UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIADO DETURISMO Y HOTELERÍA

TEMA:

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA HOSTERÍA D` FRANCO UBICADO ENEL CANTÓNGENERALANTONIOELIZALDE

AUTOR:

DIANA CAROLINA PITA TUMBACO

TUTOR:

LCDA. MÓNICA PÉREZ

GUAYAQUIL-ECUADOR

2017

Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

UNIDAD DE TITULACIÓN

Presidencia de la República del Ecuador

Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes

SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA HOSTERÍA D` FRANCO UBICADO EN EL CANTÓN ANTONIO GENERAL ELIZALDE**		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	DIANA CAROLINA PITA TUMBACO		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	MSC.MONICA PEREZ. MSC. JOSE HIDALGO		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	TURISMO Y HOTELERIA		
GRADO OBTENIDO:	LICENCIADO EN TURISMO		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		**No. DE PÁGINAS:**	71
ÁREAS TEMÁTICAS:	TURISMO		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	calidad, satisfacción, situación, gestión, mejora, servicio		

RESUMEN/ABSTRACT

The development of this work is an analysis of the quality of service of the Hotel D Franco, located in the canton Gral. Antonio Elizalde, whose main objective is to implement a plan for continuous improvement.

This research is based on a bibliography of classic authors referring to services quality, information was collected by means of surveys, which allowed to know the current situation of the inn Franco D` and to propose a plan of improvements with a view to excellence. In order to provide training to the people who provide services within this hostel, to contribute to the solution of the problem which is the deficiency of the quality of the service,

Key words: quality, satisfaction, situation, management, improvement, service.

ADJUNTO PDF:	☐ SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	**Teléfono: 0986984066**	E-mail: dianis_and8@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	**Nombre: Eco. Carlos Ortiz Novillos**	
	Teléfono: 2937717	
	E-mail: fcs_turismo@ug.ed.ec	

Universidad de Guayaquil

ANEXO 4

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 17 de julio del 2017

Ing. Carlos Ortiz Novillo
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIO EN LA HOSTERÍA D` FRANCO UBICADO EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE** de la estudiante **DIANA CAROLINA PITA TUMBACO,** indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Mónica Pérez

C.I. 1753941275

Universidad de Guayaquil

ANEXO 6

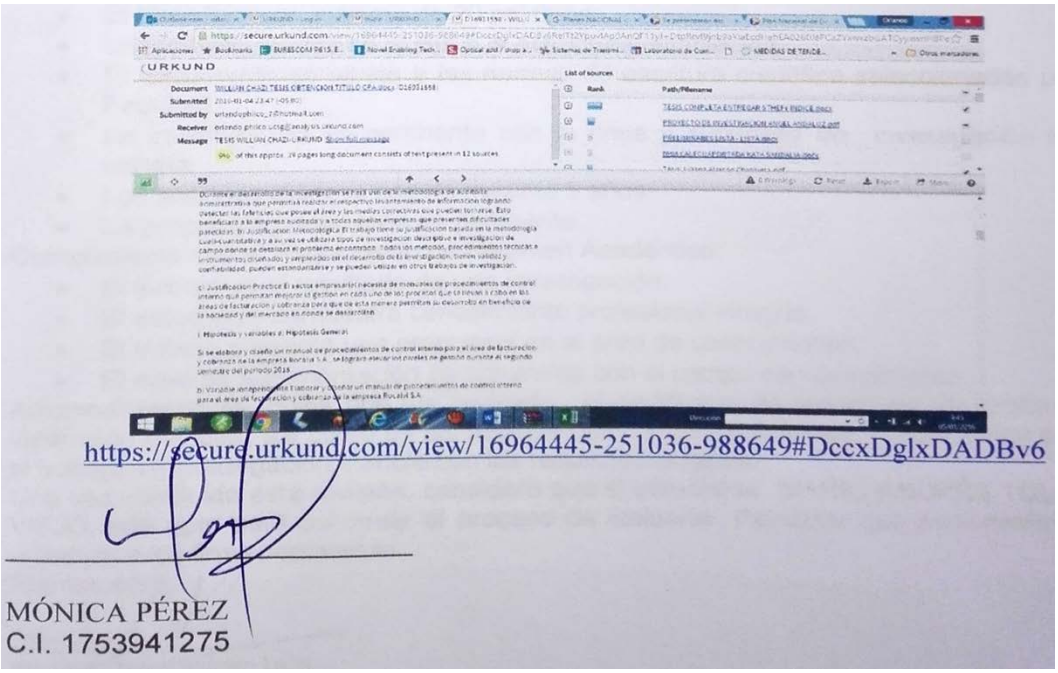
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA

UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **MÓNICA PÉREZ ZULETA**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **DIANA CAROLINA PITA TUMBACOC.C.:0926587841,** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **LCD. EN TURISMO Y HOTELERÍA.**

Se informa que el trabajo de titulación: "**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL D` FRANCO UBICADO EN EL CANTÓN ANTONIO GENERAL ELIZALDE"**ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el 8%de coincidencia.



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELRÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 05 de septiembre de 2017

Economista
Carlos Ortiz Novillo, Msc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-

De mis consideraciones:
Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación "ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA HOSTERÍA D` FRANCO UBICADO EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE," del estudiante DIANA CAROLINA PITA TUMBACO. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimento de los siguientes aspectos:
Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 20 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 5 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.
Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante MARIO ANDRÉS TOLEDO VIEJÓ está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.
Atentamente,

Ing. José Alonso Hidalgo León
C.I. 0916631930

Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELRÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 5 de septiembre de 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado JOSÉ ALONSO HIDALGO LEÓN, tutor revisor del trabajo de titulación **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA HOSTERÍA D` FRANCO UBICADO EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **DIANA CAROLINA PITA TUMBACO**, con C.I. No. **0926587841,** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de licenciado en Turismo y Hotelería, en la carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Ing. José Alonso Hidalgo León
C.I. No. 0916631930

Universidad de Guayaquil

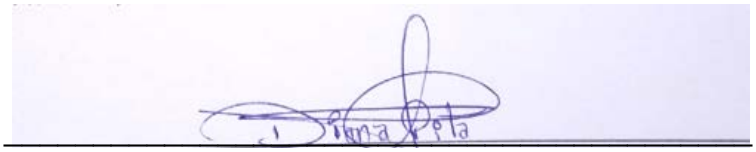
ANEXO 12

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

UNIDAD DE TITULACIÓN

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Yo, **DIANA CAROLINA PITA TUMBACO** con **C.I. No. 0926587841**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA HOSTERÍA D` FRANCO UBICADO EN EL CANTÓN ANTONIO GENERAL ELIZALDE"** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente



DIANA CAROLINA PITA TUMBACO

C.I. No. 0926587841

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a mi madre, gracias por su amor, por ser exigente, por apoyarme, aconsejarme como una a miga confiar en mí, haber tomado la decisión de invertir en mí, y darme la mejor herencia que una madre le puede dejar a su única hija la educación, a todas aquellas personas que de una u otra forma estuvieron presenté cuando los necesite, incondicionalmente pendientes de mí cuando enferme, y me dieron su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

No puedo comenzar este agradecimiento sin nombrar a DIOS ya que ha sido quien me ha iluminado con su luz y ha guiado cada uno de mis pasos.

A mi madre quien con su carácter y su infinito amor el apoyo que me ha dado, también quiero agradecerle a mi tutora de tesis la Lcda. Mónica Pérez, por su paciencia y guiarme en cada paso de este trabajo de titulación.

Por último a los buenos profesores de la carrera de turismo y hotelería los cuales ayudaron a mi formación académica, gracia por impartir sus sabios conocimientos.

Muchas gracias a todos
Diana Carolina Pita

TABLA DE CONTENIDO

Ficha de registro de tesis/trabajo de graduación……..……II
Certificación del tutor revisor……..……III
Licencia gratuita transferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos……....IV
Certificado porcentaje de similitud……..V
Certificado de la tutora……..……..VI
Dedicatoria……..……VII
Agradecimiento……..…VIII
Resume……XIX
Abstract……XX
Introducción……..…….....……1

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema……..……..……..…….2
1.1 Problema……....……...……..…2
1.2 Delimitación del problema…..……..….3
1.3. Formulación del problema……..……..……..……3
1.4. Situación problemática……..……..……..……...3
1.5 Alcances…….....……3
1.6 Objetivos……..…4
1.6.1 Objetivo General……..……...……4
1.6.2 Objetivos Específicos…….....……...……...…4
1.7 Relevancia social…….....…4
1.8 Objeto……..……...…….....……..…4
1.9. Campo……..…….....……..……4
1.10. Justificación…… ……..……..……...……4

CAPÍTULO II

2. Marco teórico……..……..…6
2.1. Fundamentación teórica……..……..…6
2.1.1. Hostelería y experiencia turística……..……..……6
2.1.2. El turismo como motor de desarrollo……..……..6
2.1.3. Turismo como sistema de servicio.....……..…….....…6
2.1.4. Planes de excelencia y dinamización turística……..……..…7

2.1.5. Administración de la calidatotal……..……..……...……...7
2.2. Marco contextual.
2.2.1. La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural…….....…….……..….7
2.2.2. Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente……..……...…7
2.2.3. Planes de excelencia y dinamización turística……8
2.2.4. Medición de la calidad de los servicios**…**……..……..……8
2.1.10. ¿Qué es el control de la calidad?.....8
2.1.11. Diseño de un sistema de gestión ……...…9
2.1.12. Indicadores de calidad……..……9
2.3. Marco Conceptual**.**
2.3.1. Historia del turismo……..……..……....9
2.3.2. El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia……..……..….9
2.4. Marco Legal……..……..……..……..10
2.4.1 Ley de turismo……..……...……10
2.4.2. Constitución política del Ecuador 2008……..……..…10
2.4.3. Plan nacional del buen vivir 2013 -2017……..……..11
2.4.4. Ley de defensa del consumidor……..…….....….13
2.4.5. Plan de Tour 2020……..……....……...13
2.5. Definición de términos (glosario)……..……..……..….14

CAPÍTULO III
3. Metodología……..……..……..……17
3.1. Tipos de investigación……..……...……...…17
3.1.2. Enfoque cuantitativo……..……..17
3.1.3. Enfoque cualitativo……..……...…17
3.1.4. Enfoque mixto……...……17
3.1.5. Tipo bibliográfico……17
3.2. Métodos de investigación……..……18
3.2.1. Método Inductivo – Deductivo……...……...18
3.2.2. Método Histórico – Lógico……...……..……...…18
3.2.3. Método analítico – sintético……..……..……18
3.2.4 Métodos empíricos:……..……..……...……18
3.2.4.1 Observación directa……..……...……18

3.2.4.2 Observación indirecta……..……..……..18
3.2.4.3 Encuesta……..……..……..18
3.2.4.4 Entrevistas……..……19
3.3. Métodos estadísticos……..……..……19
3.4. Población y muestra……..……..……..……19
3.4.1. Cálculo de la muestra A……...……..……..……...19
3.4.2. Muestra……..……..……20
3.4.3. Aplicación……...……..……...…20
3.4.4. Cálculo de la muestra B……..……20
3.5 Análisis de los resultados de las encuestas……..…21
3.5.1. Tabulación de las encuestas muestras A……..……..……...21
4.5.2. Análisis de las encuestas muestras A……...……31
4.5.3. Tabulación de las encuestas muestras B……...32
4.5.4. Análisis de las encuestas B……..……42

CAPÍTULO IV

4. Propuesta de un plan para mejorar la calidad de los servicios de la Hostería D` Franco……...……43
4.1. Introducción……..……....43
4.2. Consideraciones que se deben tener en cuenta al momento de la implementación de un plan de mejoras ……43
4.3. Ventajas de implementar un plan de mejoras en la calidad de los servicios …….....44
4.4 Alcance……..……...44
4.5 Objetivo general……44
4. 5.1 Objetivos específicos……...……..44
4.6 Justificación…….....……..…45
4.7 Diseño del plan de mejoras……45
4.7.1 Comité de Calidad……...45
4.8 Funciones del comité de calidad……..…46
4.8.1 Procesos y subprocesos……...…46
4.8.2 Subprocesos del siclo de venta tenemos……...…....47
4.8.3 Procedimientos en el servicio de Check In……..……48
4.8.4 Procedimientos en el servicio de habitaciones……..……..…49

4.8.5 Procedimientos de check out……..50
4.9 Política de calidad…….51
4.9.1 Objetivos de calidad…….51
4.9.2 Indicadores de gestión de calidad……..52
4.9.3 Programa de capacitación para los trabajadores…….....……56
CAPÍTULO V
5. Conclusiones y recomendaciones……..……,……60
5.1. Conclusiones……..…..60
5.2 Recomendaciones……..……....60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 tabulación de la pregunta 1 muestra A……...21
Tabla 2 Tabulación de la Pregunta 2 muestra A……..…….…....22
Tabla 3 Tabulación de la Pregunta 3 muestra A……...……....23
Tabla 4 Tabulación de la Pregunta 4 muestra A……...……...24
Tabla 5 Tabulación de la Pregunta 5muestra A.....25
Tabla 6 Tabulación de la Pregunta 6muestra A.....26
Tabla 7 Tabulación de la Pregunta 7 muestra A.....27
Tabla 8 Tabulación de la Pregunta 8 muestra A.....28
Tabla 9 Tabulación de la Pregunta 9 muestra A.....29
Tabla 10 Tabulación de la Pregunta 10 muestra A.....30
Tabla 11 tabulación de la pregunta 1 muestra B…….……..……...32
Tabla 12 Tabulación de la Pregunta 2 muestra B…….....….....33
Tabla 13 Tabulación de la Pregunta 3muestra B...…….34
Tabla 14 Tabulación de la Pregunta 4 muestra B…….....……...35
Tabla 15 Tabulación de la Pregunta 5muestra B.....36
Tabla 16 Tabulación de la Pregunta 6muestra B.....37
Tabla 17 Tabulación de la Pregunta 7 muestra B.....38
Tabla 18 Tabulación de la Pregunta 8 muestra B.....39
Tabla 19 Tabulación de la Pregunta 9 muestra B.....40
Tabla 20 Tabulación de la Pregunta 10 muestra B.....41
Tabla 21 Priorización de los procesos…….46
Tabla 22 Asignación de responsabilidad……..…….……..52
Tabla 1 Plan de mejora continua.……..…….....……54

