

## **RESUMEN**

La industria hotelera siempre ha sido caracterizada por la hospitalidad que brinda a quienes hacen uso de sus servicios; en la actualidad con el masivo desarrollo de la tecnología se han implantado nuevos sistemas tecnológicos para facilitar y agilizar los procesos básicos de un establecimiento hotelero; pero a la vez han dado paso a que el servicio sea impersonalizado y ya no se tenga contacto directo con el huésped. Por otro lado, se han elaborado varios estudios para demostrar los beneficios de estos sistemas; no obstante, no se ha tomado en cuenta la influencia que han tenido en factores de hospitalidad; razón por la cual, en la presente investigación se ha generado un análisis para corroborar si los clientes-huéspedes aún se encuentran interesados en factores de hospitalidad como el reconocimiento y prestigio. Donde se determinó en la actualidad las personas sin importar la edad o motivo de viaje usan o están dispuestas a usar la tecnología como principal fuente para realizar cualquier actividad durante su estancia en un establecimiento hotelero. Sin embargo, no se encuentran dispuestos a sacrificar el recibir los elementos que son la esencia de la industria como parte de la hospitalidad; a pesar, de que haya aplicaciones que agilicen los procesos, aún se presenta la necesidad de tener una relación comercial con el personal del establecimiento y ser reconocidos; tomando en cuenta, que el trato personalizado es un factor esencial a la hora de su elección. En cuanto a los prestados de servicios hoteleros conocen sobre los nuevos sistemas para la gestión hotelera; sin embargo, hay quienes no se encuentran dispuestos a sacrificar la esencia de la industria al implementar aplicaciones que alejen al cliente-huésped; puesto que, desean hacer al huésped como si estuviera en casa y ser los protagonistas de una experiencia única.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **HOTEL**
- **HOSPITALIDAD**
- **SATISFACCIÓN**
- **CALIDAD**
- **TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN**

## **ABSTRACT**

The hotel industry has always been known because of its hospitality and how it shows hospitality to who request its services, nowadays the technology has taken over with a massive developing and new technologic systems have been implanted to make the hotel management easy and streamline processes; but at the same time they have given way to the service being impersonalized and there is no direct contact with the guest. On the other hand, several studies have been developed to prove the benefits of these systems; however, the influence they have had on hospitality factors has not been taken into account; reason why, in the present investigation has been generated to corroborate if the guest-clients are still interested in hospitality factors such as recognition and prestige. Where people are currently determined regardless of age or reason of travel use or are willing to use technology as the main source to perform any activity during their stay in a hotel. However, they are not willing to sacrifice receiving the elements that are the essence of the industry as part of hospitality; In spite of the fact that there are applications that streamline processes, there is still the need to have a commercial relationship with the staff of the establishment and be recognized. Taking in consideration that the personalized treatment is an essential factor when has to choose. As for the people who works in the hospitality industry They know about the new hotel management systems; however, there are those who are not willing to sacrifice the essence of the industry through of applications that make the relationship with the client-guest feels like It is far away or already lost; since, they want to make the guest as if they were at home and be the protagonists of a unique experience.

### **KEYWORDS:**

- **HOTEL**
- **HOSPITALITY**
- **SATISFACTION**
- **QUALITY**
- **INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES**