

Título: Sistema de evaluación de la satisfacción del huésped para los hoteles de la ciudad de Córdoba

Title: Guest satisfaction survey system developed for Córdoba city's hotels

Autor: María Fernanda Neder

Carrera: Lic. en Administración Hotelera

E-mail: mfernandaneder@gmail.com

Resumen

La satisfacción de huéspedes en servicios hoteleros constituye un elemento de extrema relevancia en el sector. Este escrito incluye la propuesta de un Sistema de Evaluación de la Satisfacción del Huésped desarrollado en base al diagnóstico proveniente del relevamiento de los sistemas existentes con los que cuentan los establecimientos hoteleros de la ciudad de Córdoba para llevar a cabo dicha tarea. Conforme la necesidad de intervenir, se incentiva la realización de un trabajo intraorganizacional en los establecimientos y se pretende apoyar las herramientas que ya existen para profundizarlas y complementarlas mediante el uso de una plataforma web, impulsando la gestión de la calidad desde elementos sencillos y muy prácticos.

Abstract

Guest satisfaction in hotel services constitutes an extremely important element in the industry. This paper includes the proposal of a Guest Satisfaction Survey System developed after a diagnosis of the existing tools that Córdoba's hotels use to carry out this task. Due to the need to intervene, an intra-establishment work is encouraged. Also, it is intended to

support the existing systems to deepen and complement them, through the use of a web platform, as well as boosting quality management by implementing very practical and simple elements.

Palabras claves: sistema, satisfacción, huéspedes, hoteles, plataforma web.

Key words: system, satisfaction, guests, hotels, web platform.

1. INTRODUCCIÓN

La satisfacción de huéspedes en el consumo de servicios hoteleros constituye un elemento más que importante en el sector. No sólo lo es para quienes detentan la prestación de dichos servicios sino también para las prestaciones conexas que surgen a su alrededor. Actualmente los establecimientos de la ciudad de Córdoba manifiestan un incipiente interés en este tema, y dedican parte de su tiempo al desarrollo y monitoreo de la satisfacción de sus huéspedes.

El intercambio verbal con los clientes, las encuestas y las reseñas en portales de internet son algunos de los recursos utilizados para relevar y reunir datos. Siguiendo esta línea, el presente trabajo diseña un sistema de evaluación de la satisfacción del huésped aplicable al sector hotelero de la ciudad de Córdoba, el cual permitiría fomentar las actividades actuales, complementarlas y otorgarles mayor consistencia para que generen información relevante para los establecimientos.

La aspiración de este sistema es promover un trabajo intraorganizacional que los impulse a embarcarse en el camino de la gestión de la calidad desde elementos muy sencillos y prácticos que les permita prevenir y enfrentar problemas emergentes a partir de una detección temprana, como así también reforzar aquellas acciones que no presentan desviaciones.

Para diseñar este sistema, previamente se cumplieron los siguientes objetivos de investigación:

- Identificar los aspectos relacionados a la satisfacción del huésped que contemplan el Ministerio de Turismo de la Nación y la Dirección de Turismo Municipal en sus gestiones.
- Caracterizar las herramientas con las que actualmente los hoteles de la ciudad de Córdoba evalúan la satisfacción de sus huéspedes.
- Indagar acerca de la existencia de herramientas virtuales útiles para el diseño y procesamiento de encuestas.

2. METODOLOGÍA

Debido a que en la ciudad de Córdoba no existe un sistema establecido, integral y formal de seguimiento de la satisfacción de los huéspedes, con este proyecto se procuró echar luz sobre la manera en la que actualmente se evalúa dicha satisfacción. A raíz de ello, se llevó a cabo una investigación de tipo exploratoria en la que se recolectaron datos primarios y secundarios.

El diseño de investigación fue transversal o también denominado sincrónico, pues los datos fueron recolectados en un tiempo único sin realizar seguimiento de los mismos a lo largo del tiempo, lo que en palabras de Vieytes (2004) se define como una medición estática.

La metodología que se aplicó es de tipo cualitativa, esto permitió recolectar montos detallados de datos primarios. Con este enfoque metodológico no se exime lo cuantitativo, ya que se integró en los puntos necesarios que ameritaron este enfoque.

El conjunto de elementos que conformaron el objeto de estudio fueron los establecimientos de alojamiento emplazados en la ciudad de Córdoba, bajo la modalidad de Hotel. Esta población está compuesta, según el relevamiento anual 2012 efectuado por el Observatorio Turístico, por un total de 66 elementos distribuidos en categorías como se expresa la Tabla 2.1.