Tabla 2 Estructura del plan de capacitación para los trabajadores de la hostería…….56
Tabla 3 Cronograma día 1…….…….57
Tabla 23 Cronograma Día 2…….…….57
Tabla 24 Cronograma Día 3…….....58
Tabla 25 Cronograma Día 4…….....58
Tabla 26 Cronograma Día 5…….....59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación…….…….…….…….…….3
Figura 2 Subproceso del servicio de check in……..…….…….…….49
Figura 3 Subproceso de las habitaciones…….…….…….50
Figura 4 Subproceso del servicio de Check out……....…….…….51

ÍNDICE DE ANEXOS

Referencias bibliográficas…….…….69
Encuestas A…….…….61
Encuestas B…….…….65

Universidad de Guayaquil

ANEXO 13

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

UNIDAD DE TITULACIÓN

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA HOSTERÍA D` FRANCO UBICADO EN EL CANTÓN ANTONIO GENERAL ELIZALDE

Autor: Diana Carolina
Pita Tumbaco

Tutor: Lcda. Mónica Pérez

RESUMEN

El desarrollo de este trabajo trata de un análisis de la calidad de servicio del hotel D Franco que se encuentra ubicado en el cantón Gral. Antonio Elizalde, tiene como objetivo principal implantar un plan de mejora continuo.

Esta investigación se fundamenta en bibliografía de autores clásicos referentes de calidad de servicio, se recopilo información por medio de encuestas, lo que permitió conocer la situación actual de la hostería D` Franco y proponer un plan de mejoras con miras a la excelencia. Con el fin de impartir capacitaciones a las personas que prestan servicios dentro de esta hostería, para contribuir a la solución del problema el cual es la deficiencia de la calidad del servicio,

Palabras claves: calidad, satisfacción, situación, gestión, mejora, servicio.

Universidad de Guayaquil

ANEXO 14

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

UNIDAD DE TITULACIÓN

ANALYSIS OF THE QUALITY OF SERVICE IN THE HOSTERÍA D` FRANCO LOCATED IN CANTON ANTONIO GENERAL ELIZALDE

Author: Diana Carolina Pita Tumbaco

Advisor: Lcda. Mónica Pérez

ABSTRACT

The development of this work is an analysis of the quality of service of the Hotel D Franco, located in the canton Gral. Antonio Elizalde, whose main objective is to implement a plan for continuous improvement.

This research is based on a bibliography of classic authors referring to services quality, information was collected by means of surveys, which allowed to know the current situation of the inn Franco D` and to propose a plan of improvements with a view to excellence. In order to provide training to the people who provide services within this hostel, to contribute to the solution of the problem which is the deficiency of the quality of the service,

Key words: quality, satisfaction, situation, management, improvement, service.

INTRODUCCIÓN

La industria del turismo en el Ecuador juega un papel primordial en la economía del país. Este proyecto presenta las ventajas, desventajas de la hostería D` Franco las cuales se obtendrán al realizar el proceso de investigación. Con la ejecución del proyecto del análisis de calidad de los servicios se busca conocer y satisfacer las necesidades de las personas cumpliendo con los estándares de atención al cliente. Para la elaboración de este trabajo se aplicaron varios métodos investigativos que ayudaron a conocer la problemática de dicho lugar, para satisfacer todas las exigencias de los turistas y evaluándolas con normas de excelencia y control.

En la hostería D´ Franco del cantón Gral. Antonio Elizalde “Bucay”, actualmente es conocido como principal destino de aventura, capital de los deportes extremos, se busca dar a los visitantes establecimientos en los cuales se pueda hospedar para que los huéspedes puedan sentirse como en casa, para ello se planea la realización de un análisis de calidad en este establecimiento para saber cómo es la fluidez de la demanda en este lugar y qué nivel de atención reciben los turistas. Este documento contiene el análisis de la calidad de los servicios que ofrece la hostería D´ Franco con el objetivo de hacer un plan de mejora para estandarizar la calidad que se está brindando en este establecimiento, tales resultados de este plan de mejoras pretenden beneficiar a los empleados de dicho lugar. Esto se logrará definiendo objetivos de calidad, estableciendo procesos de evaluación a las actividades que se realizarán, y capacitando al personal en el área de calidad de servicio.

La calidad del servicio que brinda la hostería debe de ser óptima para captar una mayor receptividad de clientes. Debido a que esta industria está en constante crecimiento, por la vida tan acelerada que llevan las personas hoy prefieren asignar la organización de los servicios a compañías que son especializadas en vacaciones y ocio. Es por eso que la calidad del servicio que brinda la hostería debe de ser óptima para captar una mayor receptividad de clientes.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el pasar de los años el turismo en el Ecuador ha tenido mayor demanda, todos saben que es muy importante porque forma parte de la matriz productiva del país, lo cual genera mayores divisas, el país posee una amplia biodiversidad y riqueza cultural lo cual lo hace ideal para la operación turística, la demanda turística del país como lo demuestra el INEC se va incrementando puesto que el total de llegadas al país en el año 2016 se incrementó en un 11% con respecto al año 2015.

La provincia del Guayas cuenta con atractivos culturales y naturales los cuales en su mayoría son utilizados por la empresa pública y privada para la operación turística ya que su clima es idóneo para realizar este tipo de actividades.

El cantón Antonio general de Elizalde que es conocido como la capital de los deportes extremos, se encuentra ubicado a 99 km .de la provincia del Guayas, se ofertan varias actividades para los amantes de los deportes extremos, entretenimiento para turistas nacionales e internacionales. A pesar de esto existen muchos problemas en cuanto a la calidad de los servicios persisten algunas deficiencias, es una de la principales cusas de la poca afluencia de visitantes.

Estetrabajo se lo implementa en base a la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros que muestra interés en los establecimientos de alojamiento.La Hostería D` Franco se encentra ubicadaa las afueras del cantón GeneralAntonioElizalde, siendo una de las hosteríasmás importantes de este cantón.

1.1 Problema

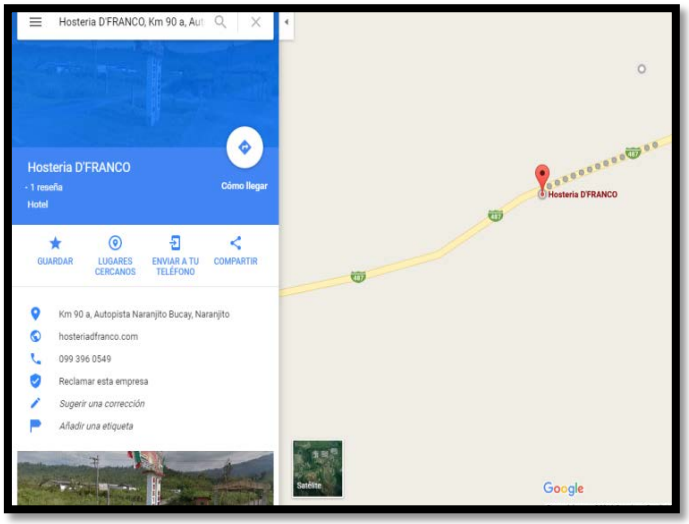
Deficiencia en la calidad de los servicios de la Hostería D`Franco perteneciente al cantón General Antonio Elizalde.

1.2 Delimitación del problema

La hostería D` Franco se encentra ubicado en el km.90, autopista Naranjito Bucay.

Limita al Norte Con la provincia de Chimborazo, al sur con la provincia de Cañar, al este con la hostería paraíso Bucay, y al oeste con la autopista Naranjito-Bucay.

Ilustración 1: ubicación



Fuente: elaboración propia

1.3. Formulación del problema

¿De qué manera se podrá mejorar la calidad de los servicios turísticos de la hostería D Franco?

1.4. Situación problemática

El cantón General Antonio Elizalde posee una variedad d recursos naturales y culturales, en los cuales sobresalen los lugares para la realización de deportes extremos y una exótica y variada gastronomía.El mayor problema de la hostería D` Franco es la ineficiencia de sus trabajadores en cuanto a la prestación de sus servicios.

1.5. Alcances

A. Determinar la viabilidad de la propuesta del análisis de los servicios de la hostería D Franco.
B. Determinar las ventajas y desventajas competitivas.
C. Definir estrategias para la ejecución de dicho proyecto.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Realizar el análisis de la calidad de los servicios de la Hostería D` Franco.

1.6.2. Objetivo especifico

A. Detallar en el marco teórico modelos referente de calidad en servicios hoteleros
B. Definir aspectos teóricos para la gestión de servicios de calidad
C. Recopilar información mediante entrevista y encuetas que ayuden al proceso de investigación.
D. Diseñar una propuesta para mejora de la calidad de los servicios en la hostería D` Franco.

1.7. Relevancia social

Lo que se pretende transformar en este proyecto es lograr quelos habitantes locales tengas nuevas oportunidades de progreso económico y desarrollo en cuantoa los servicios, generando más vacantes de trabajo para la comunidad, por ello la realización de este proyecto, del análisis de la calidad de los servicios será un paso importante para empezar a efectuar cambios. Los cuales se verán reflejados en el futuro.

1.8. Objeto

Calidad de los servicios turísticos del Cantón Antonio General Elizalde.

1.9. Campo

Calidad y servicio.

1.10. Justificación

Con este análisis a realizar sobre la calidad de los servicios que brinda esta hostería se pretende utilizar como una herramienta importante para contribuir

al desarrollo turístico sustentable del cantón GeneralAntonio Elizalde en el área de los servicios turísticos. El plantear un cambio en la calidad de los servicios genera grandes ventajas competitivas lo cual incidirá afluencia de huéspedes. Con la finalidad de lograr una mejora en la calidad de los servicios, se brindaran capacitaciones a los trabajadores en el servicio al cliente.

Con la utilización de normas de servicio se cambiaran las condiciones y los estándares de servicio dentro del entorno de esta localidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TÉORICO

2.1. Fundamentación teórica.

2.1.1. Hostelería y experiencia turística

“La hostelería se ha caracterizado, tradicionalmente, por un gran número de pequeños negocios individuales gestionados a nivel familiar. A medida que el mercado se fue expandiendo, debido fundamentalmente a los avances tecnológicos del transporte, empezaron a aparecer las grandes cadenas que conocemos hoy día, que introdujeron nuevas formas de gestión, como las franquicias, permitiendo su presencia en distintas regiones mundiales”.(Fernández L. , 2004)

2.1.2. El turismo como motor de desarrollo

“La importancia de los nuevos productos turísticos en la naturaleza y en el medio rural es un hecho aprobado por las diferentes actuaciones que se están acometiendo en estas zonas con objeto de contribuir a su desarrollo integrado”

Este documento habla de nuevos conceptos, los cuales ayudan a hacer una diferencia entre los productos turísticos que hoy en día se encuentran en el mercado, dando como resultado una nueva evaluación de los continuos análisis que se realizan, de los tipos de proyectos que se han presentado, y como resultados se ve la innovación de estos proyectos los cuales hoy en día cobrar un papel fundamental en la industria del turismo dentro de las iniciativas locales descentralizadas o privadas.(Blanco, 1994)

2.1.3. Turismo como sistema de servicio

(Ascanio, 1927) Habla de ver al turismo como un objetivo de análisis, formando un modelo de estudio que ayude al desarrollo de los servicios, causando una expectativa atractiva de lo que se ofrece. La economía siempre esta perenne en los gastos, lo que promueve la oferta para que los turistas ansiosos de turistear paguen con el único fin de obtener un buen servicio de calidad, convirtiendo al turismo como un sistema complejo de servicios.

2.1.4. Planes de excelencia y dinamización turística

(López, 2005)Este boletín trata de dar a conocer el papel que juegan los PEDT para que se mejore la calidad de los servicios que prestan los diferentes destinos turísticos observándolo desde un punto de vista económico destacando lo necesario que es la existencia de un liderazgo administrativo para promover los planes existentes de proyectos de la calidad del servicio.

Estos se convierten en instrumentos que fomentan la planificación y responde a un nuevo modelo de intervención para mejorar la calidad comprometiéndose con un desarrollo sostenible del servicio". La mayoría de los investigadores están de acuerdo en afirmar que el concepto de calidad de servicio es de naturaleza compleja. Las características específicas de los servicios, que los diferencian de los productos intangibles, fomentan esa complejidad.(López, 2005)

2.1.5. Administración de la calidad total

(Gonzáles, 2004) "la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas"

2.1.6. La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural.

(Vazques, 1995)Hoy en día la calidad de servicio es un elemento que con el pasar del tiempo los turistas aprecian más, pero a pesar de esto, el hecho de que para tus clientes la calidad de servicio sea necesario, el mismo sigue siendo pobre y decadente, esto lo único que logra es que los turista se marchen disgustados sin que sus expectativas hayan sido satisfechas, esto se debe al continuo a trascendental trato con el que están acostumbrados a tratar los prestadores de servicio.

