

Propuesta de tecnologías con inteligencia artificial para la mejora del servicio al cliente en el hotel Las Tanusas

Proposal for artificial intelligence technologies to improve customer service at the Las Tanusas hotel

Lucio Cruz Angel Enrique¹ lucio-angel8273@unesum.edu.ec <https://orcid.org/0009-0004-7735-3450>

Franklin Jhimmy Toala Arias² franklin.toala@unesum.edu.ec <https://orcid.org/0000-0003-2639-8208>

Resumen

El presente estudio abordó la necesidad de mejorar el servicio al cliente en el Hotel Las Tanusas, ubicado en Puerto Cayo, Ecuador, mediante la incorporación de tecnologías de inteligencia artificial para fortalecer la competitividad turística de zonas rurales. El objetivo principal fue proponer el uso de tecnologías con inteligencia artificial para optimizar el servicio al cliente en el Hotel Las Tanusas. La metodología aplicada combinó métodos Teóricos, empíricos y estadísticos matemáticos, se realizaron encuestas a 120 huéspedes y entrevista al administrador. Los resultados muestran una alta aceptación de los usuarios hacia el uso de chatbots operativos 24/7, destacando WhatsApp como el canal preferido. El 60% de los encuestados expresó su interés por atención automatizada continua, mientras que un 57% prefirió el uso de chatbots para consultas simples en lugar de esperar atención presencial. Como conclusión, se determina que la implementación de un chatbot multicanal, multilingüe y adaptado al estilo del hotel representa una solución viable para mejorar la experiencia del cliente, optimizando la eficiencia operativa sin perder el componente humano que caracteriza al establecimiento. Este estudio es resultado de los proyectos de investigación y vinculación de la maestría en Tecnologías de la Información y la Comunicación, titulados “Tecnologías aplicadas a la toma de decisiones para la innovación y el

¹ Maestría en Tecnologías de la Información y la Comunicación. Instituto de posgrado, Universidad Estatal del sur de Manabí, Jipijapa, Manabí, Ecuador.

² Maestría en Tecnologías de la Información y la Comunicación. Instituto de posgrado, Universidad Estatal del sur de Manabí, Jipijapa, Manabí, Ecuador.

desarrollo integral de la zona sur de Manabí”; “Gestión del conocimiento para la transferencia tecnológica en la Universidad Estatal del Sur de Manabí” y al grupo de investigación “Desarrollo e innovación en tecnologías de la información y las comunicaciones”

Abstract

This study addressed the need to improve customer service at the Las Tanusas Hotel, located in Puerto Cayo, Ecuador, by incorporating artificial intelligence technologies to strengthen the tourism competitiveness of rural areas. The main objective was to propose the use of artificial intelligence technologies to optimize customer service at the Las Tanusas Hotel. The methodology applied combined theoretical, empirical, and mathematical statistical methods. Surveys were conducted with 120 guests and an interview with the manager. The results show a high level of user acceptance of 24/7 chatbots, with WhatsApp standing out as the preferred channel. Sixty percent of respondents expressed interest in continuous automated support, while 57% preferred using chatbots for simple inquiries rather than waiting for in-person assistance. In conclusion, the implementation of a multi-channel, multilingual chatbot tailored to the hotel's style represents a viable solution for improving the customer experience, optimizing operational efficiency without losing the hotel's human component. This study is the result of research and outreach projects from the Master's program in Information and Communication Technologies, entitled "Technologies applied to decision-making for innovation and comprehensive development in southern Manabí." "Knowledge Management for Technology Transfer at the State University of Southern Manabí" and the research group "Development and Innovation in Information and Communications Technologies"

Palabras clave: chatbot, hotelería, inteligencia artificial, servicio al cliente

Keywords: artificial intelligence, customer service, chatbot, hospitality

Introducción

En el panorama internacional, la inteligencia artificial ha transformado significativamente la manera en que las organizaciones gestionan sus servicios, destacándose en sectores como el

turismo y el hotelería. De acuerdo a Mohd y Khalid (2023) la implementación de tecnologías inteligentes, como los chatbots, ha permitido optimizar la comunicación con los clientes, mejorar la experiencia del usuario y agilizar los procesos de atención. En el ámbito hotelero, estas herramientas no solo reducen la carga operativa del personal, sino que también ofrecen una atención continua y personalizada que se ajusta a las demandas del turista moderno, quien prioriza la inmediatez y la eficiencia (Ivanov & Webster, 2019).

En América Latina ha comenzado a adoptar progresivamente soluciones basadas en IA en el sector turístico. No obstante, la Organización Mundial del Turismo (2023), señala que muchas zonas aún presentan rezagos en materia de innovación tecnológica debido a factores como la falta de infraestructura, inversión o capacitación. En Ecuador, el desarrollo del turismo sostenible ha impulsado a pequeños y medianos establecimientos hoteleros a buscar estrategias que fortalezcan su competitividad. A pesar de ello, es evidente la necesidad de integrar tecnologías que mejoren la interacción con el cliente, especialmente en zonas rurales y costeras con alto potencial turístico, como lo evidencian estudios recientes sobre digitalización en destinos emergentes.

En el Hotel Las Tanusas, ubicado en la parroquia Puerto Cayo del cantón Jipijapa, provincia de Manabí, enfrenta el desafío de mejorar su servicio al cliente mediante la incorporación de herramientas tecnológicas innovadoras. A pesar de contar con una propuesta turística de alto nivel enfocada en la sostenibilidad, el hotel presenta limitaciones en la atención al cliente, especialmente fuera del horario operativo, lo cual genera oportunidades de mejora en su estrategia de comunicación. Por ello, el estudio tiene como objetivo proponer el estudio de tecnologías con inteligencia artificial para la mejora del servicio al cliente en el Hotel Las Tanusas de la parroquia Puerto Cayo.

Dentro de este marco, esta investigación busca demostrar que la inteligencia artificial, aplicada a través de un chatbot, representa una solución eficiente y sostenible para mejorar la comunicación en establecimientos hoteleros de zonas rurales. Asimismo, se contribuye al fortalecimiento de la gestión turística local, promoviendo la digitalización como una vía para elevar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Puerto Cayo.

Por tal razón se plasmó como objetivo principal: Proponer el estudio de tecnologías con inteligencia artificial para la mejora del servicio al cliente en el Hotel Las Tanusas de la parroquia Puerto Cayo. Cabe indicar que este estudio se enmarca como resultado de la integración de los proyectos de investigación y de vinculación de la maestría en Tecnologías de la Información y la Comunicación, titulados: “Tecnologías aplicadas a la toma de decisiones para la innovación y el desarrollo integral de la zona sur de Manabí”, “Gestión del conocimiento para la transferencia tecnológica en la Universidad Estatal del Sur de Manabí” con la participación de docentes del grupo de investigación que versa: “Desarrollo e innovación en tecnologías de la información y las comunicaciones” (DITIC)

Este estudio se justifica por la necesidad de optimizar la atención al cliente en el Hotel Las Tanusas, ubicado en la parroquia Puerto Cayo, mediante la implementación de tecnologías de inteligencia artificial. En el entorno actual, la transformación digital se ha consolidado como una herramienta esencial para mejorar la eficiencia y calidad de los servicios en el sector hotelero, permitiendo una interacción más ágil, personalizada y disponible en cualquier momento. Esta realidad tecnológica ofrece al establecimiento la oportunidad de adaptarse a las demandas de un mercado cada vez más digitalizado y de superar limitaciones tradicionales en la gestión de la comunicación con los huéspedes.

De este modo, la importancia del presente trabajo reside en su capacidad para ofrecer una solución innovadora que transforme la atención al cliente en el Hotel Las Tanusas, respondiendo a las exigencias de un entorno digital y contribuyendo al fortalecimiento del turismo en Puerto Cayo. Con ello, se espera mejorar no solo la competitividad del establecimiento, sino también la calidad general del servicio ofrecido a los visitantes.

Materiales y métodos

Para el desarrollo de la investigación fue necesario aplicar un enfoque metodológico que permitiera comprender la situación actual del servicio al cliente en el Hotel Las Tanusas y, a su vez, formular una propuesta basada en inteligencia artificial. En este sentido, se definieron

métodos, técnicas e instrumentos adecuados para recolectar información confiable tanto desde la perspectiva de los usuarios como de la administración del hotel. A continuación, se detallan los métodos utilizados, las técnicas aplicadas y la caracterización de la población y muestra del estudio.

Métodos

Según Hernández et al. (2014), el método es el conjunto de procedimientos sistemáticos y lógicos que se utilizan en una investigación para alcanzar los objetivos planteados y generar conocimiento válido y confiable.

En esta investigación se emplearon los siguientes métodos:

- **Método descriptivo:** permitió analizar y detallar la situación actual del servicio al cliente en el Hotel Las Tanusas, identificando debilidades en la atención, tiempos de respuesta y formas de comunicación.
- **Método inductivo:** se utilizó para interpretar la información recopilada a partir de encuestas y entrevistas, y con base en ello, proponer una solución general, es decir, la implementación de un chatbot con inteligencia artificial, como respuesta a la problemática identificada.

Técnicas

Para Hernández et al. (2014), las técnicas de recolección de datos son los instrumentos o herramientas específicas que permiten obtener información de la realidad estudiada, facilitando el análisis y la interpretación de los fenómenos.

- **Encuesta:** aplicada a 120 clientes del Hotel Las Tanusas con el fin de conocer su nivel de satisfacción con el servicio actual, su experiencia con el proceso de atención al cliente y su opinión sobre el uso de tecnologías como los chatbots para mejorar dicho servicio.
- **Entrevista:** aplicada al administrador del hotel, permitió obtener información cualitativa sobre la visión interna del servicio al cliente, los desafíos operativos y las expectativas respecto al uso de inteligencia artificial.

Población y muestra

La población, es el conjunto total de individuos u objetos que comparten características comunes y que constituyen el objeto de estudio de una investigación. La muestra es una parte representativa de dicha población, seleccionada para facilitar el análisis.

La población estuvo conformada por 120 clientes del Hotel Las Tanusas y 1 administrador, quienes fueron directamente involucrados en el proceso de recolección de datos. En este caso, no se aplicó técnica de muestreo, ya que se trabajó con la totalidad de los sujetos disponibles durante el tiempo de ejecución del estudio, lo cual permitió un análisis completo del contexto real del hotel.

Resultados

En las últimas décadas, el avance acelerado de la tecnología y el auge de la inteligencia artificial han cambiado radicalmente la manera en que las empresas se relacionan con sus clientes. El sector hotelero, tanto a nivel mundial como regional, ha comenzado a adoptar herramientas tecnológicas como los chatbots para ofrecer atención continua, personalizada y eficiente, respondiendo así a las crecientes demandas de un consumidor cada vez más conectado y exigente. Según Mohd y Khalid (2023), el uso de inteligencia artificial ha mejorado

significativamente la comunicación con los huéspedes, incrementando la satisfacción y la fidelización del cliente.

Pese a lo mencionado, en Ecuador, particularmente en destinos emergentes como Puerto Cayo, aún se evidencian brechas importantes en la digitalización de servicios hoteleros. El Hotel Las Tanusas, a pesar de ser un referente de turismo sostenible en la zona, enfrenta dificultades para brindar una atención al cliente ágil y permanente, especialmente fuera del horario laboral o en temporadas de alta demanda. Esta situación se refleja en demoras en la respuesta a solicitudes, falta de personal disponible para atender consultas inmediatas y dificultades en la gestión eficiente de reservas o requerimientos especiales.

Estas deficiencias generan efectos inmediatos como la insatisfacción del cliente, pérdida de oportunidades de venta, y una imagen institucional poco competitiva frente a otros establecimientos que ya han integrado tecnologías innovadoras. A mediano y largo plazo, estas falencias podrían traducirse en una reducción del flujo turístico, menor posicionamiento del hotel y disminución de ingresos. La problemática se agrava al considerar que muchos viajeros actuales planifican sus experiencias a través de canales digitales y esperan una atención automatizada, accesible y personalizada.

Clasificación de las tecnologías con inteligencia artificial

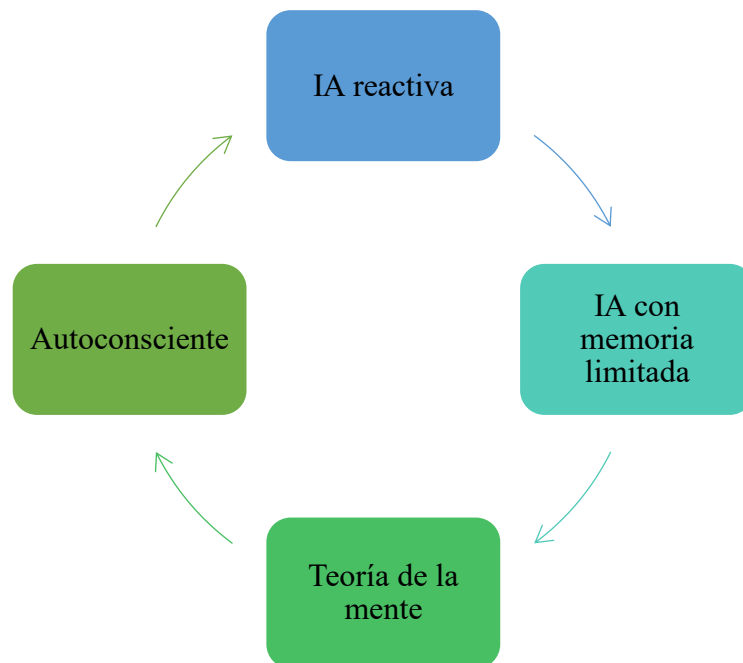
La inteligencia artificial se ha diversificado en múltiples formas, según su capacidad de procesamiento, autonomía y nivel de complejidad cognitiva. Esta clasificación es fundamental para comprender su alcance, usos actuales y su proyección a futuro. En términos generales, las tecnologías de IA se clasifican en dos grandes categorías: IA débil y IA fuerte, además de una clasificación funcional basada en el tipo de tareas cognitivas que pueden realizar.

La IA débil, también llamada IA estrecha, está diseñada para ejecutar tareas específicas y limitadas, sin conciencia o comprensión del contexto en el que opera. Es el tipo más común actualmente y se encuentra presente en aplicaciones como asistentes virtuales, motores de

recomendación o chatbots (Paredes & Cabrera, 2021). Por otro lado, la IA fuerte, aún en fase experimental y desarrollo, busca emular la inteligencia humana de manera completa, siendo capaz de razonar, aprender, y tomar decisiones con autonomía similar a la humana (González & Rivera, 2023).

Desde una perspectiva funcional, las tecnologías de inteligencia artificial pueden dividirse en cuatro tipos, según su nivel de capacidad cognitiva:

Figura 1: Tecnologías de inteligencia artificial



Fuente: (Coppola, 2025)

A continuación, se presenta una tabla comparativa con las características principales de cada tipo de inteligencia artificial:

Tabla 1: Clasificación funcional de las tecnologías con IA

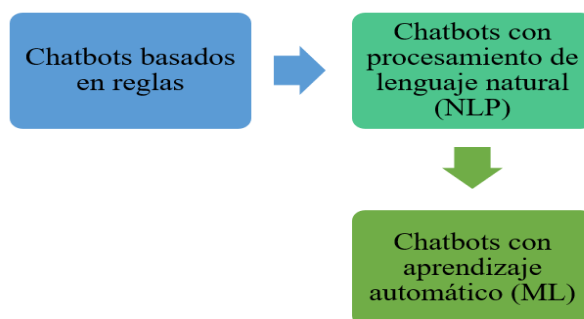
Tipo de IA	Características principales	Estado actual
IA reactiva	No aprende del pasado, responde solo a estímulos actuales	Aplicar
IA con memoria limitada	Aprende de datos pasados para tomar decisiones	Ampliamente utilizada
Teoría de la mente	Capacidad de interpretar emociones e intenciones humanas	En desarrollo
IA autoconsciente	Conciencia de sí misma, emociones y decisiones propias	No existe (teórica)

Fuente: Elaboración propia basada en Paredes & Cabrera (2021), Ramírez & Castillo (2021), González & Rivera (2023).

El funcionamiento de un chatbot se basa en la integración de tecnologías como el procesamiento del lenguaje natural (NLP), el aprendizaje automático (*machine learning*) y el análisis predictivo. Estas tecnologías permiten que el chatbot no solo entienda las preguntas del usuario, sino que también aprenda de cada interacción para mejorar sus respuestas en el futuro (Ramires & Valle, 2022).

Existen varios tipos de chatbots según su nivel de complejidad e inteligencia. Los más utilizados en el sector servicios son:

Figura 2: Tipos de chatbots con IA



Fuente: (Kain, 2023)

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas realizada a la población participante conformada por los huéspedes del Hotel Las Tanusas.

1. ¿Qué medio usó principalmente para comunicarse con el hotel?

Tabla 2. Medio de comunicación principal

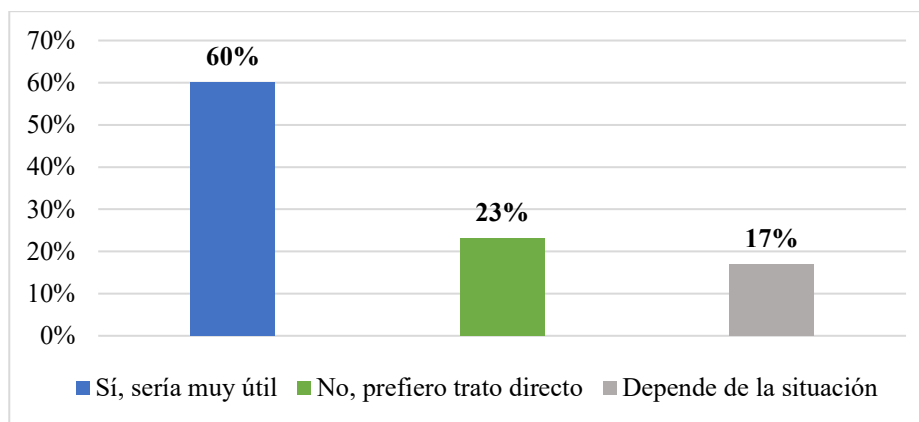
Alternativa	Número de huéspedes	Porcentaje
WhatsApp o redes sociales	60	50%
Personal de recepción	45	38%
Llamadas telefónicas	15	12%
Total	120	100%

Fuente: Información obtenida de los huéspedes del Hotel Las Tanusas.

El principal medio utilizado por los huéspedes para comunicarse con el Hotel Las Tanusas fue WhatsApp o redes sociales, lo que refleja una clara inclinación hacia canales digitales accesibles y de uso cotidiano.

2. ¿Le gustaría recibir atención automatizada las 24 horas a través de un chatbot?

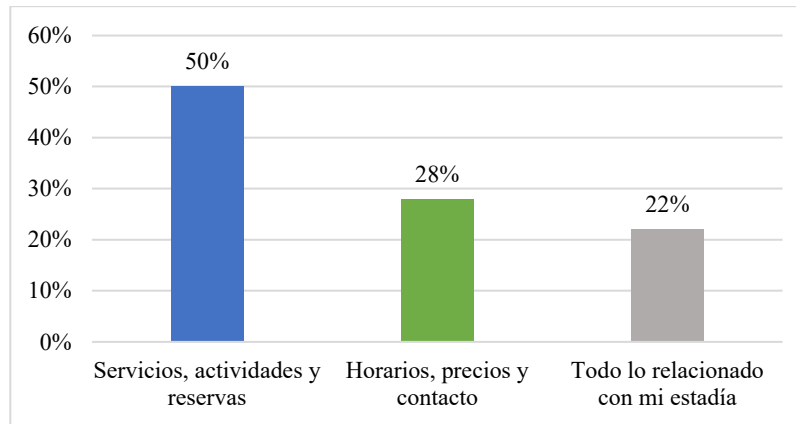
Figura 3. Preferencia por atención automatizada



El 60%, expresó que les gustaría recibir atención automatizada las 24 horas a través de un chatbot, lo que evidencia una alta receptividad hacia el uso de inteligencia artificial en la mejora del servicio al cliente.

3. ¿Qué información le gustaría que le brinde un chatbot en el hotel?

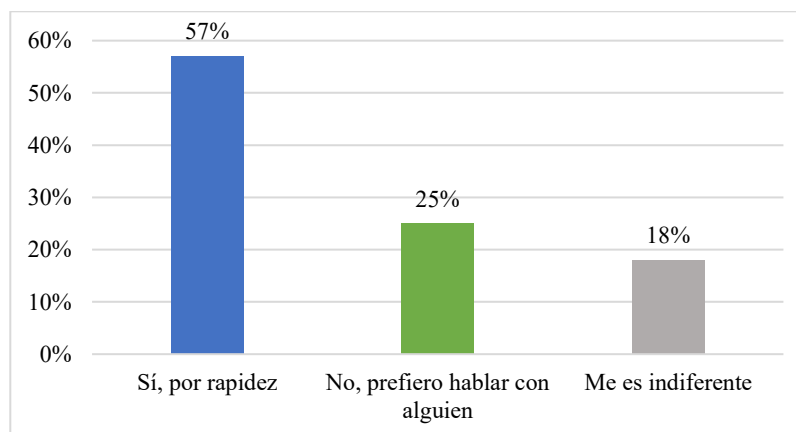
Figura 4. Contenido ideal del chatbot



Se apreció que la mayor cantidad representada por el 50% de los huéspedes del Hotel Las Tanusas manifestó interés en que un chatbot les brinde información relacionada con servicios, actividades y reservas.

4. ¿Preferiría usar un chatbot antes que esperar atención presencial para consultas simples?

Figura 5. Preferencia por chatbot vs atención presencial

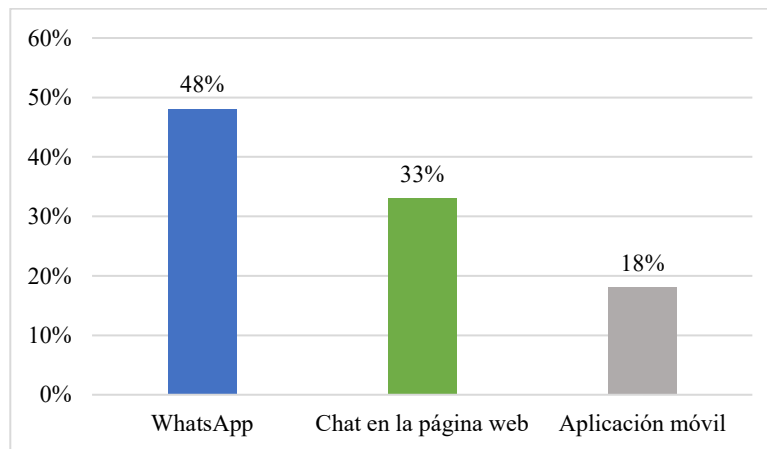


Se muestra que el 57% de los huéspedes del Hotel Las Tanusas indicó que preferiría usar un chatbot antes que esperar atención presencial para consultas simples. Estos resultados refuerzan

la viabilidad de implementar un chatbot como herramienta complementaria, especialmente para agilizar procesos rutinarios, sin desplazar el servicio personalizado que distingue al hotel, permitiendo así una atención híbrida más eficiente y adaptable a las preferencias de cada huésped.

5. ¿Qué medio le resulta más cómodo para recibir atención digital en un hotel?

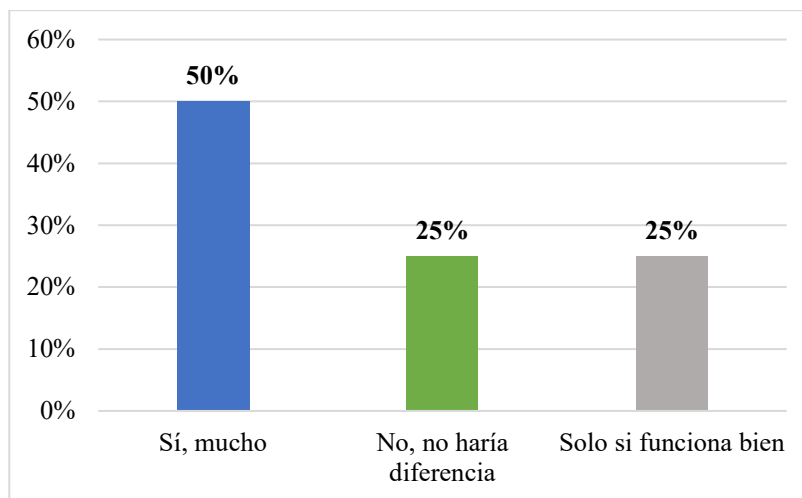
Figura 6.3 Medio digital preferido



El 48% de los huéspedes del Hotel Las Tanusas considera que WhatsApp es el medio más cómodo para recibir atención digital. Esta tendencia evidencia que, para garantizar una mayor aceptación y efectividad, un chatbot con inteligencia artificial debería integrarse prioritariamente a WhatsApp, sin dejar de considerar la presencia en otros canales digitales, como el sitio web, para diversificar la atención y adaptarse a diferentes perfiles de usuario.

6. ¿Cree que un chatbot mejoraría la experiencia de atención al cliente en el hotel?

Figura 7.4 Valoración del impacto del chatbot



El 50% de los huéspedes del Hotel Las Tanusas considera que un chatbot mejoraría significativamente la experiencia de atención al cliente. Estos datos sugieren que, si bien existe apertura a la innovación digital, el éxito del chatbot dependerá en gran medida de su correcta implementación, facilidad de uso y capacidad de brindar respuestas útiles y rápidas, sin comprometer la experiencia personalizada que distingue al hotel.

Discusión

La discusión de resultados permite contrastar la información obtenida mediante la entrevista al administrador del Hotel Las Tanusas con los datos cuantitativos recopilados en la encuesta aplicada a los 120 huéspedes. A partir de ello, se puede evidenciar una coincidencia significativa en cuanto al reconocimiento del uso parcial de herramientas tecnológicas basadas en inteligencia artificial. Mientras que el administrador confirmó el uso de una plataforma con respuestas automatizadas integradas a WhatsApp Business, el 43% de los huéspedes afirmó haber interactuado con alguna herramienta digital, y un 50% utilizó WhatsApp o redes sociales como

principal medio de comunicación. Esto refuerza el argumento de Zambrano y Herrera (2021), quienes señalan que la tecnología en hoteles de mediana capacidad está en fase de adaptación progresiva, pero requiere mayor visibilidad.

Además, la encuesta reveló que el 55% percibió los tiempos de respuesta como rápidos y eficientes, lo cual valida la opinión del administrador respecto a la mejora en la eficiencia operativa gracias a la IA. Sin embargo, el 28% y 17% restante manifestaron retrasos o falta de respuesta inmediata, evidenciando la necesidad de implementar un sistema más robusto, como un chatbot funcional. Esto está en consonancia con lo planteado por Gordon (2023), quien destaca que los chatbots permiten escalar la atención sin comprometer calidad si son correctamente diseñados.

Otro aspecto relevante es que el 60% de los huéspedes expresó su interés en recibir atención automatizada 24/7 mediante un chatbot, lo que respalda la visión del administrador, quien considera viable esta tecnología siempre que respete el estilo empático y personalizado del hotel. Esta afirmación se alinea con Barahona (2023), quien concluyó que la aceptación de los chatbots en hoteles pequeños depende de su adaptabilidad al contexto del servicio.

En cuanto a los contenidos esperados del chatbot, el 50% de los encuestados espera que proporcione información sobre servicios, actividades y reservas, lo que coincide con la funcionalidad mencionada por el administrador sobre sugerencias personalizadas mediante IA. Igualmente, la encuesta refleja que el 57% preferiría usar un chatbot antes que esperar atención presencial para consultas simples, lo cual reafirma que su rol sería complementario y no sustitutivo, tal como lo sugieren estudios como los de Guzmán y Torres (2023), quienes plantean que los canales automatizados mejoran la eficiencia sin desplazar el trato humano.

El 58% de los huéspedes considera esencial que el chatbot se comunique en su idioma, reforzando lo expresado por el administrador sobre la necesidad de que el sistema sea amigable, accesible y personalizable. Esta demanda por claridad e inclusión idiomática coincide con lo planteado por Almeida et al., 2021), quienes destacan el papel de la comprensión del lenguaje natural en la aceptación de la IA en el sector servicios. Por tanto, la discusión permite concluir que existe una convergencia entre la perspectiva administrativa y las expectativas de los clientes, lo que justifica la propuesta de un chatbot con inteligencia artificial para optimizar el servicio al cliente del Hotel Las Tanusas.

