

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4>

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de investigación

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

The quality of services and customer satisfaction, digital marketing strategies. Case study of the tourist farm rancho los emilio's. Alausí

A qualidade dos serviços prestados e a satisfação do cliente, estratégias de marketing digital. Estudo de caso da fazenda turística rancho los emilio's. Alausí

Marianela Belén Miranda-Cruz ^I
mbmiranda.fpc@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-9591-5849>

Patricia Alexandra Chiriboga-Zamora ^{II}
pchiriboga@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-5408-1200>

Martha Lucía Romero-Flores ^{III}
martha.romero@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6354-5321>

Ligia Ximena Tapia-Hermida ^{IV}
lxtapia@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3701-3871>

Lenin Stalin Fuentes-Gaviláñez ^{IV}
lfuentes@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3226-6212>

Correspondencia: mbmiranda.fpc@unach.edu.ec

***Recibido:** 25 junio de 2021 ***Aceptado:** 31 de julio de 2021 * **Publicado:** 27 de agosto de 2021

- I. Egresada de la Carrera de Ingeniería Comercial, Universidad Nacional de Chimborazo, en la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- II. Ingeniera en Sistemas Informáticos, Magíster en Informática Empresarial, Docente a contrato de la Universidad Nacional de Chimborazo, en la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Carrera de Administración de Empresas y Carrera de Ingeniería Comercial.
- III. Ingeniera Comercial, Magíster en Gestión Empresarial, Directora de la Carrera de Ingeniería Comercial y Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Chimborazo, Docente la Carrera de Administración de Empresas y Carrera de Ingeniería Comercial.
- IV. Economista, Magíster en Administración Pública mención Desarrollo Institucional, Docente a Contrato de la Universidad Nacional de Chimborazo, en la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Carrera de Administración de Empresas y Carrera de Ingeniería Comercial.
- V. Economista, Master in Business Administración, Docente a Contrato de la Universidad Nacional de Chimborazo, en la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Carrera de Administración de Empresas y Carrera de Ingeniería Comercial.

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad el análisis del nivel de satisfacción de los clientes referente a la calidad de los servicios que ofrece Rancho Los Emilio's, para su desarrollo se requiere el estudio de conceptualización de calidad, así como también de servicio, para poder medir la calidad del servicio se utilizó el Modelo SERVQUAL, mediante la aplicación de este modelo y el análisis de los resultados, se pudo realizar una propuesta proporcionando estrategias de marketing digital para así poder mejorar la calidad de los servicios e incrementar el nivel de satisfacción de los clientes que visitan el lugar.

Para comprobar la efectividad de las variables se aplicó un cuestionario de un modelo exitoso y se procedió a recopilar la información, para la comprobación de la hipótesis se utilizó la prueba estadística Chi-cuadrado y así poder realizar una propuesta para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Palabras Clave: Calidad de los servicios; Satisfacción de los clientes; marketing digital.

Summary

The purpose of this research is to analyze the level of customer satisfaction regarding the quality of the services offered by Rancho Los Emilio's, for its development a quality conceptualization study is required, as well as service, to be able to measure The SERVQUAL Model was used for the quality of the service, through the application of this model and the analysis of the results, a proposal could be made providing digital marketing strategies in order to improve the quality of services and increase the level of satisfaction of the customers visiting the place.

To verify the effectiveness of the variables, a questionnaire of a successful model was applied and the information was collected, to verify the hypothesis the Chi-square statistical test was used and thus be able to make a proposal so that the company can achieve its objectives. short, medium and long term objectives.

Keywords: Quality of services; customer satisfaction; digital marketing.

Resumo

O objetivo desta pesquisa é analisar o nível de satisfação do cliente quanto à qualidade dos serviços oferecidos pelo Rancho Los Emilio's. Para o seu desenvolvimento, é necessário um estudo de

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

conceituação da qualidade, assim como do serviço, para poder mensurar. O Modelo SERVQUAL foi utilizado para a qualidade do serviço, através da aplicação deste modelo e da análise dos resultados, poderia ser feita uma proposta de fornecimento de estratégias de marketing digital de forma a melhorar a qualidade dos serviços e aumentar o nível de satisfação dos clientes. .