2.1.7. Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente

(Persson, 2007)"La Calidad Total, que es una de las principales tendencias que adoptan las organizaciones modernas, se caracteriza por ser un sistema efectivo que integra esfuerzos de todos los grupos de una empresa para definir, desarrollar, mantener y mejorar la calidad con objeto de poder definir, diseñar,

fabricar e instalar un producto o servicio con el costo más económico posible, dando satisfacción total al cliente".

2.1.8. Planes de excelencia y dinamización turística

(Peréz, 1997)"Planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), unos de los aspectos más positivos de los PEDT es la posibilidad de cumplir con el objetivo principal de mejorar la calidad de los destinos turísticos". Este boletín trata de dar a conocer el papel que juegan los PEDT para que se mejore la calidad de los servicios que prestan los diferentes destinos turísticos observándolo desde un punto de vista económico destacando lo necesario que es la existencia de un liderazgo administrativo para promover los planes existentes de proyectos de la calidad del servicio. La mayoría de los investigadores están de acuerdo en afirmar que el concepto de calidad de servicio es de naturaleza compleja. Las características específicas de los servicios, que los diferencian de los productos intangibles, fomentan esa complejidad.

2.1.9. Marco Referencial de la calidad del servicio en Hoteles

Según Membrado (1996). "El término calidad ha evolucionado desde la tradicional aplicación sólo a entornos industriales a ser una forma de gestión 8 empresarial aplicable a empresas de servicio en general y a hoteles en particular" (p.6). Esto se debe a que las empresas de servicios son consideradas como principales fuentes generadoras de recursos en las economías de todos los países (Gadotti y Franca, 2008, p.175). En la que según la Organización Mundial de Turismo, la industria del turismo ha tenido un impacto positivo en las economías de los países al ser fuente generadora de negocios y empleos, la cual representa un 5% de contribución al PIB mundial. (2011, p. 2).

2.2. Marco contextual.

2.2.1. Medición de la calidad de los servicios.

(Berry, 1985)La calidad de servicio es lo que percibe el cliente, al tener contacto con el prestador de servicios, de ahí surgen las expectativas y la realidad, es tanto complejo porque a la hora de evaluar juegan un papel muy

importante las emociones y las sensaciones, está demostrado que la calidad de los servicios es intangible invaluable la cual se la siente al interactuar dos o un grupo de personas ya sea este por un medio de comunicación telefónica virtual o presencial.

2.2.2. ¿Qué es el control de la calidad?

(Ishikawa, 1939)Este autor nos habla de lo importante que es garantizarle al cliente la calidad, en el momento de la venta y después de a verla efectuado, indagando, preguntándole al cliente que es lo que realmente necesita para poder cubrir una necesidad. El porqué de adquirirlo y como lo va a usar, la persona que vende el servicio debe de saber a profundidad el estado del producto, realizándolo de una forma adecuada, cautelosa y sinérgica, saber por qué adquiere ese servicio, producto, examinarlo antes de promocionarlo y venderlo, al final preguntarle de manera corta pero empática como se sintió con el producto o servicios que adquirió.

2.2.3. Diseño de un sistema de gestión

(Gutiérres, 1997) “Todo proceso de implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad según lo especificado en la Norma COVENIN-ISO 9001-2000, requiere del seguimiento de una serie de pasos, los cuales al ser cumplidos garantizarán de cierta manera dicha implantación” (p.34). En términos generales estos pasos están referidos a: idea, decisión, compromiso, actuación, control y mejora continua”.

2.2.4. Indicadores de calidad

(Jabaloyes, 1999) “Para conseguir la calidad es necesario conocer lo que la palabra **calidad** significa en su sentido más amplio y no solamente referida al producto o servicio al que se aplica. También es imprescindible una adecuada planificación de todas las acciones y actividades de la organización, así como una correcta gestión de todos los recursos materiales y humanos, encaminadas ambas a la consecución de la calidad”. Estoy de acuerdo con lo que se establece en este trabajo del equipo de investigadores, el cual habla de lo importante que es conocer la calidad de una forma holística, teniendo como punto principal la organización, sabiendo administrara de una forma adecuada

los recursos que posean, como los humanos y materiales, dirigiéndolos a ambos en una línea recta a la calidad.

2.3. Marco Conceptual.

2.3.1. Historia del turismo

(Fernández l. , 2007)Este libro nos habla de la historia del turismo como surgieron los turista con el pasar del tiempo el hombre siempre fue nómada y nos da fundamentos teóricos a cerca de los turistas a nivel mundial los cuales a un inicio hacían turismo por ocio o simple recreación pero con el crecimiento económico fue implementándose el turismo de negocios.

2.3.2. El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia

(Tschohl, 2005) “Estudios demuestran que, en la actualidad, en muchas empresas el servicio es más eficaz que el marketing para incrementar el volumen de negocios, la promoción de ventas o la publicidad”. Como un enfoque principal a la calidad se la puede definir como un circulo conformado por un sinnúmero de empleados dentro de un área de trabajo a servicio de los visitantes, los cuales se pueden reunir para tratar asuntos de pro mejoras del establecimiento en el cual ellos laboran, estudiando posibles técnicas de mejoramiento y calidad con un objetivo común, solucionar problemas internos para dar un mejor servicio a todo aquel que visité el establecimiento que da servicios.

2.4. Marco Legal.

2.4.1. LEY DE TURISMO

Art 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes**:**

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización**;**

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.

Art 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística

Art 5.- Se considera actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual o más de las siguientes actividades:

a) Alojamiento;

b) **Art 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes

2.4.2. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR 2008.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

2.4.3. Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017

(Plan nacional del buen vivir, 2013/2017)9.5 Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral:

a. Fomentar la capacitación tanto de trabajadores y trabajadoras, como de personas en búsqueda de trabajo, con el objeto de mejorar su desempeño, productividad, empleabilidad, permanencia en el trabajo y su realización personal.

b. Fomentar la colaboración tripartita (Estado, sector privado y trabajadores) en la planificación de la capacitación y la formación ocupacional que incremente la empleabilidad y la productividad laboral.

c. Fortalecer la normativa para el desarrollo de la formación ocupacional y capacitación para el trabajo, superando formas estereotipadas o sexistas de ocupación laboral.

d. Definir y estructurar los programas de formación ocupacional y capacitación para el trabajo, en función de la demanda actual y futura del sistema de trabajo, con la participación de los trabajadores y empleadores.

e. Generar, sistematizar, consolidar y difundir, información relevante y oportuna, para la formulación de programas de capacitación y formación para el trabajo.

f. Implementar mecanismos de acreditación de las entidades de capacitación y certificación de competencias laborales y ocupacionales, tanto dentro como fuera del país.

g. Establecer programas específicos de capacitación para fortalecer la inclusión de grupos históricamente excluidos del mercado laboral y en condiciones de trabajo digno.

h. Promover la cultura de excelencia en el sector público a través de la formación y la capacitación continua del servidor público.

i. Incluir en los programas de capacitación para el trabajo, instrumentos que permitan la recuperación, fortalecimiento y transferencia de conocimientos, tecnologías, buenas prácticas y saberes ancestrales, en la producción de bienes y servicios.

j. Ampliar las modalidades de capacitación, acordes a las necesidades y demandas de los ecuatorianos en el exterior, mediante el uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) aplicadas a la capacitación virtual.

2.4.5. PLANDETUR 2020

4. Objetivos, estrategias y políticas de actuación

4.2. Políticas para el turismo

Las políticas para el turismo en Ecuador, se deben soportar en acciones concretas interinstitucionales, y representan las líneas de acción de la gestión a partir de las cuales se influye y trabaja en el resto del Plan. Dentro del diseño del PLANDETUR 2020, se propone como políticas principales de Estado para el turismo, lideradas por el Ministerio de Turismo de Ecuador, a las siguientes:

5 Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades 5. turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas.

6. Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.

2.5. Definición de términos (glosario)

Alojamiento.

(Monografias.com, 2012)Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios

Análisis.

(Juran, 1993) Un análisis es un efecto que comprende diversos tipos de acciones con distintas características y en diferentes ámbitos, pero en suma es todo acto que se realiza con el propósito de estudiar, ponderar, valorar y concluir respecto de un objeto, persona o condición. .

Atractivos Turísticos

(OMT, 2007)**"**Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos".(MINTUR, 2008)

Calidad.

(Juran, 1993) La calidad se define como adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad).

Calidad del servicio.

(Juran, 1993) Se define como la satisfacción de necesidades o requerimiento de un consumidor.

Cultura de calidad.

(Monografias.com, 2012) Es el sistema de valores, principios, creencias, normas y costumbres que determinan una forma de vida en la que todos los miembros que conforman el sector turístico y aquellos que se relacionan directamente con él, se ocupen de hacer las cosas bien a la primera, con la satisfacción de ser útiles a sus semejantes y considera que para que la

calidadsea total, ésta debe estar presente en todos los procesos dentro de la empresa y en todas sus áreas y en todos los organismos públicos y sociales que participan en la actividad, pues todos ellos son a final de cuentas, elementos que están vinculados en una secuencia continua de proveedores y consumidores de servicios y satisfactorias turísticos y recreativos

Desplazamiento.

(OMT, 2007) El turismo forma parte de la variedad de desplazamientos que hacen las personas entre diversos lugares. Define e esparcimiento como el conjunto de actividades que realizan las personas

Hostería.

(OMT, 2007) Es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y la alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo.

Huésped.

(OMT, 2007) Persona que utiliza los servicios de alojamiento en un establecimiento.

Satisfacción.

(OMT, 2007) Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad.

Servicio.

(Serna, 2006) El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Servicio al cliente.

(OMT, 2007) Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Trabajadores.

(Monografias.com, 2012) Es aquel que se aplica a todas las personas que ejercen algún tipo de trabajo o actividad remunerada. En muchos casos también puede ser usado en sentido general para designar a una persona que está realizando un trabajo específico independientemente de si está oficialmente empleado o no.

Turismo

(OMT, 2007) “Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual, por un período de tiempo consecutivo, inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos”.

Viajero.

(OMT, 2007) Toda persona que se desplaza dos o más países distintos.

CAPÍTULO III
3. METODOLOGÍA

3.1 Tipos de Investigación

3.1.2. Enfoque cuantitativo.

Parte de una idea que va redefiniéndose, a su vez este enfoque presenta un conjunto de procesos, pasos a seguir, etapas, consecutivamente en un ritmo transitorio lo cual es probado, debido a que el enfoque presenta varias etapas y cada una de ellas es probado científicamente, es por eso que no se debe dejar pasar por alto ninguna de ellas, el orden es constante aunque también se podrá delimitar algunas etapas.

Se aplica a esta investigación porque se ha concretado y delimitado el tema, por ello las preguntas que se formulen son de carácter específico. (Sampieri, 1997)

3.1.3. Enfoque cualitativo.

(Sampieri, 1997)se basa más en temas, puede emplear hipótesis y preguntas antes, durante y después de proceder a investigar, recolectar y analizar la información, esto puede ser utilizado a la hora de establecer o plantear las preguntas.A su vez este enfoque también se lo refiere como una investigación interpretativa. Se relaciona en esta investigación con la recolección de datos los cuales serán utilizados para empezar a generar preguntas del porque el problema.

3.1.4. Enfoque mixto.

Este enfoque está compuesto por el cualitativo y el cuantitativo, adquiere y toma características de ambos enfoques ya que sigue pasos y se atreve a saltárselo y comenzar por una hipótesis y terminar con un cuestionario, se considera que esta investigación tiene un enfoque mixto ya que se necesita de ambos enfoques para la realización del tema que se está planteando, en este caso analizar la calidad de los servicios en la Hostería D Franco.

3.1.5. Tipo bibliográfico.

En este tipo de investigación es esencial la recopilación de información en cuanto a datos bibliográficos para la creación y desarrollo del tema a estudiar,

este proyecto, se ha recurrido a autores clásicos en el tema reconocidos por su literatura, para darle realce académico y pueda ser utilizado, como material de consultas para explicar el problema.

3.2. Métodos de Investigación

3.2.1. **Método Inductivo – Deductivo**.

Se realiza uso de ambos, estudiando los datos de manera general para así llegar a conclusiones particulares, que facilitarán al momento de aplicar medidas de solución, en el área de servicio, como lo serian charlas a las personas de atención al cliente.

3.2.2. Método Histórico – Lógico.

A través de este método se podrá obtener información más firme para realizar la debida investigación con bases fundamentadas, que permitan llegar al origen del problema.

3.2.3. Método Analítico – Sintético.

Este método ayudará a analizar la información por parte haciendo más productivo el trabajo, hasta obtener un análisis global claro, que permita identificar de una manera crítica los hechos, sintetizarlo para que sea explícito en el área que se requiere analizar.