Tabla 2.1

Cantidad de establecimientos hoteleros de la ciudad de Córdoba según categoría

Categoría	Cantidad de establecimientos
5*	3
4*	7
3*	12
2*	20
1*	24

(Observatorio turístico, 2013)

Para identificar acciones, programas o elementos relacionados al tema de la satisfacción del huésped presentes en la gestión del Ministerio de Turismo, se realizó una búsqueda de información secundaria que dio cuenta de las características y el funcionamiento de dos aspectos mencionados en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de nuestro país: *Encuesta de satisfacción en destino y Sistema de respuestas a sugerencias y reclamos* (Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, SECTUR; Red de Información, CFI, 2005).

Para indagar respecto a las características de los relevamientos sobre satisfacción del huésped que realiza la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Córdoba mediante su Observatorio Turístico, se aplicó una entrevista de profundidad a la responsable del área, la Lic. Fernanda Córdón. En este caso se utilizó como instrumento una guía de pautas para recabar dicha información. También se recolectó información a través de fuentes documentales como los informes oficiales emitidos por este organismo.

Para descubrir herramientas virtuales existentes de diseño y procesamiento de encuestas también se realizó una búsqueda de información secundaria.

Para establecer las características de los Sistemas de Evaluación de la Satisfacción del Huésped que utilizan los hoteles de la ciudad de Córdoba se utilizó la técnica de encuesta. El instrumento cuestionario fue aplicado preferentemente de manera personal al responsable del establecimiento de alojamiento. Esto se dio en el contexto de una “entrevista ejecutiva” o también denominada “entrevista en la oficina” (Hair et al., 2004,

págs. 254-255). Este método tiene la ventaja de permitir explicar preguntas y asegurar una respuesta adecuada.

Para realizar el relevamiento de la información se realizó un muestreo no probabilístico. El método utilizado fue el “muestreo por cuotas” en combinación con el “muestreo por conveniencia” (Hair et al., 2004, págs. 357-358).

Los establecimientos de alojamiento serán seleccionados de acuerdo con cuotas preespecificadas en relación a una característica determinada. En el presente caso estas cuotas estarán establecidas por la categorización del establecimiento. Para determinar la cuota y su tamaño se utilizó información secundaria provista por el Observatorio Turístico. A partir de esta estratificación en cuotas, se tomó de cada una de ellas una muestra por conveniencia.

Tabla 2.2

Hoteles pertenecientes a la muestra

N° de elemento	Categoría	Nombre
1.	4 estrellas	NH
2.	4 estrellas	Windsor
3.	3 estrellas	Cristal
4.	3 estrellas	Del Fundador
5.	3 estrellas	Dorá
6.	3 estrellas	Felipe II
7.	3 estrellas	Quorum
8.	2 estrellas	Corona
9.	2 estrellas	Quetzal
10.	2 estrellas	Sussex
11.	1 estrellas	Viena

3. DESARROLLO

La información recolectada permitió trazar un diagnóstico de la situación en la que se encuentran los hoteles de la ciudad de Córdoba respecto a la evaluación de la satisfacción de sus huéspedes. Para ello se determinaron 7 criterios, cada uno recibió un valor de

ponderación (Ver Tabla 3.1) en relación a la complejidad de la tarea o acción que evaluarán.

Tabla 3.2

Valores de ponderación de criterios

N°	Criterio	Valor de ponderación
1.	Sondeo de la satisfacción mediante el diálogo con el huésped	1
2.	Utilización de encuestas escritas	2
3.	Reconocimiento de la presencia en e-channels	1
4.	Revisación de reseñas en e-channels	1
5.	Realización de síntesis y análisis de datos recolectados	4
6.	Comunicación de los resultados	3
7.	Acciones ratificadoras o rectificadoras en base al feedback	5

Se cotejó en cada uno de los establecimientos relevados el cumplimiento de estos criterios, otorgándosele un puntaje de uno a tres (1-3). La tabla 3.2 presentada a continuación detalla frente a qué características se atribuye cada puntaje.

Tabla 3.3

Escala

N°	Criterio	Puntaje 1	Puntaje 2	Puntaje 3
1.	Sondeo de la satisfacción mediante el diálogo con el huésped	Reactivo	Consultas al terminar la estadía	Constante, proactivo
2.	Utilización de encuestas escritas	Antiguamente	Esporádicamente	Vigencia
3.	Reconocimiento de la presencia en e-channels	-	Si	-
4.	Revisación de reseñas en e-channels	Esporádicamente	Regularmente	Constantemente
5.	Realización de síntesis y análisis de datos recolectados	Revisación o lectura	Compendio y registro de la información	Elaboración de resumen e informe
6.	Comunicación de los resultados	Informal ascendente	Informal interdepartamental	Formalizada general y específica a cada departamento
7.	Acciones ratificadoras o rectificadoras en base al feedback	Incipientes	A veces se tienen en cuenta para tomar decisiones	Los resultados son orientadores de la gestión

De este modo, mediante la ponderación de los puntajes parciales obtenidos en cada criterio, cada hotel recibió un puntaje general siendo el máximo posible 50 puntos.