Para verificar a eficácia das variáveis, foi aplicado um questionário de um modelo de sucesso e coletadas as informações, para verificar a hipótese foi utilizado o teste estatístico Qui-quadrado e assim poder fazer uma proposta para que a empresa alcance seus objetivos. . objetivos de curto, médio e longo prazo.

Palavras-chave: Qualidade de serviços; Satisfação do cliente; marketing digital.

Introducción

El presente trabajo de investigación pretende determinar la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del Cantón Alausí y la satisfacción que tienen los clientes que visitan el lugar. Actualmente es muy importante el poder determinar la calidad de los servicios que brinda una empresa turística ya que esto le da paso a ser reconocida a nivel tanto local como nacional, el poder medir la satisfacción de los clientes en los servicios que reciben es algo muy importante para la empresa ya que se puede conocer cuál es su expectativa, percepción y satisfacción para así determinar si sus necesidades son cumplidas de la manera adecuada; como empresa, los servicios que ofrecen no dependerán solamente de cómo se desenvuelvan los trabajadores, sino que a la vez influye mucho la manera en cómo trabajan de forma conjunta creando un entorno ideal para que el cliente viva una experiencia placentera, de esta manera es como los servicios turísticos pueden ir mejorando con el paso del tiempo y de una constante capacitación para mantener a la empresa en constante innovación.

La calidad influye mucho en fidelizar al cliente hacia una marca, un producto o servicio, esto es en lo que concuerdan muchos de los autores al investigar la importancia que tiene la calidad en los servicios turísticos para poder llegar a la creación de una fidelización de la marca mediante estrategias que permitan brindar servicios con un valor agregado.

En la hacienda turística Rancho Los Emilio's es de gran importancia el poder medir la satisfacción de los clientes que visitan el lugar, ya que desean centrarse en un mejoramiento en sus diferentes servicios.

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

En la presente investigación se aplicará el método hipotético deductivo mediante el uso de técnicas como son la encuesta y la observación directa, mismas que permitirán analizar la calidad de los servicios y el nivel de satisfacción de los clientes que visitan la hostería turística Rancho Los Emilio's y proponer estrategias del marketing digital para fortalecer a la empresa.

Desarrollo

La Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí no conoce de manera precisa la percepción que tienen sus clientes al hacer uso de sus servicios, por ello se requiere un estudio en cuándo a la percepción de calidad de los servicios que ofrecen para de esta manera poder incrementar la afluencia de clientes al rancho así como también la presente investigación ayudará a enfocarse en los puntos más débiles que posee el rancho para de esta manera implementar nuevas estrategias en base a una propuesta para el mejoramiento de sus servicios así como también para la implementación de los nuevos servicios que se encuentran en etapa de planificación ya que cuentan con un área extensa de terreno.

Objetivos

Objetivo general

-Determinar de qué manera la calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's del cantón Alausí.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's.
- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes en la calidad de los servicios recibidos.
- Proponer estrategias de marketing digital para el mejoramiento de la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's.

Fundamento teórico

Calidad de los Servicios

Definición Calidad

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

La calidad es la adecuación que se le da a un producto o servicio para que cumpla con un alto nivel en sus características al llegar hasta el cliente.

(Harrington, 1990) definió la calidad como el hecho de cumplir o exceder las expectativas del cliente a un precio que sea capaz de soportar.

(Juran, 1993) supuso que la calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Además, según Juran, la calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es “la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”.

La calidad es algo fundamental dentro de una empresa ya que se debe brindar un producto o servicio de calidad y el cliente es quien tiene la potestad de poder valorarla y concluir si satisface su necesidad.

