	5

PRUEBA TMMS - 24 ADAPTADA						
	Indicador	ESCALA				
7	El recepcionista intenta tener pensamientos positivos, aunque se sienta mal	1	2	3	4	5
8	El recepcionista tiene mucha energía cuando se siente feliz	1	2	3	4	5
9	El recepcionista se preocupa por tener un buen estado de ánimo	1	2	3	4	5
10	El recepcionista dedica tiempo a pensar en sus emociones	1	2	3	4	5
11	El recepcionista piensa que merece la pena prestar atención a sus emociones y estado de ánimo	1	2	3	4	5
12	El recepcionista presta mucha atención a lo que siente (sentimientos propios)	1	2	3	4	5

LISTA DE SELECCIÓN DE HABILIDADES BLANDAS

Cuál de las siguientes habilidades blandas considera más importante para el desarrollo laboral del personal que trabaja en la recepción.

1	2	3	4	5
Nada de Acuerdo	Algo de Acuerdo	Bastante de Acuerdo	Muy de Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

HABILIDAD	CALIFICACION				
Proactividad.	1	2	3	4	5
Disposición al aprendizaje.	1	2	3	4	5
Capacidad de decisión.	1	2	3	4	5
Capacidad de control.	1	2	3	4	5
Capacidad de adaptación al cambio.	1	2	3	4	5
Creatividad en la solución de problemas.	1	2	3	4	5
Tolerancia.	1	2	3	4	5
Empatía.	1	2	3	4	5
Humildad.	1	2	3	4	5

HABILIDAD	CALIFICACION				
Comprensión	1	2	3	4	5
Imparcialidad.	1	2	3	4	5
Dinámico	1	2	3	4	5
Autonomía.	1	2	3	4	5
Orden.	1	2	3	4	5
Disciplina.	1	2	3	4	5
Escuchar activamente.	1	2	3	4	5
Capacidad de analizar.	1	2	3	4	5
Honestidad	1	2	3	4	5
Eficiente	1	2	3	4	5
Confianza en sí mismo.	1	2	3	4	5
Capacidad de automotivarse.	1	2	3	4	5
Resiliencia.	1	2	3	4	5
Trabajo en Equipo.	1	2	3	4	5
Capacidad de cooperación.	1	2	3	4	5
Capacidad de liderazgo	1	2	3	4	5
Actitud solidaria.	1	2	3	4	5
Respeto.	1	2	3	4	5
Responsabilidad.	1	2	3	4	5
Manejo de conflictos.	1	2	3	4	5
Capacidad para comunicarse.	1	2	3	4	5
Relaciones interpersonales	1	2	3	4	5