Tabla 3.3

Resumen de puntajes en orden creciente

Hotel	Puntaje compromiso
Quetzal	1
Cristal	5
Felipe II	8
Dorá	8
Del Fundador	21
Corona	22
Sussex	24
Windsor	29
Viena	34
Quorum	38
Nh	50

La Tabla 3.3 se grafica a continuación en la figura 3.1.

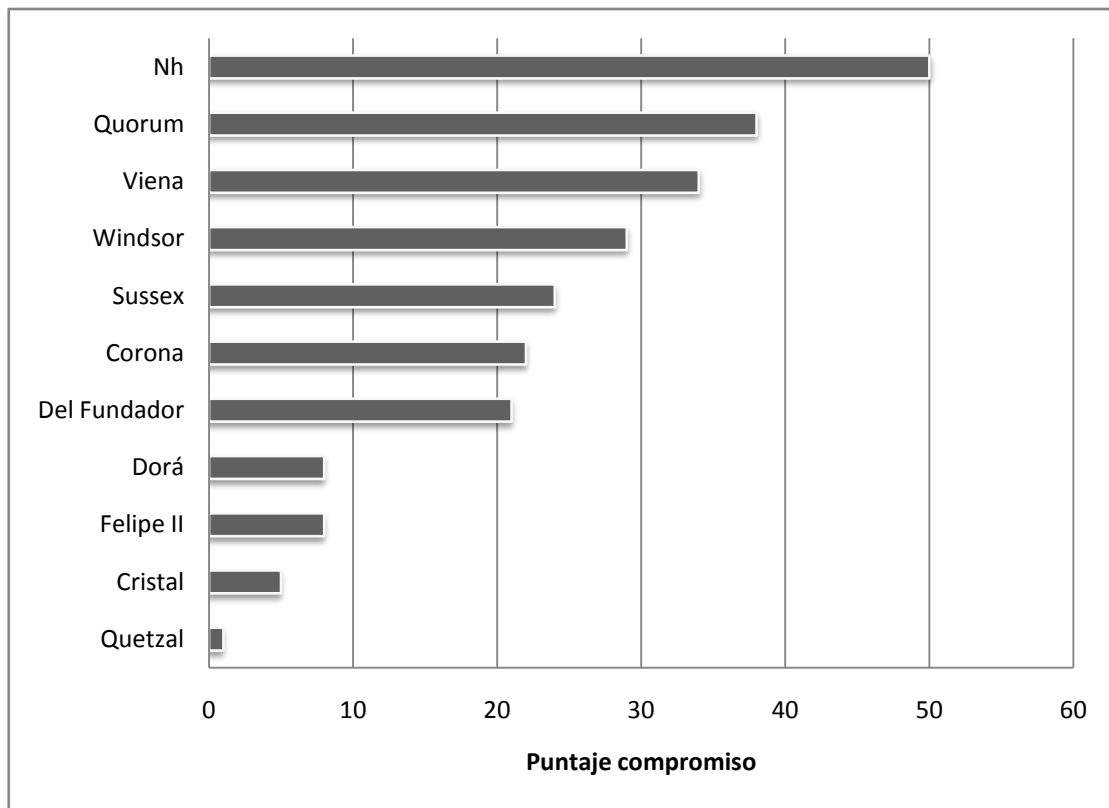


Figura 3.1 Puntaje compromiso

Por otro lado, se calificó el nivel de apertura a recibir mejoras, considerando en este caso si los hoteleros estaban conformes con las herramientas que utilizaban y si creían que podrían realizar nuevas incorporaciones o correcciones a sus sistemas para perfeccionarlos.

La tabla 3.4 muestra los puntajes otorgados a cada establecimiento en un intervalo de 1 a 4, la figura 3.2 inmediatamente posterior grafica dichos datos.

Tabla 3.4

Resumen de puntajes predisposición a incorporar mejoras

Hotel	Puntaje predisposición
Quetzal	1
Cristal	1
Felipe II	2
Dorá	4
Del Fundador	4
Corona	3
Sussex	4
Windsor	4
Viena	3
Quorum	3
Nh	1

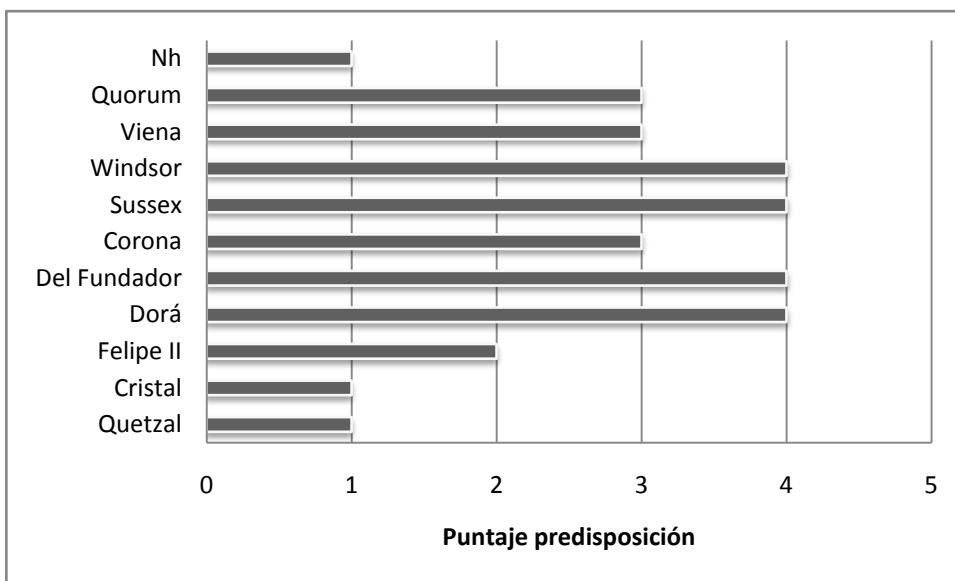


Figura 3.2 Puntaje predisposición

Relacionando estas dos variables se construyó un diagrama de dispersión (Figura 3.3) que permite observar en qué zona se encuentran los elementos de la muestra.

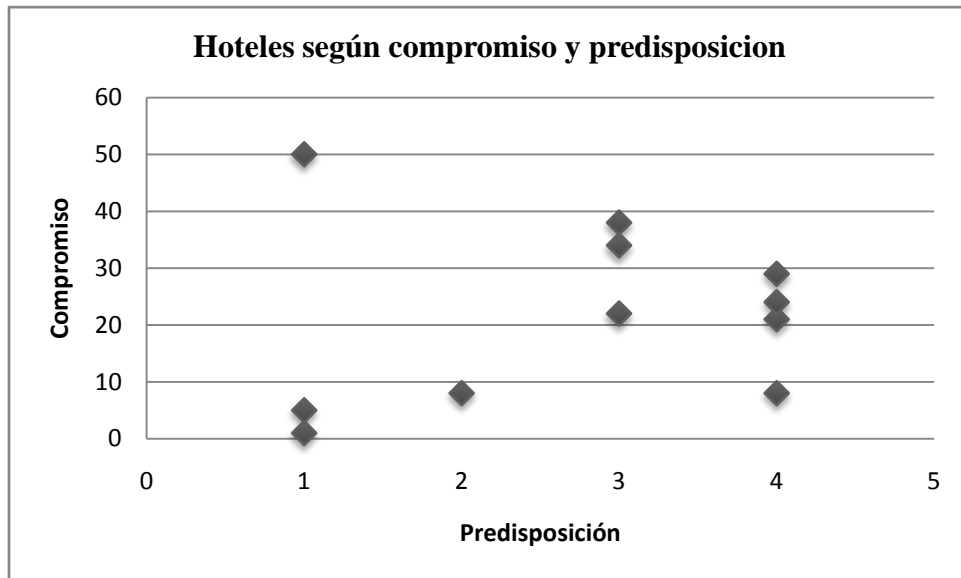


Figura 3.3 Hoteles según compromiso y predisposición

Diagnóstico General

En base a la investigación realizada en campo mediante las entrevistas y la recolección de información secundaria es posible elaborar un diagnóstico de la situación en la que se encuentran actualmente los hoteles de la ciudad de Córdoba respecto a la utilización de sistemas de evaluación de la satisfacción de sus huéspedes.

Los problemas detectados a resolver son principalmente: la falta de formalidad y de sistematización en las evaluaciones, procesamiento de datos y comunicación. A partir de estas falencias se pueden enlistar más específicamente el siguiente compendio de problemas detectados:

- *Modus operandi* reactivo, esperan a que lleguen las críticas/quejas para accionar.
- Se aplican encuestas sin una constancia metodológica témporo-espacial.
- Aplican encuestas, obtienen respuestas pero solo las lee el gerente.
- Las respuestas de las encuestas son analizadas individualmente, no se compendian en un análisis de datos global.

- El gerente lee las reseñas en portales específicos tales como TripAdvisor pero esos datos no se compendian en un análisis global.
- No se realizan informes mensuales de lo relevado respecto a satisfacción.
- La comunicación de las críticas positivas como negativas se realiza de manera verbal e informalmente.
- No quedan registros escritos de las correcciones o nuevos compromisos de mejora.
- Las encuestas entregadas según la disposición del recepcionista pueden ser manipuladas.
- Tratan temas individualmente sin gestión integral, resuelven y después se olvidan.
- Las herramientas no están integradas funcionando como un sistema, son partes independientes, inconexas.