Definición de Servicio

Según (Sandhusen, 2002) "Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

Para (Sánchez Galán, 2016) Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.

El servicio es un producto intangible, que demanda la necesidad de cumplir con ciertas actividades para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Definición calidad de servicios

Según (Molina, 2014) la calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Para (Albretch, 1992) Es importante destacar que cuando en una organización se plantea la visión tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin: satisfacer las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro.

La calidad de los servicios se considera eficiente cuando los resultados superan a las expectativas que tenía el cliente previamente al usar el servicio.

Modelo SERVQUAL

Según (Estudio, 2019) El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas. De esta forma, contrasta esa medición con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.

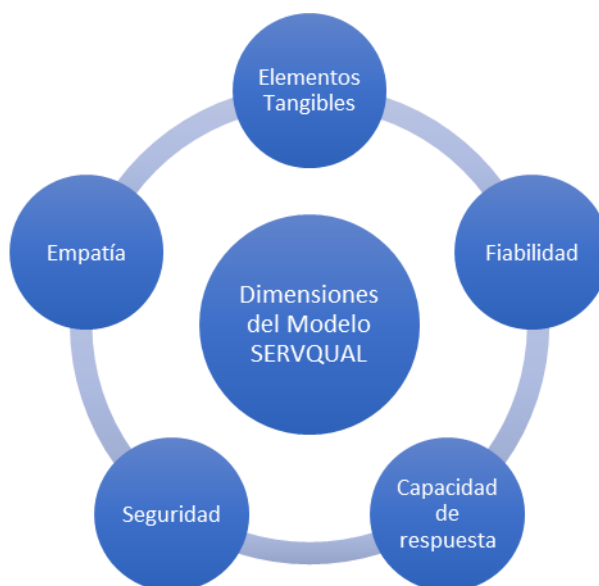
Para (Nishizawa, 2014) El modelo Servqual es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio.

El Modelo SERVQUAL mediante sus 5 dimensiones nos ayuda a obtener un resultado sobre la satisfacción del cliente en cuando a la calidad de los servicios que recibe, mediante este modelo también podemos conocer los parámetros en los cuales la empresa se encuentra teniendo debilidad y ayudar al mejoramiento de estrategias mediante una propuesta para incrementar la afluencia de clientes al lugar ofreciendo servicios de calidad.

1.1.1.1 Dimensiones del modelo SERVQUAL

El Modelo SERVQUAL fue elaborado por (Parasuraman, Ziethaml, & Berry, 1988) se basa en cinco dimensiones para así lograr medir la calidad de los servicios.

Gráfico 1. Dimensiones del Modelo SERVQUAL



Fuente: (Parasuraman, Ziethaml, & Berry, 1988). Elaborado por: Autores

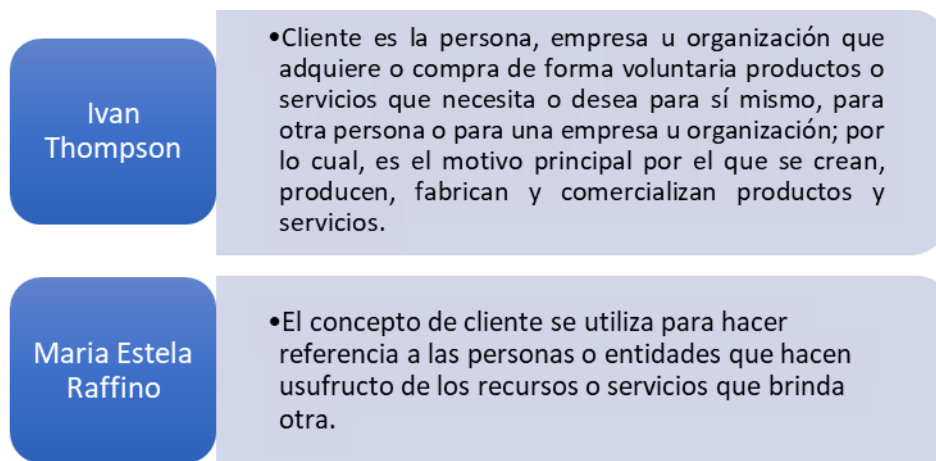
La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