Conclusiones

Se concluye que el Hotel Las Tanusas ha iniciado el uso de herramientas tecnológicas con componentes de inteligencia artificial de forma básica, principalmente a través de plataformas de mensajería como WhatsApp Business y sistemas automatizados de sugerencias. Sin embargo, tanto desde la percepción del administrador como de los huéspedes, se evidencia que la implementación aún no es del todo visible ni aprovechada, lo que refleja una oportunidad clara para fortalecer su presencia e impacto en la experiencia del cliente mediante una solución más avanzada y funcional, como un chatbot.

La recopilación de datos evidencia una alta receptividad por parte de los huéspedes hacia la atención automatizada, especialmente mediante chatbots que operen 24/7 y brinden información útil sobre reservas, servicios y actividades. Asimismo, se identificó que los canales preferidos por los usuarios son WhatsApp y el sitio web, lo cual facilita la elección tecnológica adecuada. En

consecuencia, se establece que un chatbot con lenguaje natural, adaptable y multicanal representa una opción factible y deseada para optimizar la atención en el hotel.

Con base en los resultados obtenidos, se determina que la tecnología más adecuada para el contexto del Hotel Las Tanusas es un chatbot inteligente multilingüe, diseñado para combinar rapidez, personalización y disponibilidad permanente, sin comprometer el trato humano característico del establecimiento. Esta herramienta no solo responde a las necesidades actuales del hotel, sino que también se alinea con las expectativas de los huéspedes, quienes demandan soluciones tecnológicas que complementen y mejoren su experiencia de forma práctica, empática y accesible.

Referencias

- Almeida, J., Pérez, C., & Sosa, M. (2021). *Inteligencia artificial: conceptos, aplicaciones y desafíos éticos*. Obtenido de Editorial Universitaria.
- Barahona, L. G. (2023). *La inteligencia artificial en la atención al cliente de pequeños hoteles de El Salvador*. Obtenido de [Tesis, Universidad Evangélica de El Salvador]: <http://localhost:80/handle/123456789/515>
- González, M., & Rivera, J. (2023). *Avances y desafíos de la inteligencia artificial fuerte*. . Obtenido de *Revista de Ciencia y Tecnología Aplicada*, 14(2), 112–128.
- Gordon, R. D. (2023). *Chatbots e inteligencia artificial: aportes, innovaciones y aplicación en el desarrollo de sistemas de información empresarial*. Obtenido de *Visión Antataura*, 7(1), 132-147: <https://doi.org/10.48204/j.vian.v7n1.a3930>

- Guzmán, E., & Torres, S. (2023). *La digitalización de los canales de atención: impacto en la eficiencia y satisfacción del cliente*. . Obtenido de Revista Iberoamericana de Innovación en Servicios, 12(2), 60–75.
- Ivanov, S. H., & Webster, C. (2019). *Robots, inteligencia artificial y automatización de servicios en viajes, turismo y hostelería*. Obtenido de Emerald: DOI: 10.1108/9781787566873
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>
- Mohd, F., & Khalid, M. (2023). *Chatbots en hostelería y turismo: una síntesis bibliométrica de la evidencia*. Obtenido de Revista de la Academia de Negocios y Mercados Emergentes, 3(2), 29-40: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10183134>
- Organización Mundial del Turismo. (2023). *Innovación tecnológica en destinos turísticos emergentes*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Paredes, F., & Cabrera, S. (2021). *Clasificación y usos actuales de la inteligencia artificial en la industria*. . Obtenido de Revista Tecnología y Sociedad, 9(3), 78–91.
- Ramires, P., & Valle, D. (2022). *Los Asistentes virtuales basados en Inteligencia Artificial*. Obtenido de Revista electrónica De Computación, Informática, Biomédica Y Electrónica, 11(2), C1–11: <https://doi.org/10.32870/recibe.v11i2.251>
- Zambrano, C., & Herrera, M. (2021). *Factores internos que determinan la calidad del servicio en empresas del sector turístico*. . Obtenido de Revista Ecuatoriana de Administración y Turismo, 6(2), 90–104.