Fue posible distinguir claramente tres posturas entre los hoteleros: compromiso, no compromiso e indiferencia.

Por un lado están aquellos establecimientos en los que sus responsables de Recepción se encuentran comprometidos en la tarea de evaluar la satisfacción de sus huéspedes. Las herramientas que utilizan les son útiles y ellos perciben que les funcionan para conocer a sus clientes.

Dentro de este grupo se puede trazar una subdivisión entre aquellos que no necesitarían de la contribución del Sistema, porque ya cuentan con una manera satisfactoria de hacerlo y aquellos que reconocen que sus herramientas podrían mejorarse, e integrarse más eficientemente, por lo que los aportes de la presente propuesta les serían ventajosos.

Por otro lado, se encuentran aquellos establecimientos que demostraron un muy bajo compromiso con la evaluación de la satisfacción de sus huéspedes. Aquí también se puede establecer una subdivisión entre quienes a pesar de las falencias de su sistema manifestaron

una actitud favorable frente a las mejoras y aquellos que directamente no tienen interés de destinar energía, recursos económicos ni tiempo en esto.

Para visualizarse más claramente esta explicación se resumió en el siguiente diagrama:

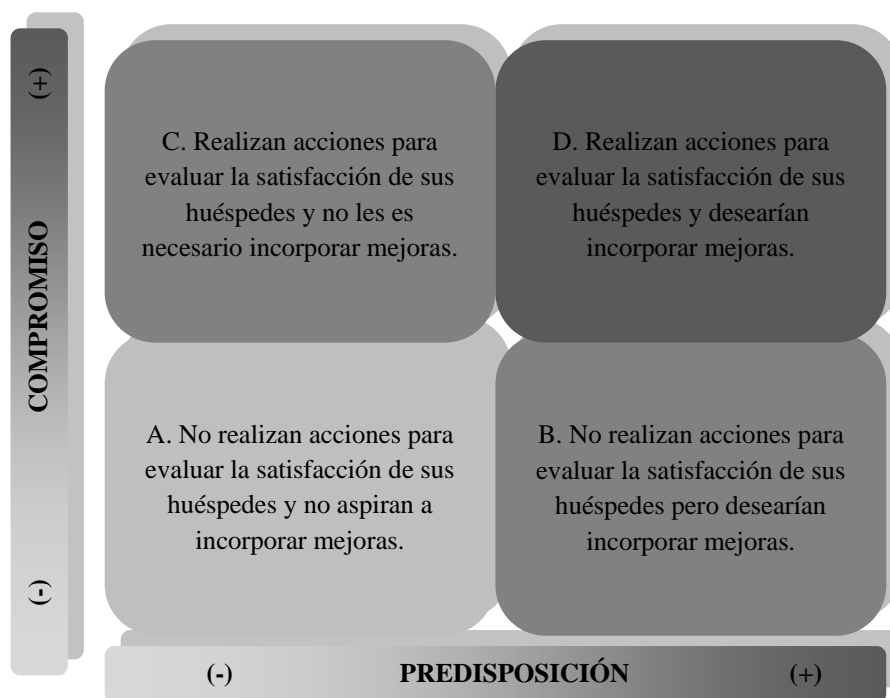


Figura 3.4 Agrupamiento de hoteles según compromiso actual con la evaluación de la satisfacción y predisposición a adoptar mejoras

Considerando la puntuación obtenida respecto se puede visualizar en el diagrama siguiente cómo cada elemento de la muestra queda englobado dentro de uno de los cuatro grupos (A, B, C, D).

Al superponer el diagrama 3.4 y el gráfico de dispersión 3.3 se genera la siguiente figura:

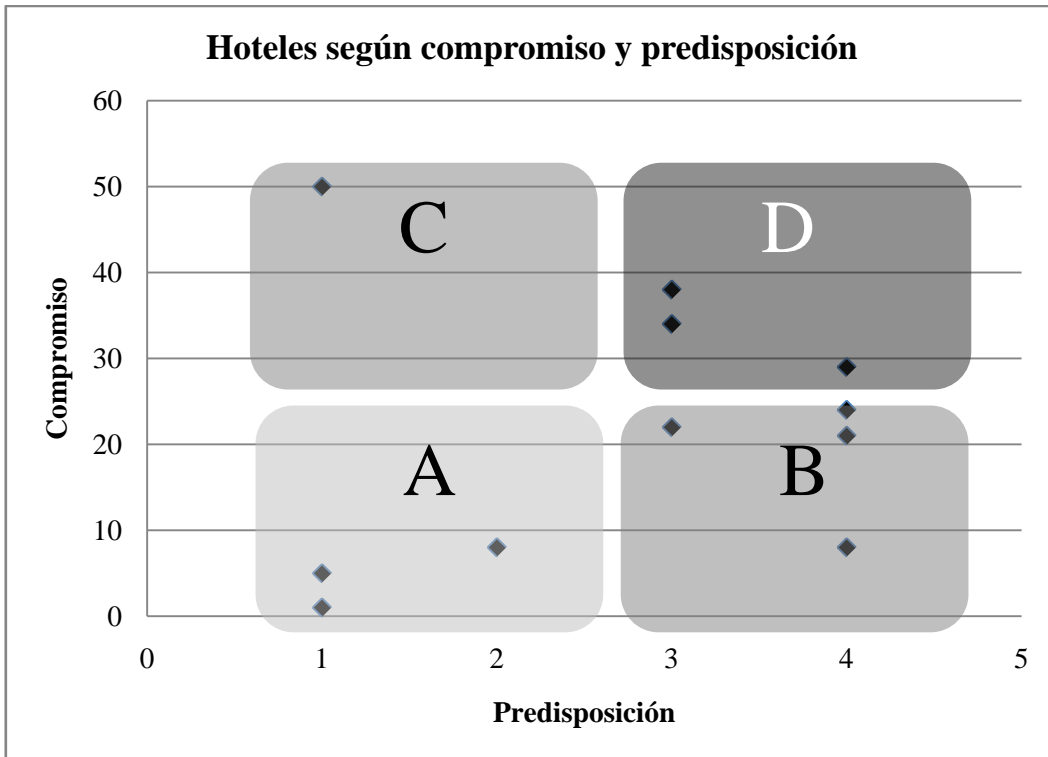


Figura 3.5 Posición de los hoteles según compromiso y predisposición

El grupo A está compuesto por aquellos establecimientos en los que se manifestó indiferencia o desidia frente a los sistemas de evaluación y la posibilidad de incorporar mejoras. Frente a esta situación aparece la opción de inclinarlos hacia otra posición. Ello implicaría mucha labor de capacitación y trabajo con gerentes para que vislumbren la necesidad y los beneficios de comprometerse y bregar por el entendimiento de la importancia que tiene realizar estas evaluaciones periódicas.

El grupo B se compone de aquellos hoteles que hoy en día realizan evaluaciones mínimas de poca incidencia en lo que significaría tener desarrollado un sistema de evaluación de la satisfacción. Pero que, a pesar de estas mínimas labores, asumen la necesidad de incorporar mejoras y reconocen las ventajas que dicho perfeccionamiento les traería. Este grupo destaca los beneficios de evaluar, las ventajas y sus utilidades. La cuestión está en quebrar la inercia para desarrollar acciones que permitan aprovechar esos beneficios que ellos mismos mencionan.

El grupo C sería el menos propicio a recibir mejoras ya que hacen las cosas, y las hacen bien. El hotel de cadena que pertenece a este grupo se destaca por ser el referente ideal de sistema, tiene desarrollado en complejidad un sistema de evaluación que cohesiona con todo un sistema de Calidad articulado no solo a nivel local, sino también nacional y con un responsable de todos los establecimientos del Mercosur.

En este caso la periodicidad de los relevamientos de satisfacción son constantes, y su posterior procesamiento también lo es, incluso mediante un software especializado en el que se cargan los datos relevados y genera automáticamente resúmenes gráficos de los resultados globales.

Se menciona como el establecimiento menos propicio no sólo porque ya realiza una evaluación contundente de la satisfacción del huésped, sino porque por política de la cadena tampoco le estaría permitido sin las autorizaciones pertinentes, dado que tienen sus procedimientos y normas a seguir.

El grupo D es el conjunto ideal que ostenta mayor posibilidad de aceptación del Sistema. Desde estos establecimientos se trabaja en pos de evaluar la satisfacción de los huéspedes, tienen desarrollado sistemas incipientes que necesitarían un ajuste, y la incorporación de determinadas mejoras. Anexiones de nuevas herramientas, procesamiento de la información que recolectan, desarrollo de análisis de datos, elaboración de informes. Este grupo es el que constituye la oportunidad de aplicación de la propuesta.

A raíz de esto, el Sistema está apuntado principalmente al grupo D con posibles intervenciones en el grupo B y A. El grupo C fue excluido.

4. PROPUESTA DE APLICACIÓN

El *core* de la propuesta es una plataforma informática de captura, almacenamiento y procesamiento de datos que permite generar información relevante sobre los niveles de satisfacción de los huéspedes de un determinado hotel. Se constituye como una herramienta de apoyo a la organización, no es un Sistema de Calidad en sí mismo, sino un instrumento facilitador de las gestiones de calidad.