3.2.4. Métodos empíricos.

- **Observación directa:** se basa en acudir al área de estudio para observar los sucesos y acontecimientos del lugar, cómo se desarrolla el día a día, específicamente dónde se encuentra el problema, para evaluar visualmente como está la calidad de servicio en ese establecimiento.
- **Observación indirecta:** se realiza mediante la corroboración de información en base a datos donde se lleva un registro y control de las personas que acuden a la hostería.
- **Encuesta:** será realizada a los prestadores de servicios turísticos y a visitantes del hotel para determinar la percepción de calidad de los servicios receptados hasta el momento, también se encuestará a las personas que trabajen en el establecimiento en donde se desarrollará la

investigación. Con el objetivo de saber qué es lo que acontece, las falencias que existen, demandas y exigencias de los clientes

- **Entrevistas:** esta se efectuará a personas que son parte del organismo público dirigente del lugar, así como a personas involucradas en actividades turísticas como propietarios de restaurantes, cooperativa de transporte, entre otros, con el objetivo de saber cuál es su perspectiva de calidad, lo que esperan y como creen ellos que se puede implantar una verdadera calidad de servicio, y cual e su modelo de calidad.

3.3. Métodos estadísticos.

"Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones". (Levin&Rubin, 1996)

"Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla" (Murrian, Spiegel ,1991)

"Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia" (Cadenas, 1974)

3.4. Población y Muestra

La población se refiere al total de personas que van a ser objeto de estudio en el lugar donde se llevará a cabo la investigación. Se realizará una muestra probabilística para obtener un número representativo de la población, lo que dará como resultado una información real y efectiva, por otro lado la muestra es solo un pequeño número de la población al cual se encuestará para saber su opinión del problema.

3.4.1. Cálculo de la muestra A

Para el cálculo de la muestra A se determinó que se utilizóuna muestra finita ya que se conoce la población, es decir 'de los huéspedes, se tomó como referencia un mes de actividades en temporada alta.

Para determinar dicha muestra se aplicó la siguiente fórmula.

3.4.2. Muestra

$$n = \frac{z^2 Npq}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

n= tamaño de la muestra

N= población total o universo

Z= porcentaje de fiabilidad

p= probabilidad de ocurrencia

q= probabilidad de no ocurrencia

e= error de muestreo

3.4.3 Aplicación

$$n = \frac{(1{,}96)^2(768)(0{,}5)(0{,}5)}{(0{,}5)^2(768-1)+(1{,}96)^2(0{,}5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3{,}8416)(768)(0{,}5)(0{,}05)}{(25)(767)+(3{,}8416)(0{,}5)(0{,}5)}$$

$$n = \frac{737{,}28}{191.75+0.95}$$

$$n = \frac{737{,}28}{1992{,}71}$$

n = 3.82585Número de personas encuestadas: **382**

3.4. Cálculo de la muestra B:

Para el cálculo de la muestra B se tomó como referencia el número de trabajadores de la hostería D Franco los cuales son un total de **15 personas**.

Población 15

3.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

3.5.1. Tabulación de las encuestas muestras A.

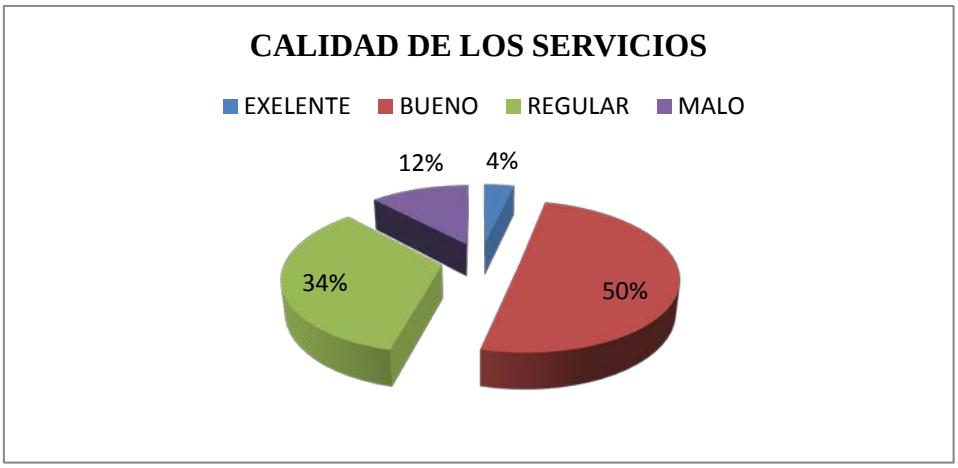
1 ¿Cómo considera Ud. que es la calidad de los servicios en los establecimientos hoteleros del cantón General Antonio Elizalde?

Tabla 1: calidad de los servicios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
excelente	14	3.7%
bueno	192	50.3%
regular	130	35.6%
malo	46	12.04%
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico1: calidad de los servicios



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 3.7% afirma que es excelente la atención que dan los hoteles, un 50.3% afirma que es bueno,un 35,6% afirma que es regular debido al poco interés por parte del prestador de servicios, y el 12.4%% que es malo el servicio, es evidente un descontento general en el servicio que reciben las personas.

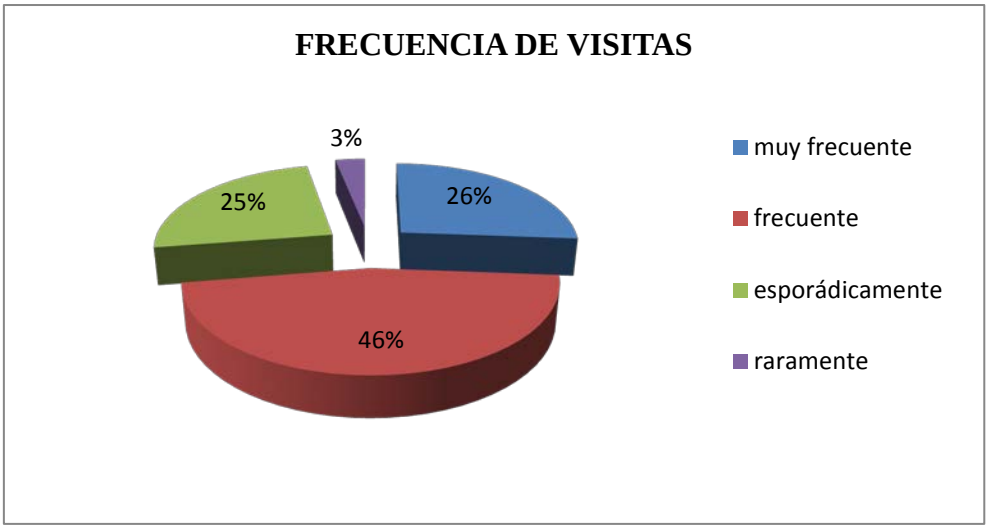
2. ¿Con que frecuencia visita la hostería D Franco?

Tabla 2: frecuencia de visitas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
muy frecuente	100	26.2%
frecuente	177	46.3%
esporádicamente	93	24.3%
raramente	12	3.14
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 2: frecuencia de visitas



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 3.14 manifiesta que visita la hostería rara mente, el 24.3% indica que sus visitas se dan esporádicamente, 26.2% de los encuestados expreso que sus visitas a la hostería son muy frecuentes, mientras que el 46.3%si la visita frecuente.

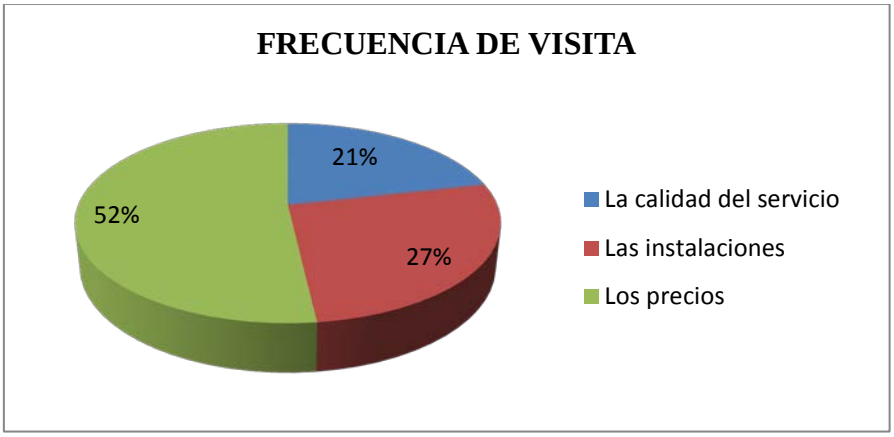
3. ¿Qué es lo que hace que Ud. vuelva a visitar la hostería D` Franco?

Tabla 3: visita al establecimiento

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La calidad del servicio	82	21.5%
Las instalaciones	102	26.7%
Los precios	198	51.8%
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 3: visita al establecimiento



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 26.7% afirma que cuando visita un establecimiento hotelero es por sus instalaciones, un 51.8% afirma volver por los precios, y el 21.5% que regresa por la calidad del servicio que recibe, por lo tanto demuestra lo necesario que es la realización de un plan de acción que capacite a los trabajadores del hotel en el ámbito de servicio al cliente.

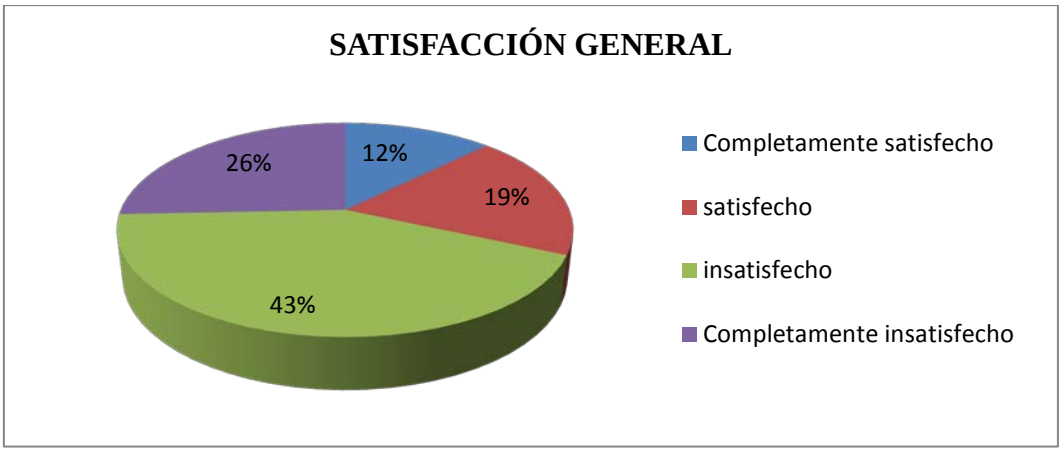
4. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la hostería D` Franco?

Tabla 4: satisfacción general

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Completamente satisfecho	48	12.6%
satisfecho	73	19.1%
insatisfecho	163	42.7%
Completamente insatisfecho	98	25.6%
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 4: satisfacción general



Fuente: elaboración propia

Análisis. En este gráfico con un 98%se puede observar un alto índice de completa insatisfacción por parte de los huéspedes, un 163% se muestra insatisfecho, tan solo un 73% se muestra satisfecho, siendo solo un 48% de personas las cuales si están completamente satisfechos.

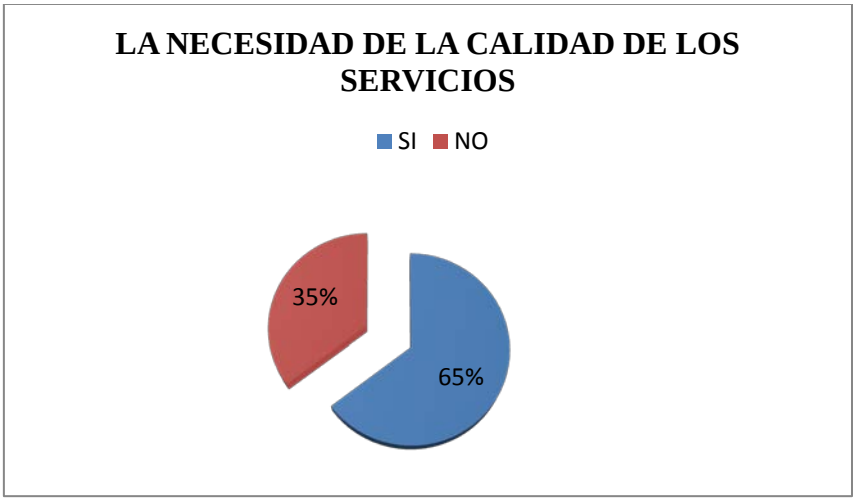
5. ¿Es necesaria la calidad en los servicio, de los establecimientos hoteleros?

Tabla 5: la necesidad de la calidad de los servicios

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	247	64.6%
no	135	35.3%
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 5: la necesidad de la calidad de los servicios



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 64.6% afirma que es muy necesaria la calidad en los servicios, en los establecimientos hoteleros, el 35.3 % considera que no son necesarios, debido a que solo van para pernoctar, más no por tomarse unas vacaciones.

6. ¿Cree Ud. que los trabajadores en general están capacitados para brindar una óptima atención al cliente?

Tabla 6: considera que los trabajadores están capacitados

OPCIONES	FRECUENCIA	PROCENTAJE
si	132	34.5%
no	250	65.5%
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 6: considera que los trabajadores están capacitados

Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 57% Considera que los trabajadores en general no están capacitados para brindar una óptima atención, el 33 % afirma que los trabajadores en general si están capacitados para brindar una optima atención en los establecimientos de alojamiento.

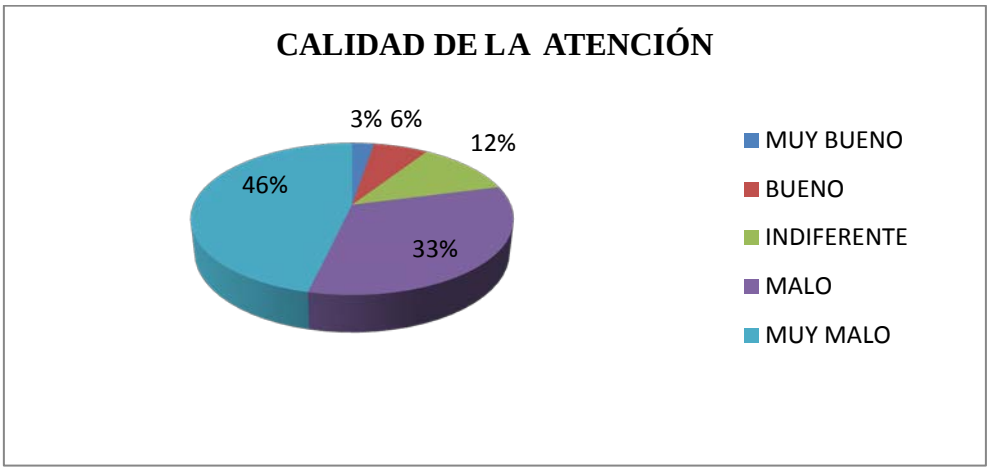
7. califique la atención que brindan los empleados.

Tabla 7: califique la atención

OPCIONES	FRECUENCIA	PROCENTAJE
muy bueno	10	2.6%
bueno	25	6.5%
indiferente	45	11.8%
malo	125	32.7%
muy malo	177	46.3%
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 7: calidad de la atención



Fuente: elaboración propia

Análisis.

En esta pregunta un 2.6% califica la atención como muy bueno, un 6.5% de los encuestados solo opinan que es bueno, sin embargo un 11.8% se muestra indiferente, un 32.7% piensa que es malo, y por último un 46.3% indica que el servicio recibido es muy malo.

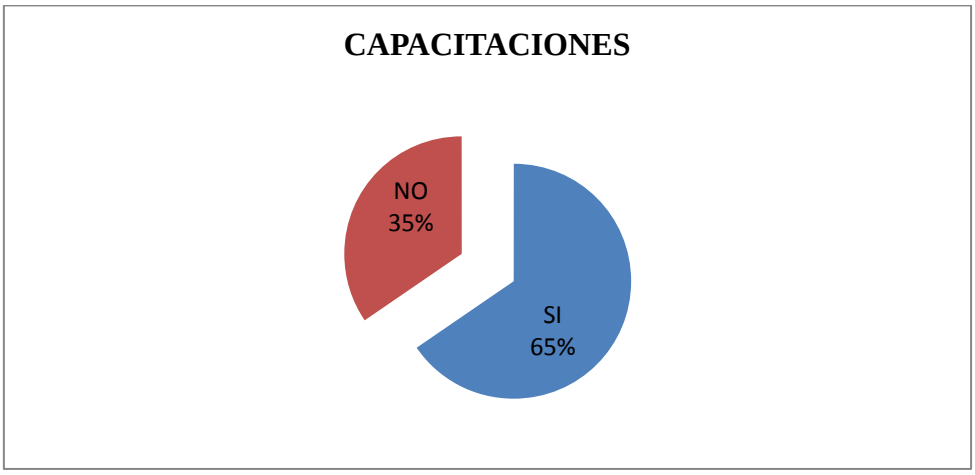
8.¿Considera que las constantes capacitaciones son necesarias para que se dé una atención de calidad?

Tabla 8: capacitaciones

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	250	65.4%
no	132	34.5%
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 8: capacitaciones



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 64% Considera que el nivel de estudios superior es necesario para que se dé una atención de calidad, el 36 % afirma Considera que el nivel de estudios no superior es necesario para que se dé una atención de calidad, considero que esto se da porque ellos piensan que como existe mucha gente que no cuenta con estudios superiores, al ver mayor competencia ellos se verían perjudicados.

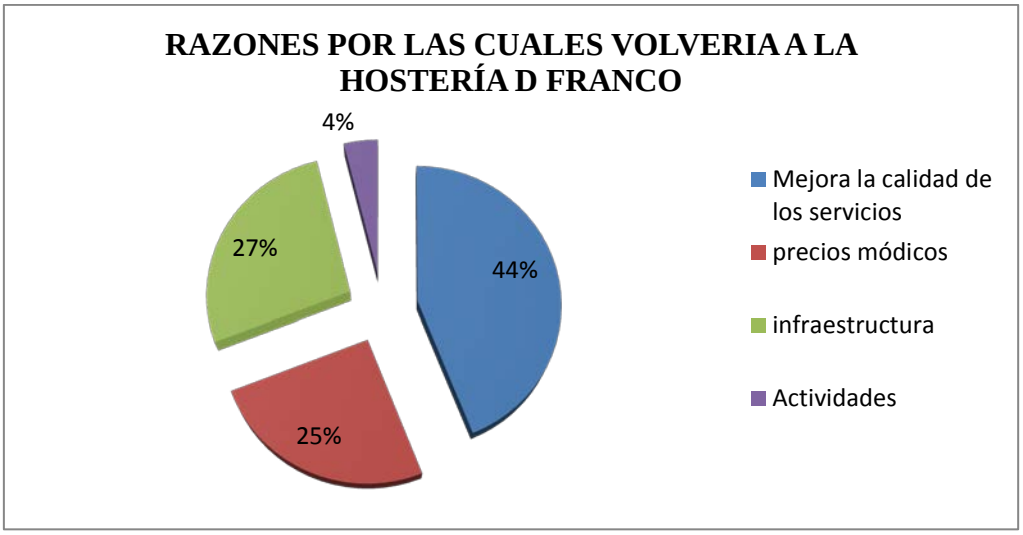
9. ¿Por qué motivos volvería a visitar la hostería D` Franco?

Tabla 9: razones por las que volvería a la hostería D franco

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejora la calidad de los servicios	168	43.9%
precios módicos	96	25.1%
infraestructura	103	26.9%
Actividades	15	3.9%
Total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 9: razones por las que volvería a la hostería D Franco



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 3.9% de los encuestados expresan que los motivos por los cuales volvería serian por actividades que ofrezca el hotel, el 25.1% de los encuestados dijo que volvería por los precios módicos que oferte la hostería, mientras que el 26.9% de los encuestado manifiesta que volvería por la infraestructura y el 43.9% volvería por la mejora de la calidad de los servicios.

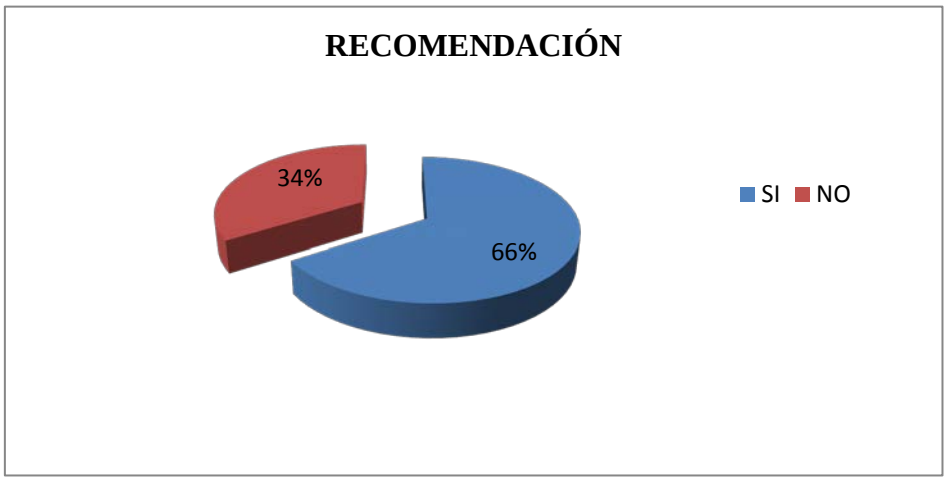
10. ¿recomendaría a familiares amigos o conocidos la hostería D Franco?

Tabla 10: recomendación

OPCIONES	FRECUENCIA	PROCENTAJE
SI	130	34.03%
NO	252	65.9%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 10: recomendación



Fuente: elaboración propia

Análisis.

Se puede apreciar como el número de encuestados expreso lo siguiente: 34.03% de los encuestados dijo que si recomendaría la hostería, mientras que el 65,9% de los visitantes no lo recomendatario por las malas experiencias que tuvieron durante su estadía.

3.5.2. Análisis de las encuestas muestras A

Las encuestan se refleja que el nivel de la calidad en los establecimientos hoteleros no es el más óptimaya que refleja un alto déficit en la atención que se brinda. Esto se debe a la falta estudios y el escaso interés de capacitarse para ofrecer un mejor servicio.

Los clientes que han visitado la hostería D Franco han expresado su alto índice de insatisfacción mediante las respuestas reflejadas en la encuesta que se ejecutó, toda la información recopilada nos sirve para saber las medidas que se deben de tomar para majar el servició que se está ofreciendo.

Ahora que sabemos lo que piensan los huéspedes que han hecho uso de las instalaciones de la hostería sabemos que es lo que ellos quieren para cumplir con sus exigencias y mejor las falencias que tiene la hostería D Franco.

3.5.3. Tabulación de las encuestas muestras B.

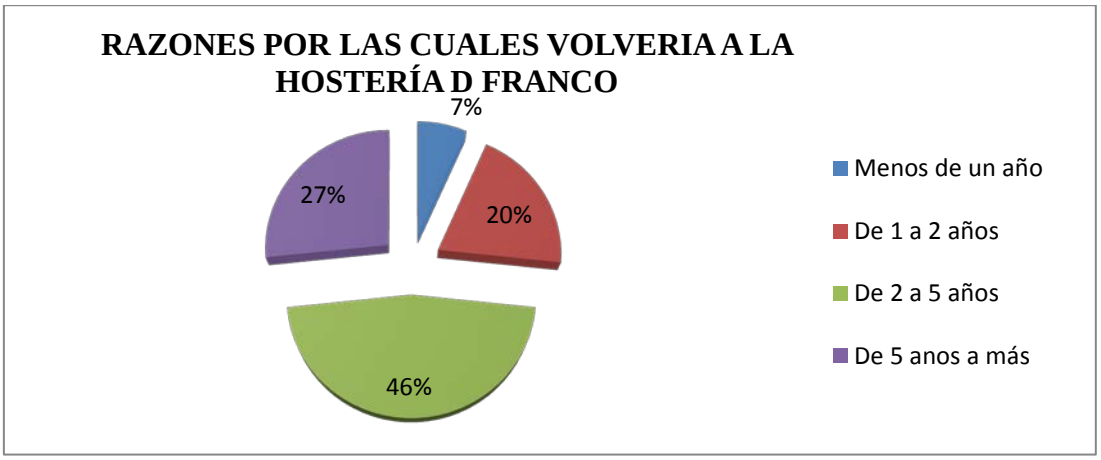
1¿Qué tiempo tiene laborando en la hostería D Franco?

Tabla 11: tiempo laborando

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de un año	1	6.7%
De 1 a 2 años	3	20%
De 2 a 5 años	7	46.7%
De 5 años a más	4	26.7%
total	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 11: tiempo laborando



Fuente: elaboración propia

Análisis.

Los encuestados expresan el 6.7% afirma que tiene solo un año laborando en ese establecimiento, el 20% tiene de uno a dos años laborando en la hostería D Franco, mientras el 46.7% de la encuestados dice que tiene de dos a cinco años prestando sus servicios a la hostería, tan solo el 26.7% tiene más de cinco años.

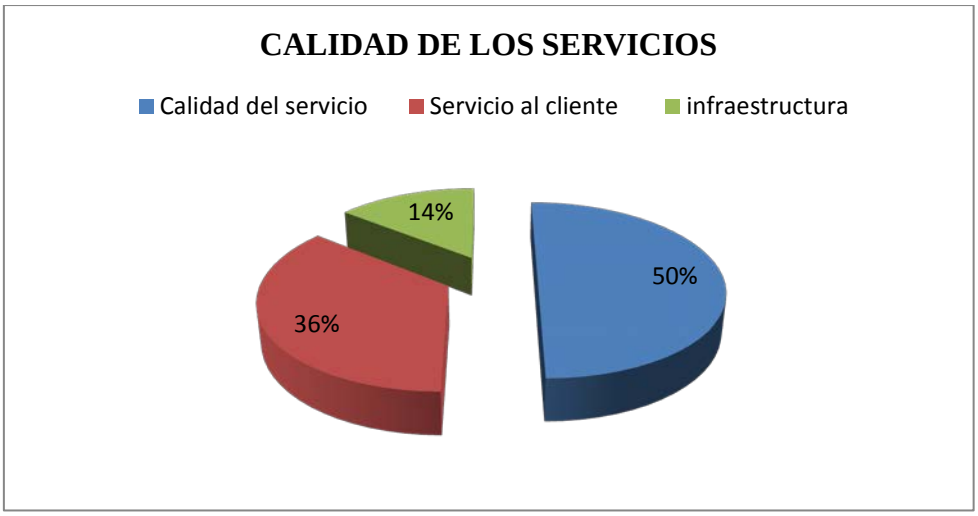
2. ¿Por qué cree usted que el número de huéspedes ha disminuido?

Tabla 12: calidad de los servicios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad del servicio	7	46.7%
Servicio al cliente	5	33.3%
Infraestructura	2	20%
total	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 12: calidad de los servicios



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 20% afirma que la infraestructura es la principal causa de que el numeró de huéspedes haya disminuido, 33.3% afirma que es por el servicio que ellos le brindan al cliente, por otra parte el 46.7%% dice que es por la calidad del servicio.

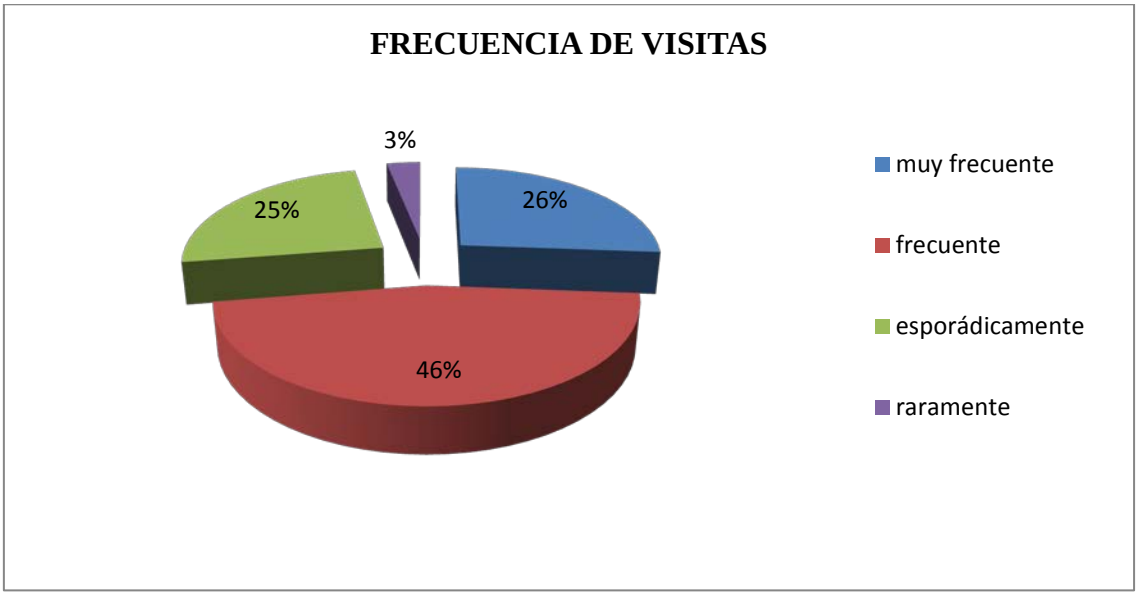
3. ¿cree usted qué que el nivel académico influye en la calidad de servicio que brinda?

Tabla 13: frecuencia de visitas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	8	53.3%
no	7	46.7%
total	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 13: frecuencia de visitas



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 53.3% manifiesta que si es necesario el nivel académico para dar una óptima atención a los visitantes, mientras que el 46,7 opina que no es tan necesario el nivel académico

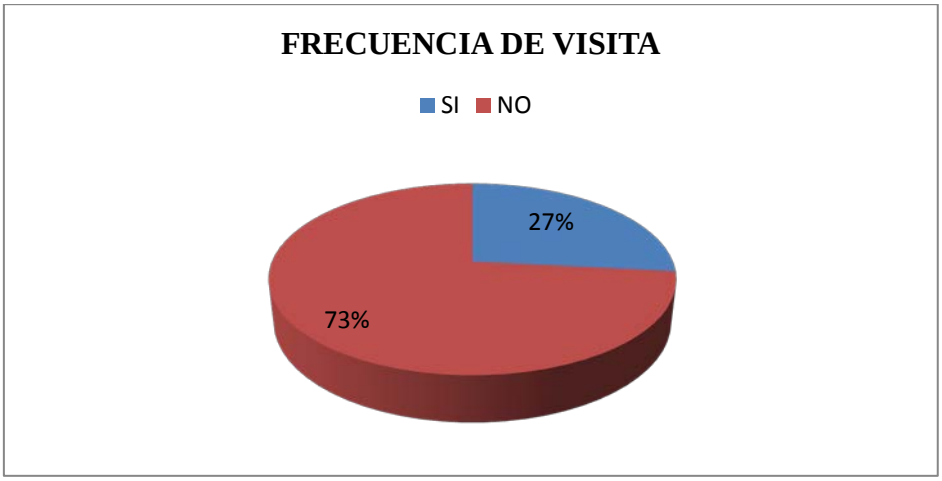
4. ¿la calidad de los servicios que brindan a los huéspedes es decadente?

Tabla 14: visita al establecimiento

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	4	26,7%
no	11	73.3%
total	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 14: visita al establecimiento



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 26.7% afirma que el servicio que ellos brindan a los pocos huéspedes qué suelen tener no s decadente, puesto a que si no llega es porque han decidido visitar otras regiones del país, 21.5el 73.3% de los empleados expresa que la calidad del servicio que ofrecen si es bajo pero no decadente, manifiesta que es por el poco interés por parte de los dueños en capacitarlos más.

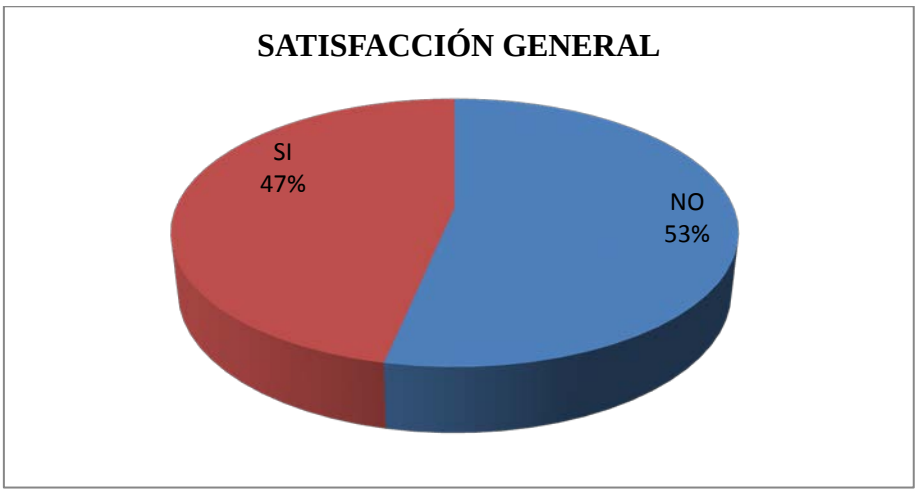
5. ¿Considera que los huéspedes están conformes con el servicio que ustedes ofrecen?

Tabla 15: satisfacción general

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	7	47,7%
no	8	53.3%
total	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 15: satisfacción general



Fuente: elaboración propia

Análisis.

En este grafico EL 53% de los empleados considera que lo huéspedes si están conforme con el servicio que ellos ofrecen, mientras el 47,7 dice que los huéspedes si están completamente conformes al servicio que ellos recibe.

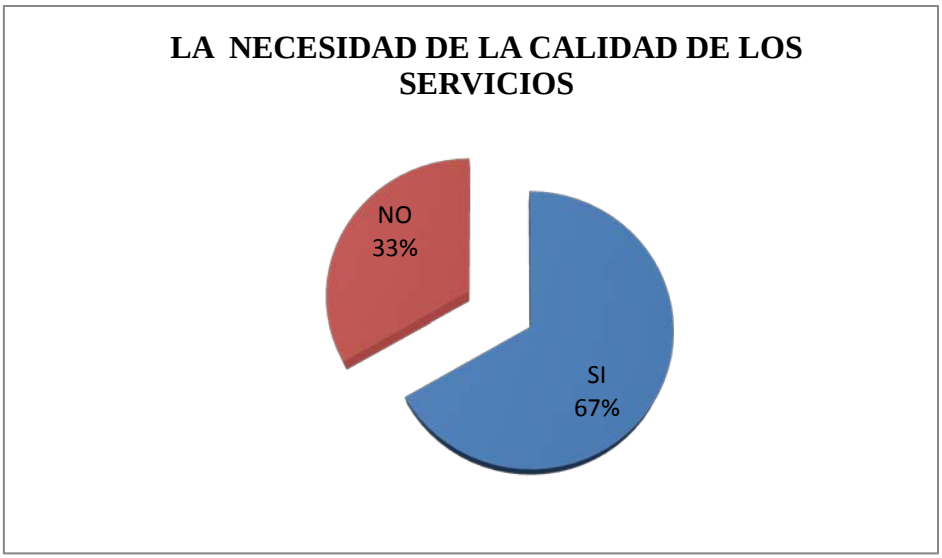
6. ¿Por qué es necesaria la calidad de los servicios para aumentar la demanda de huéspedes?

Tabla 16: la necesidad de la calidad de los servicios

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	66.7%
NO	5	33.3%
TOTAL	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 16: la necesidad de la calidad de los servicios



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 66.7% afirma que es muy necesaria la calidad de los servicios para poder aumentar la demanda de huéspedes, el 33,3 expresa que no es tan necesaria la calidad de los servicios para aumentar la fluidez de huéspedes.

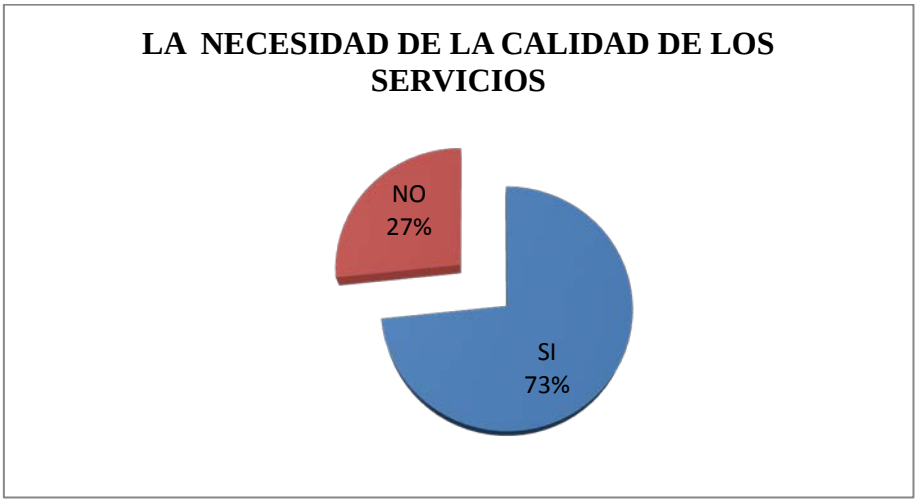
7. ¿piensa que usted si está completamente capacitado para brindar un servicio de calidad?

Tabla 17: considera que los trabajadores están capacitados

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	11	73.3%
no	4	26.7%
total	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 17: considera que los trabajadores están capacitados



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 73.3% Considera que si están capacitaos para dar un buen servicio a los huéspedes, el 26.7% considera que aún no está completamente capacitado para dar lo que los turistas esperan.

8. ¿Cómo es la atención que usted brinda a los huéspedes?

Tabla 18: califique la atención

OPCIONES	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Bueno	3	20%
Regular	5	33.3%
malo	7	46.7%
total	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 18: calidad de la atención

Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 20% de Los trabadores considera que el servicio que brinda la hostería D Franco es en por otro lado el 33.3% opina que la atención es directamente regular, el 46.7% considera que la atención es mala.

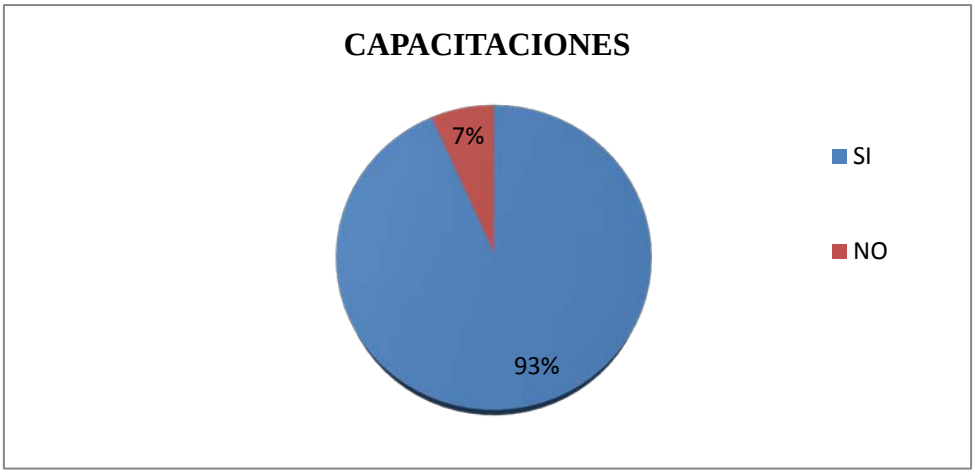
9. ¿si se mejorar la calidad del servicio influirá positivamente al arribo de huéspedes?

Tabla 19: capacitaciones

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	14	93.4%
no	1	6.7%
total	15	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 19: capacitaciones



Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 93.4% Considera que si se mejora la calidad del servicio se incrementará la fluidez de huéspedes, el 6.7% considera que no es necesario mejorar la calidad es solo un pequeño número que piensa que si no se mejora la calidad del servicio igual no afectará en nada con respectó a la fluidez de huéspedes

10. ¿recibiría cursos de capacitación para mejorar la atención hacia los turistas?