- Elementos Tangibles: toma en cuenta la infraestructura, instalaciones físicas, el personal, equipos, publicidad.
- Fiabilidad: se basa en el servicio que reciben de acuerdo con el cuidado que tengan en cumplir con lo que se establece previo a la llegada de los clientes, ser fiables y brindar confianza.
- Capacidad de respuesta: esta dimensión está directamente relacionada con el tiempo de espera al poder hacer uso de un servicio, debe tener la capacidad de resolver inquietudes.
- Seguridad: se relaciona directamente con la tranquilidad del tiene el cliente que la persona que se encuentra asesorándole al hacer uso de un servicio se encuentra capacitada.
- Empatía: esta dimensión se la debe relacionar de manera individual ya que el cliente recibe atención personalizada y tiene la creencia de que toda inquietud podrá ser resuelta.

Satisfacción del cliente

Definición de Cliente

Gráfico 2. Concepto de Cliente según varios autores



Fuente: (Thompson, 2019), (Raffino, 2020). Elaborado por: Autores

Un cliente es la razón de ser para la creación de un producto o servicio ya que estos están destinados a ser adquiridos mediante empresas, organizaciones o personas que tienen la necesidad de adquirir productos o servicios para satisfacer sus necesidades.

Concepto de atención al cliente

La atención al cliente es el adecuado manejo de estrategias para poder satisfacer un nivel de atención adecuado hacia los clientes internos y externos, tomando en cuenta a la competencia.

Según (Ucha, 2009) Se designa con el concepto de Atención al Cliente a aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos.

El servicio al cliente se enfoca en el manejo adecuado del contexto en la venta del producto o servicio a los clientes para poder comunicarse de una manera directa respondiendo cualquier inquietud y así lograr satisfacer su atención.

Expectativa del cliente

Para (Cacciavillani, 2018) Las expectativas del cliente son aquellos anhelos que el comprador, nuevo o habitual, espera satisfacer gracias a tu empresa, tus productos y servicios. Eso incluye también la experiencia que espera tener en el proceso de compra o utilización del producto.

Según (Da Silva, 2020) Le llamamos expectativa de los clientes a aquello que nuestros clientes esperan de nosotros como marca. La expectativa está relacionada íntimamente con las experiencias que hayan tenido anteriormente en torno a nuestra propuesta, respecto a la calidad de nuestro producto y con el servicio de atención que brindemos.

La expectativa del cliente es algo que la empresa no puede predecir, se debe actuar de acuerdo con las necesidades que demandan sus clientes a los productos o servicios que ofrece ya que el cliente crea grandes expectativas para sentirse satisfechos.

Percepción del cliente

Según (Melara, 2020) La percepción del cliente son valoraciones subjetivas que este se forma luego de experimentar los servicios o productos, de ahí que algunos la identifiquen también como experiencia o servicio percibidos dado que abarca cada experiencia directa o indirecta que el cliente haya tenido.

Para (Sordo, 2021) La percepción de los clientes hace referencia a las opiniones que tienen las personas sobre tu empresa. Esta se genera cuando evalúa la experiencia que tiene con la organización, incluidos el producto que ofreces, tus estrategias de branding y tu servicio.

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

La percepción del cliente está ligada netamente con la experiencia, ya que se logra tener una percepción al hacer uso de un servicio o conocer cierto producto.

Satisfacción del Cliente

Gráfico 3.Concepto de Satisfacción del Cliente según varios autores

La satisfacción del cliente hace referencia al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio.

•Pérez & Gardey

Definen la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".

•Kotler & Armstrong

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y, por ende, en el mercado meta.