Esta plataforma Web se constituye como un software de uso en línea que permite a los hoteleros administrar desde un solo lugar toda la recolección de información sobre la satisfacción de sus huéspedes.

Para acceder a ella y sus beneficios los responsables de los hoteles deben registrarse creando un perfil único para el establecimiento. Se ingresa a una dirección URL y allí se envía una solicitud de incorporación.

Este sistema permite crear cuestionarios, presentar dicho formato de encuesta al huésped para que la responda, registrar quejas, elaborar reportes, compartirlos con áreas determinadas, almacenar datos históricos sobre satisfacción, importar estadísticas desde e-channels como TripAdvisor, y elaborar informes globales entrecruzando la totalidad de esos datos.

Medir permite enfrentar y prevenir los problemas emergentes a partir de una detección temprana, posibilitando la adopción de medidas correctivas. Las interpretaciones de los resultados de dichas mediciones mostrarán o confirmarán, los factores de riesgo, las fortalezas, debilidades y su posicionamiento respecto a competidores. Favorece la mejora continua como consecuencia del monitoreo sistemático.

Software - Especificación de requerimientos

En este inciso se detallan las acciones que pueden realizarse mediante la plataforma Web y las tareas que puede llevar a cabo el sistema desde el punto de vista del usuario. Estos requerimientos son los que configuran el diseño del software on line.

RF-1	Diseño de encuestas de satisfacción
Especificación	El sistema permite crear un cuestionario según las especificidades de información que requiera cada hotelero. Permite redactar las preguntas y <i>customizar</i> el cuestionario.

RF-2	Diseño de encuestas a partir de una plantilla estandarizada
Especificación	En el caso que el hotelero no disponga de recursos necesarios para crear un cuestionario desde cero, se ofrecerán modelos estandarizados sobre los cuales se podrán realizar modificaciones.

RF-3	Almacenar distintos cuestionarios
Especificación	El sistema posibilita la creación y almacenamiento de distintos cuestionarios.

RF-4	Envío de la encuesta por correo electrónico
Especificación	Una vez confeccionada se podrá elegir qué encuesta se desea compartir y enviársela por correo electrónico al huésped.

RF-5	Importación de base de datos
Especificación	El sistema permite importar los datos de contacto de los huéspedes para poder enviarle el cuestionario

RF-6	Completado de las encuestas
Especificación	El sistema ofrece no solo la posibilidad de diseñarla y compartirla, sino también provee una pantalla donde el huésped puede responder al cuestionario.

RF-7	Traducción del cuestionario a distintos idiomas
Especificación	El cuestionario puede seleccionarse para ser respondido en un idioma determinado, así los huéspedes que no hablan español también pueden acceder a la herramienta.

RF-8	Registro de acciones relevantes
Especificación	Permite registrar correcciones o nuevos compromisos de mejora como hitos en el historial de desempeño.

RF-9	Integración con TripAdvisor
Especificación	La plataforma estará integrada a esta otra plataforma, permitirá recolectar las reseñas allí dejadas e incluirlas en un apartado de los reportes.

RF-10	Elaboración de reportes
Especificación	El sistema realiza resúmenes estadísticos de la información recolectada.

RF-11	Compartir reportes
Especificación	Los reportes generados podrán enviarse por mail para ser compartidos con el área específica involucrada a los fines de concretar soluciones e informar felicitaciones/sugerencias.

RF-12	Impresión de reportes y cuestionarios
Especificación	El sistema ofrece la función de impresión de los cuestionarios para ser completados del modo tradicional por escrito y los reportes también.

Hardware

La utilización de este sistema exige la presencia de ciertos elementos tangibles. Para su aprovechamiento pleno es imprescindible el acceso desde una computadora con sus respectivos periféricos de entrada y salida.

La presentación de los cuestionarios idealmente podría hacerse por medio de dispositivos portátiles como *tablets* o *smartphones* en el momento del check out del huésped, a los fines de asegurar que las encuestas sean respondidas. Sin embargo como se mencionó con anterioridad, pueden ser reenviadas por mail o impresas y enviadas a los huéspedes.

Definición de actores-Personas

Los usuarios de la plataforma informática tendrán niveles de acceso diferente. Ellos son:

- Responsable del establecimiento, pudiendo ser el dueño o Gerente
- Empleado del hotel, por ejemplo recepcionistas
- Huésped

En complemento a este sistema se establece una guía con el objeto de orientar a los responsables de los hoteles respecto a la herramienta, cómo utilizarla y confeccionarla. Se recomienda

- Definir el propósito de la medición: **PARA QUÉ**
- Definir a qué clientes se les aplicará la herramienta: **QUIÉNES**
- Definir el momento de aplicación de la herramienta: **CUÁNDO y DÓNDE**
- Poner en práctica y uso el sistema: **CÓMO**

5. CONCLUSIONES

Conocer el grado de satisfacción de los huéspedes de un hotel es una conducta compleja que no acaba en distribuir meros cuestionarios a los clientes, sino en montar un sistema de recolección, procesamiento e interpretación de datos que generen información relevante para la organización.

En la actualidad existen establecimientos en los que sus responsables se encuentran comprometidos con la tarea de evaluar la satisfacción de sus huéspedes, sin embargo las herramientas que utilizan les son útiles pero insuficientes. Particularmente en la ciudad de Córdoba, según lo diagnosticado, los hoteles aplican cuestionarios, relevan las percepciones del servicio recibido que tienen sus clientes mediante el diálogo con ellos, monitorean las reseñas de los canales on-line, pero todas estas actividades resultan en un compendio de datos aislados sin relación o sentido que los integre.

La investigación realizada mostró que los recepcionistas desean tener más herramientas a su disposición, que admiten las insolvencias y la posibilidad de mejorar. Reconocen los beneficios de conocer al cliente, entre ellos mejorar el servicio, brindar una mejor atención, estar preparados para los huéspedes del mañana, complacerlos, fidelizarlos, saber dónde están posicionados respecto a la competencia, mantener dicho posicionamiento o crecer.

Con la convicción de que no es recomendable tomar decisiones en forma aleatoria, y que cada elección de un nuevo curso de acción necesita argumentos y documentación que lo sustente, el Sistema de Evaluación de la Satisfacción del Huésped se presenta como una propuesta de gran utilidad y relevancia que permite resolver los problemas detectados.

Se propone como un sistema integrado y coordinado de personas, equipos y procedimientos que transforman los datos en información, a fin de apoyar las actividades de las organizaciones hoteleras tales como las operaciones, la administración y la toma de decisiones en general, con el objetivo de que se desarrollen más eficientemente y que cumplan con aquello que los huéspedes consideran satisfactorio.

El sistema ofrece la posibilidad de aplicar cuestionarios con una constancia metodológica témporo-espacial, registrar las respuestas, elaborar resúmenes de dichos datos, gráficos e

informes con los resultados y compartirlos con distintos departamentos, todo esto mediante la plataforma web. A su vez esta herramienta permite integrar las reseñas de los e-channels en un análisis global y dejar asentado por escrito las correcciones o nuevos compromisos de mejora de manera que quede un registro de las intenciones de modificación y de las acciones rectificadoras o ratificadoras que existan.

De esta manera, medir permite enfrentar y prevenir los problemas emergentes a partir de una detección temprana, posibilitando la adopción de medidas correctivas; favorece la mejora continua como consecuencia del monitoreo sistemático, ya que también incita a reforzar aquellas acciones que no presenten desviaciones.

De la mano de esta propuesta se recomienda a los establecimientos realizar un trabajo intraorganizacional, que permita gestar la cultura de la calidad y la orientación al cliente en todos los miembros de la empresa. A su vez se invita a contemplar todas las alternativas de herramientas que se ofrecen y elegir la combinación más adecuada al tipo de hotel y huéspedes que lo frecuenten.

Es importante darle valor a las cuestiones tecnológicas que faciliten el proceso de captura de datos ya que estos dispositivos animan a los clientes a expresar sus apreciaciones respecto al servicio recibido.

Se sugiere nunca perder de vista el objetivo que persigue este Sistema. La meta no es recolectar cantidades descomunales de datos, eso es sólo parte del proceso, lo significativo es llegar hasta el final donde esos datos se convierten en información útil y relevante para tomar decisiones.

La creación del Sistema de Evaluación de la Satisfacción del Huésped permite de esta forma, trabajar en la mejora en la calidad de los servicios, la desaparición o acortamiento de las brechas y en consecuencia, el fomento del posicionamiento de la ciudad de Córdoba como destino turístico. Su eficiente aplicación implicará un beneficio no sólo económico para los responsables de los establecimientos, sino también un compromiso social en la búsqueda de la satisfacción plena de aquellos consumidores de los servicios hoteleros, favoreciendo la sustentabilidad de la actividad.

6. BIBLIOGRAFÍA

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, SECTUR; Red de Información, CFI. (2005).
Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Buenos Aires.

Hair, J. J., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2004). *Investigación de mercados*. Mexico:
McGraw-Hill Interamericana.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y
sociedad: Epistemología y técnicas*. Editorial de las ciencias.

Observatorio turístico. (2013). *La oferta de alojamiento de la ciudad de Córdoba [Versión
electrónica]*. Córdoba.