Tabla 20: recomendación

OPCIONES	FRECUENCIA	PROCENTAJE
si	15	100%
no	0	%
total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfica 20: recomendación

Fuente: elaboración propia

Análisis.

El 100 % de los trabajadores acepta recibir capacitación, porque quieren mejorar la atención al cliente, ellos saben que esto hará que el número de huéspedes incrementara y por ende esto hará que sus ingresos económicos incrementen.

3.5.4. Análisis de las encuestas B:

Este formato fue dirigido a los trabajadores con el objetivo de saber por qué ellos tienen tantas fallas en el área de servicio al cliente, la mayoría de los empleados acepto que su nivel académico es insuficiente para el cargo que están desempeñando y que su destreza en el área de trabajo no está siendo desarrollada correctamente, debido a que su nivel de calidad es insuficiente.

Estas encuestas se realizaron con el objetivo de determinar cuál es el grado de conocimiento que tienen los empleados sobre el tema de calidad de servicio.

Los trabajadores se mostraron muy interesados con el trabajo que se realizó debido a que quieren mejorara sus conocimientos, ellos parecían muy entusiasmados con la idea de recibir capacitaciones.

CAPÍTULO IV

4. Propuesta de un plan para mejorar la calidad de los serviciosde la Hostería D´ Franco.

4.1. Introducción

Para el efecto este proyecto se realizará en la hostería D` Franco ubicada en el cantón General Antonio Elizalde, cuya debilidad es un deficiente servicio al cliente, aquí se detalla las variaciones necesarias que se emplearan para los cambios que se planean realizar con el plan de acción.

El plan de mejora constituye las pautas a seguir con la finalidad de mejorar los resultados en alguna determinada área, en este caso referente a la calidad en los servicios que la hostería D` Franco. Antes de poder plantear mejoras, se debe conocer la situación actual de la hostería. Por lo que se tomará como referencia y punto de partida el resultado del estudio de la encuesta realizada en el capítulo anterior.

Este plan de mejora se ha diseñado con el fin de mejorar la calidad del servicio que se está brindando a los turistas en el área de atención al cliente para que el servicio sea de primera y los trabajadores del establecimiento hotelero muestren un mayor desempeño en su are de trabajo, combatiendo sus falencias con conocimientos y convirtiendo esos vacíos en fortalezas

4.2 Consideraciones que se deben tener en cuenta al momento de la implementación de un plan de mejoras:

- Los dueños de la hostería deben estar conscientes de que cualquier implementación que se quiera hacer representará algún tipo de cambio ya sea su cultura organizacional, procesos, ya que la finalidad es ir definiendo y adoptando nuevos procesos para garantizar la calidad.

- La implementación del plan de mejoras permitirá que se definan las tareas del personal.

- Una vez que se decida implementar el plan de mejoras, será para realizarlo de forma permanente.

- Todo el personal desde la gerencia hasta el nivel operativo deberá conocer del plan de mejoras, para el logro de los objetivos planteados.

- Se debe reforzará el trabajo en equipo ya que todas las actividades que se desarrollan dentro de la hostería van encaminadas hacia un mismo objetivo, así como la cultura organizacional.

- La estructura organizacional juega un papel fundamental ya que permitirá que la información se transmita rápidamente y solucionar problemas.

- Existirá objetividad en la toma de decisiones en lo que concierne al servicio.

- Debido a que en un hotel, el personal es muy importante como facilitador del servicio, es necesario que ellos cuenten con la preparación académica necesaria para poder atender satisfactoriamente las exigencias del cliente.

- Se debe implementar un manual de funciones y protocolos para llevar un orden de las tareas y mantener un registro de cada una de ella.

- Para llevar a cabo el plan de mejoramiento de calidad se debe crear un departamento de calidad, que integre a todo el personal de la hostería.

4.3 Ventajas de implementar un plan de mejoras en la calidad de los servicios:

- Se conocerá de forma más detallada las necesidades del huésped y lasnormas establecidas serán con la finalidad de satisfacer las mismas.
- Se podrá identificar cualquier falencia, para ser corregidas con el propósito de mejorar continuamente.

4.4 Alcance

El plan de mejoras de calidad del servicio en la hostería D Franco, abarca todas las actividades de la hostería relacionadas con el huésped.

4.5 Objetivo general.

- Mejorarla percepción del huésped referente al servicio brindado, dando como resultadola satisfacción del mismo.

4.5.1 Objetivos específicos.

- Identificar los principales factores diagnosticados en el capítulo anterior.

- Establecer el formato adecuado que demuestre el seguimiento de las acciones.
- Proponer acciones enfocadas a la mejora de los servicios.

4.6 Justificación.

Esta implementación es importante ya que cambiara la calidad de los servicios, busca que el encargado de atender al cliente sea más activo y que mejore los resultados, que mejor que viéndolo reflejado con un mayor número de visitantes al establecimiento, además que los huéspedes estén satisfechos con el servicio que están recibiendo, el objetivo que se persigue es tener una mayor ventaja en el ámbito competitivo dentro de la industria hotelera, y cumplir con la normas de calidad.

4.7 Diseño del plan de mejoras

Está compuesto por un conjunto de acciones con secuencias lógicas que dependen una de las otras para conseguir un objetivo. Estas acciones podrían estar dadas por procedimientos y normas, que aseguren el cumplimiento de este plan de mejoras para aumentar la calidad en los servicios que ofrece la hostería ya antes mencionada, las mismas que deben ser de fácil comprensión y ejecución.

Se deberá asignar un comité de calidad que involucre a la dirección en conjunto con alguien del personal quienes serán los encargados de monitorear las acciones emprendidas para mejorar la calidad en los servicios que se ofrecen.

4.7.1 Comité de Calidad

Para poner en marcha el comité de calidadse debe seleccionará a un jefe así como también a alguien del personal para que integren el comité, estos pueden ser el administrador junto con una recepcionista ocamarera.

Se deberá elegir y delegar las funciones, dar responsabilidades al equipo de trabajo en base a las actividades que se desarrollaran en cada subproceso. Priorizando las que tengan una mayor incidencia en la satisfacción de las exigencias de los clientes. Para esto se subdividirá las actividades en

subprocesos y se les dará un puntaje de acuerdo al impacto que éstas tengan en los clientes.

4.8 funciones del comité de calidad

- Definir procesos y subprocesos, estableciendo el impacto que repercutirá enlos clientes.
- Determinar estándares y políticas de calidad.
- capacitaciones a los trabajadores.
- Definir un sistema de evaluación para controlar el proceso a la excelencia a los trabajos.

Para saber identificar cada uno de los procesos y subprocesos que se tomaran como referencia de estudio, se los pondrá en una lista así como las actividades que comprenden cada uno de ellos, serán detallados paso a paso, unavez estos ya sean identificadas se deberán priorizar en una escala que nos permita diferenciarlos, teniendo siempre en cuenta el impacto que causa en el huésped.

4.8.1 Procesos y subprocesos.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla de procesos y subprocesos el siclo de venta del servicio es el queobtuvo un puntaje mayor que el subproceso de apoyo ya que representa el conjunto deactividades del servicio que se ofrece.Mientras que en el proceso de ciclo de venta del servicio se puede observar que se derivan varios subprocesos de los que dependerá la satisfacción del cliente.

Tabla 21Priorización de los procesos

Procesos	**Sub Proceso**	**Impacto**	**Repercusión en el cliente**	**Total de Ay B**
		A	**B**	
Siclo de venta del servicio	Servicio deCheck in	10	10	20
	Servicio de Habitaciones	10	10	

	Servicio Complementario	10	10	
	Servicio de check out	10	10	
De apoyo	Administración del Talento Humano	9	9	
	Servicio de Mantenimiento	7	7	
	Gestión de calidad	10	10	

Fuente: elaboración propia

4.8.2 Subprocesosde venta:

- Servicio de Check In
- Servicio de Habitaciones
- Servicios complementarios
- Servicio de CheckOut.

Para esta propuesta se han tomado los procesos mássiendo elservicio de check in, servicio de la habitación y de checkout, los que juegan un papelimportante en la percepción del huésped ya que intervienen directamente con ellos.

Check In (registro de ingreso):las actividades quecomponen este subproceso aquí comienza el primerpunto de contacto directo con el cliente. Aquí se realiza el proceso dereserva y entrega de habitación en el menor tiempo posible, la habitación donde el huésped vaa residir la mayor parte del tiempo deberá mantenerse bajo los parámetrosestablecidos de calidad.

Servicio de habitaciones:se deberá mantener todo el tiempo la habitación bajo los parámetros establecidos de calidad.

Servicios complementarios: Esto hace que el servicio que se está brindando sea complementado y haga que los huéspedes tomen como opción número uno la hostería teniendo en cuenta que hoy en día el uso de internet es necesario para que las personas se mantengan comunicadas con sus seres queridos constantemente.

El check out (registro de salida):este subproceso deberá agilizar la facturación de la estadía así como proporcionar servicio de taxis que garanticen la seguridad del cliente.

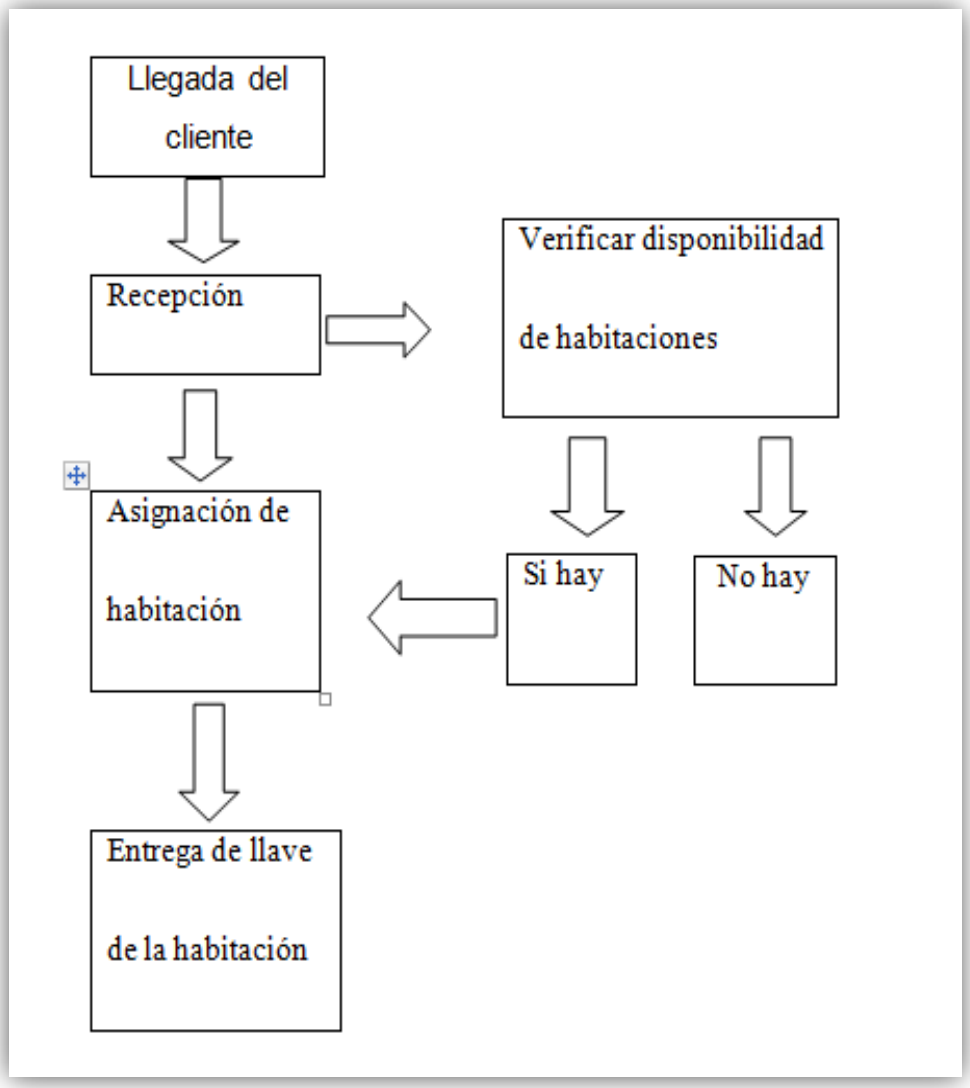
Losprimeros tres subprocesos están directamente relacionados con el personaldel hotel, lo que implica que los mismos deberán tener la predisposición ycarisma para atender al huésped.

Lo que anteriormente se mencionó en cuanto a las personas que atienden al huésped se puede ir desarrollando mediante capacitaciones para ofrecer un servicio de mejor calidad,volviéndose más productivos al desarrollar sus actividades de volviéndose más eficiente.

4.8.3 Procedimientos en el servicio de check In: cuando el cliente entra a la hostería lo correcto es direccionarlo a larecepción. Una vez allí, la recepcionista deberá preguntar si ha reservado alguna habitación. Normalmente en estas hosterías la reserva sela hace al momento de la llegada. En caso de confirmardisponibilidad de la habitación se procede a tomar los datos de la persona ahospedarse, se les pregunta cuál será su forma de pago.Se verificará que la habitación esté lista para su uso mediante la lista dechequeo de limpieza que le entreguen las camareras. Una vez verificado esto, se procede a entregar al huésped las llaves de la habitación junto con el control remoto del televisor, clave del wifi si este lo solicita, se deberá explicar los servicios adicionales con que cuenta el establecimiento y disponer de alguien que le ayude con el equipaje y le guie su habitación.