•Thompson

Fuente: (Pérez & Gardey, 2014), (Kotler & Armstrong, 2007), (Thompson, 2019). **Elaborado por:** Autores

Para lograr la satisfacción del cliente es muy importante tomar en cuenta cómo actúa la mente del consumidor, para realizar este análisis, en la empresa intervienen distintos departamentos como finanzas, mercadotecnia, ventas, el llevar un seguimiento post venta también ayuda muchísimo a conocer la satisfacción del cliente y poder fidelizarlo.

Marketing digital

En los últimos años las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) han ido desarrollándose de forma exponencial, creando soluciones que obligan a las empresas a desarrollar sus actividades de forma diferente (Wu e Hisa, 2008). La implementación de las TICs dentro de una organización busca mejorar los procesos de operación y negocios con el objetivo de mejorar la competitividad y su productividad (Tello, 2007), lo que en última instancia podría configurarse como generadores de ventajas competitivas. De acuerdo a Gutierrez-Leffmans y Naval-Rogel (2016) estas tecnologías novedosas soportan el crecimiento económico, siempre y

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

cuando sean difundidas y usadas ampliamente; es decir, que “la importancia de internet y las TIC para la economía radica en su accesibilidad y amplia difusión” (p. 3).

Discusión y resultados

Para el siguiente análisis se presenta en la tabla la media de las diferentes dimensiones mismas que son: elementos tangibles (ET), fiabilidad (F), capacidad de respuesta (CR), seguridad (S), y empatía (E); hemos denominado como máximo el nro. 5 y mínimo el nro. 2.

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Modelo SERVQUAL

Estadísticos descriptivos				
	N	Mínimo	Máximo	Media
ET	307	2	5	4,22
F	307	1	5	3,94
CR	307	2	5	4,10
S	307	2	5	4,24
E	307	2	5	4,07
N válido (según lista)	307			

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

Tabla 2. Media de las dimensiones del Modelo SERVQUAL

Dimensión	Media	%
Elementos Tangibles	4,22	84,4%
Fiabilidad	3,94	78,8%
Capacidad de Respuesta	4,10	82%
Seguridad	4,24	84,8%
Empatía	4,07	81,4%
Total	20,57/5=4,11	82,28%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Rancho Los Emilio's.

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

Con la aplicación del Modelo SERVQUAL obtenemos una media de 4,11 (82,28%) cuyo valor máximo es el 5 (100%), de acuerdo con la escala de puntuación del anexo 11.2 la puntuación obtenida se encuentra en un rango “Muy Bueno” en base a las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.

Elementos Tangibles obtuvo un 84,4% lo cual indica que se encuentra en un rango de puntuación “Muy Bueno” este puntaje es alto debido a que la empresa realiza un mantenimiento constante de las instalaciones, cuenta con una infraestructura estilo rústica en todo el rancho, sin embargo, como punto débil se encuentra la falta de publicidad atractiva lo cual es clave en el crecimiento de las empresas ya que se lo considera una inversión para crear un recuerdo de la marca y la experiencia en la mente de los clientes.

Fiabilidad se encuentra con un 78,8% en el rango de puntuación “Bueno” siendo el porcentaje más bajo de nuestro análisis, esto debido a que la empresa al momento de querer adaptarse a las necesidades de los clientes puede existir una debilidad ya que no cuenta con la cantidad adecuada de personal para lograr satisfacer las necesidades de los clientes que visitan el rancho y demandan tanto los servicios existentes como otro tipo de servicios adicionales, lo cual sucede con más frecuencia en épocas festivas.

Capacidad de Respuesta obtuvo un 82% y se encuentra en el rango de puntuación “Muy Bueno” esto debido a que en el rancho los empleados se encuentran capacitados para ayudar a resolver cualquier inquietud de los clientes, para realizar una reservación de igual manera se lo realiza de manera ágil, sin embargo, muchas de las veces los clientes deben esperar más tiempo de lo planificado para hacer uso de algún servicio lo cual se considera un punto débil ya que se deben cumplir con los cronogramas establecidos.

Seguridad se encuentra con un 84,8% de acuerdo a la puntuación se ubica como “Muy Bueno” debido a que en el rancho al ser un lugar apartado, se mantiene la seguridad de que nadie va a perturbar la tranquilidad de los clientes en el rancho o sus alrededores, sin embargo al realizar las transacciones con rancho Los Emilio's, los clientes no sienten seguridad al realizar las distintas transacciones ya que no se destina una cuenta bancaria para las reservas y demás lo cual debe fijar con una sola cuenta bancaria para poder generar además de seguridad, confiabilidad hacia los clientes.

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio´s. Alausí

Empatía cuenta con un 81,4% lo ubica en el rango de puntuación “Muy Bueno” esto debido a que sus horarios de atención son muy flexibles a los requerimientos de los clientes, el personal posee una calidez humana y un sentido de responsabilidad para poder ayudar a los clientes, resolver sus inquietudes y atender sus requerimientos, sin embargo, es importante el poder capacitar a los colaboradores en atención al cliente para atender mejor sus necesidades ya que no basta solo con la experiencia para así también poder fidelizar a los clientes y brindar una experiencia placentera.

La empresa ha mejorado mucho la calidad de sus servicios con el pasar de los años, sin embargo, es importante considerar estas dimensiones ya que se encuentran en un rango de puntuación 78,8 % a 84,8% lo cual indica que aún falta mucho para lograr la excelencia de calidad en los servicios que ofrece la Hacienda Turística Rancho Los Emilio´s.

Propuesta para mejorar la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio´s

Tabla 1. Propuesta para mejorar la calidad de los servicios en la Hacienda Turística Rancho Los Emilio´s

Dimensión	Objetivo	Estrategia
Elementos Tangibles	Mejorar la apariencia física del rancho.	<ul style="list-style-type: none"> - Invertir en publicidad adecuada que permita quedarse en la mente de los clientes. - Mejorar la imagen corporativa. - Brindar capacitaciones a sus colaboradores. - No descuidar el mantenimiento de sus instalaciones físicas.
Fiabilidad	Mejorar la atención	- Contar con la cantidad de

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

<p>hacia los requerimientos de los clientes.</p>	<p>personal adecuado de acuerdo con las fechas que exista mayor afluencia de clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar los tiempos en cuanto a poder dar respuesta a ciertas dudas o requerimientos. - Distribuir las responsabilidades entre sus colaboradores. 	
--	---	--

<p>Capacidad de Respuesta</p> <p>Mejorar la atención preventa y postventa de los servicios turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La atención para una reservación debe presentarse con varias opciones de paquetes turísticos. - Vender sus servicios mediante el comercio electrónico, empleando herramientas del marketing digital. - Utilizar el servicio postventa para poder conocer la satisfacción de los clientes y lograr la fidelización de estos. 	
--	---	--

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

Seguridad	Ofrecer confianza de que los datos proporcionados no serán vulnerados.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer una cuenta bancaria destinada solamente para realizar transacciones con clientes del rancho. - Capacitar en el uso de herramientas tecnológicas al personal. - Implementar una base de datos confiable y segura en donde reposen los datos de los clientes.
Empatía	Capacitar al personal en atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar los protocolos de atención a los clientes. - Establecer lineamientos en el manejo de los servicios. - Establecer los procesos que se deben seguir en cada uno de los servicios.

Elaborado por: Autores

Conclusiones

Se ha logrado determinar la calidad de los servicios de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's mediante la aplicación del cuestionario del Modelo SERVQUAL lo cual permitió conocer el nivel de influencia en la satisfacción de los clientes que hacen uso de los servicios que brinda el lugar.

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

El diagnóstico de la situación actual de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's en esta investigación lo ubica en un nivel de satisfacción alto, sin embargo, falta mucho por hacer para lograr alcanzar los objetivos empresariales y lograr posicionarse en el mercado local, provincial y nacional.

Se ha identificado el nivel de satisfacción de los clientes de acuerdo con la calidad de los servicios que reciben, mediante lo cual se pudo conocer que los dueños del lugar pusieron en marcha este proyecto sin visualizarse completamente a futuro, es decir no se han establecido metas a corto, mediano y largo plazo, todo surge de lo que demandan los clientes.

La propuesta de estrategias de marketing digital para el mejoramiento de la calidad de los servicios se encuentra enfocada en los puntos débiles encontrados en la presente investigación por lo que se considera necesario tomarla en cuenta y aplicarlo de acuerdo con su grado de importancia que consideren necesario para de esta manera poder incrementar la afluencia de clientes al lugar.

Referencias

1. Albretch, K. (1992). La Revolución del Servicio. La Habana: Instituto Nacional de Turismo.
2. Arias, F. (2012). El proyecto de Investigación. Caracas: Episteme.
3. Berry, L. (1993). Calidad total en la gestión de servicios. Madrid: Kalamo.
4. Cacciavillani, M. (4 de octubre de 2018). Compara Software. Obtenido de <https://blog.comparasoftware.com/expectativas-del-cliente/>
5. Cajas, J., Flores, B., & Peralvo, Y. (2020). Repositorio Digital Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20807/1/T-UCE-0005-CEC-279.pdf>
6. Chiluisa Caillagua, J. G., & Herrera, J. (Abril de 2015). Repositorio Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/10085/1/269%20MKT.pdf>
7. Coque, D. (Octubre de 2012). Repositorio Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2457/1/662%20ING.pdf>
8. Da Silva, D. (2020). Zendesk. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/expectativa-de-los-clientes/>

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

9. Estudio, A. (2019). Aiteco Consultores. Obtenido de <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
10. Gutiérrez-Leefmans, C., & Nava-Rogel, R. M. (2016). Mercadotecnia digital y las pequeñas y medianas empresas: revisión de la literatura. En *l@ ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 13(1). Harrington. (1990). Nuevas Normas ISO. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
11. Hernández, S. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
12. Juran. (1993). Nuevas Normas ISO. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
13. Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Principios de Marketing. Sao Paulo: Pearson Prentice Hall.
14. Melara, M. (26 de marzo de 2020). El blog de Marlon Melara. Obtenido de <https://marlonmelara.com/que-es-la-percepcion-del-cliente/>
15. Molina, O. (2014). EcuRed. Obtenido de https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios
16. Nishizawa, R. M. (2014). scielo.org. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005#:~:text=El%20modelo%20Servqual%20es%20una,y%20cualitativos%20de%20los%20clientes.
17. Parasuraman, A., Ziethaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *journal of retailing* .
18. Pérez, J., & Gardey, A. (2014). definicion.de. Obtenido de <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
19. Raffino. (2020). concepto.de. Obtenido de <https://concepto.de/cliente/>
20. Rancho Los Emilio's. (2020). Generalidades Hacienda Turística Rancho Los Emilio's. Chimborazo, Ecuador.
21. Sabino, C. (1979). El proceso de investigación. Caracas: Panapo.
22. Sánchez Galán, J. (13 de febrero de 2016). Economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí

25. Sandhusen, R. (2002). webquery. Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADAM0000618/C1.pdf>
26. Sordo, A. I. (17 de junio de 2021). HubSpot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/mejorar-percepcion-clientes>
27. Tello, E. (2007) Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México. Revista de Universidad y Sociedad del
28. Conocimiento, 4(2)
29. Thompson, I. (Julio de 2019). promonegocios.net. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
30. Ucha, F. (2009). Definición ABC. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>
31. Wu, J. y Hisa, T. (2008). Developing e-business dynamic capabilities: an analysis of e-commerce innovation from I-, M-, to U-commerce. Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 18(2), 95-111.