En la siguiente figura se observan los subprocesos del servicio de Check In.

Ilustración 2 Subproceso del servicio de check in.



Fuente: elaboración propia

4.8.4 Procedimientos en el servicio de habitaciones:para respaldar la limpieza de todas las habitaciones, las camareras utilizarán un check list o lista de chequeo como soporte del cumplimiento de sus actividades relacionadas a la habitación.

Para (Gonzáles, 2011)dice que esta actividad se divide en tres pasos.

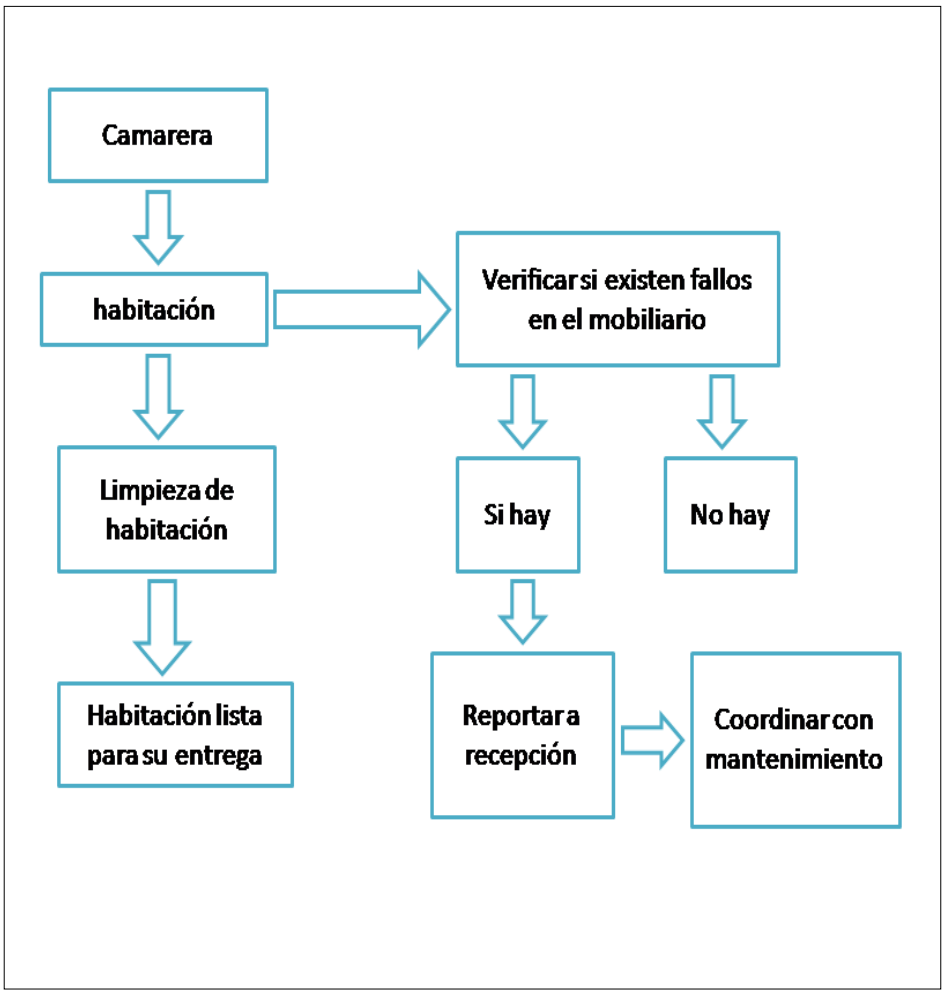
Paso 1: Al entrar a la habitación se debe comprobar el estado del mobiliario,revisar la iluminación y recoger información en caso de presentarse algunaobservación.

Paso 2: Se procede con la limpieza del mobiliario y equipos así como puertas,ventanas. En esta etapa se debe establecer el método y medios de limpieza. Enotras palabras que equipos se limpiarán primero, de qué manera y con quéherramienta.

Pasó3: Hace referencia al acondicionamiento, es decir a que la dotaciónestablecida este completa como por ejemplo: lencería, papelería y artículoscomplementarios.

En la figura se aprecia el subproceso de limpieza a seguir por lascamareras.

Ilustración 3 Subproceso de las habitaciones



Fuente: elaboración propia

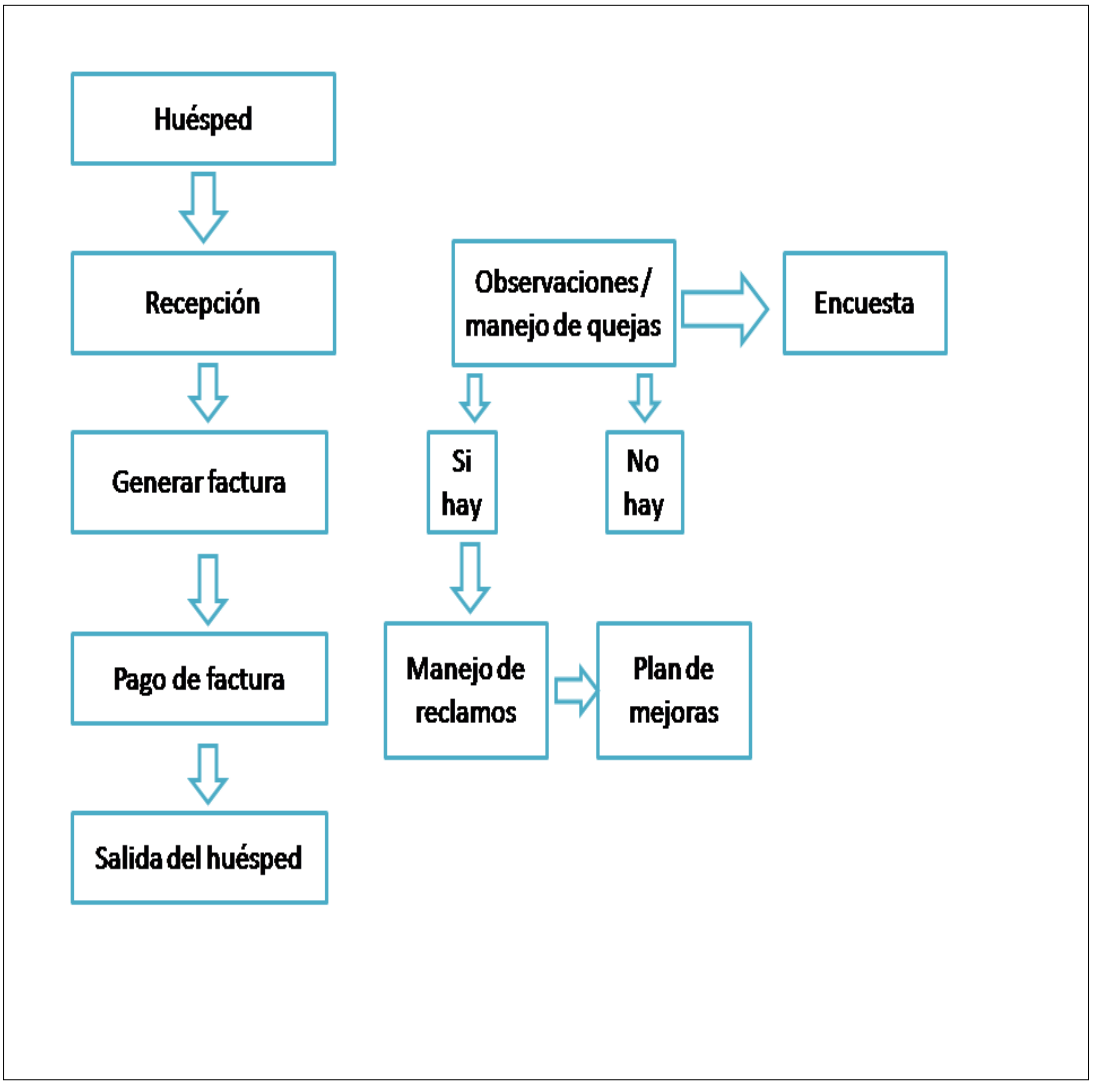
4.8.5 Procedimientos de CheckOut:

El check out se realiza cuando el huésped cumplió su estancia y desea retirarse de la hostería., el recepcionista deberá tener listo la factura,

despuésque el huésped ha cancelado su factura, se procede a asistirlo con su equipaje y se le llama un taxi.

Es importante conocer si el cliente se va satisfecho o no, por lo que se le solicitara que llene un cuestionario de satisfacción. En cualquiera de los dos casos, los comentarios deberán ser procesados con la finalidad de ver los reclamos o quejas y dar seguimiento y solución a las mismas.

Ilustración 4 Subproceso del servicio de checkout



Fuente: elaboración propia

4.9 Política de calidad.

Nuestra política de calidad debe de ir encaminando a satisfacer al cliente, esto hará que se mejore la calidad en el servicio que se está brindando.

4.9.1 Objetivos de calidad.

Se deberá plantear objetivos de calidad, para poder establecer procedimientos dentro del hotel.

- Ofrecer servicios conforme a lo que se ha escrito en puntos anteriores.
- Promover el plan de mejoras y hacer partícipes a todos los trabajadores de la hostería.
- Orientar todos los procesos a la mejora continua y permanente.
- Satisfacer las necesidades del huésped y lograr la Fidelizar.

Todos los trabajadores del hotel deberán mostrar responsabilidad ante toda actividad que realice en la que este en contacto con el cliente, se debe conocer y registrar a los responsables de cada tarea.

Tabla 22Asignación de responsabilidad

Área	**Subproceso**	**Estándar**	**Ejecución del subproceso**	**Responsable**
Recepción	Servicio de check in	5 minutos	10 minutos	Recepcionista
Recepción	Servicio de checkout	3 minutos	8 minutos	Recepcionista

Fuente: elaboración propia

4.9.2Indicadores de gestión de calidad.

En este caso el indicador que podría utilizarse en el servicio de check in se sugiere podría ser:

- Promedio de minutos transcurridos desde que el cliente tiene el primer contacto con el recepcionistas hasta que éste le provee de la habitación.

Por otro lado el indicador que podría utilizarse en el servicio de checkout podría ser:

- tiempo transcurrido desde el aviso de salida por parte del huésped hasta la cancelación de la factura por el servicio de hospedaje.

Con respecto a la formación académica del personal.

- se evaluara el porcentaje de satisfacción que tiene el personal
- registrar el porcentaje de personal que cuenta con la capacitación para trabajar en la hostería.

Referente a la satisfacción del cliente.

- no presentar quejas
- intenciones de volver a la hostería.

Parte financiera.

- el dinero que se gasta en los mobiliarios o arreglos de la hostería regresa como inversión a largo plazo.

Estos indicadores son los que permitirán llevar a cabo una mejor gestión de calidad dentro de la hostería D` Franco.

- Se deberá establecer un sistema de evaluación para medir la satisfacción de los huéspedes, con la finalidad de determinar falencias en el servicio y corregirlas inmediatamente
- Se deberá establecer un sistema para atender las quejas y reclamos de clientes.
- Se deberá realizar una revisión general periódicamente del cumplimiento del plan de calidad, esto lo deberá realizar la gerencia, administrador o algún empleado encargado.

Plan de mejora continúo.

- Primero se deberá identificar el problema. Luego, realizar un plan correctivo para poder implementarse, el mismo que será evaluado y modificado según su resultado.

En esta tabla se muestra un ejemplo de lo que sería el plan de mejoras continuo, podemos darnos cuenta como se reflejan algunos problemas que se dieron a conocer con la tabulación de las encuestas en el capítulo anterior, por esa razón el correctivo a aplicar es el siguiente.

Tabla 23 Plan de mejora continua

Problema	Plan Correctivo	Aplicación del plan	Verificación de Resultados	Modificación de procesos
Mobiliario de la habitación en mal estado.	Programar mantenimiento del mobiliario que se encuentre en mal estado.	Darle mantenimiento al mobiliario para que no se deteriore.	A través de un cuestionario de satisfacción que se les realizo a los clientes.	Programar financiamiento para comprar nuevo mobiliario en caso de que este muy deteriorado.
Limpieza general en las habitaciones	Llevar una lista de chequeo con el número de habitaciones y personas encargadas	Aplicación del chequeo a las habitaciones, y marcar las tareas ejecutadas.	Enumerar las actividades ejecutadas y proceder a medirlas con la encuesta de satisfacción	Si la puntuación no es la esperada, se deberán hacer los cambios necesarios que se ajusten a las exigencias del huésped.
Equipamiento de la habitación	Investigar cuales son los equipos necesarios para la comodidad del huésped.	Tener equipos en óptimas condiciones, y mandar a mantenimiento las que se encuentren con desperfectos.	Preguntarle al cliente con que puntuación del 1 al 5 calificaría la excelencia de la habitación.	Ver si existe la posibilidad de hacer un cambio con los equipos, y comprar unos nuevos, haciendo énfasis en los que son

				prioritarios para la satisfacción del cliente.
Escaso profesionalismo en el personal.	Brindar capacitaciones de inducción de servicio al cliente.	Alinear a todo el personal de la hostería a regirse a políticas de calidad	Revisar las encuestas de satisfacción del cliente con relación al personal que lo atendió y evaluar el puntaje.	Premiar con incentivos o reconocimientos como (el mejor empleado del mes), para mejorar el desempeño del personal.
Áreas en mal estado	Realizar cambios en las áreas que se encontraron en mal estado	Hacer un mantenimiento del área, asignar a una persona que se encargue de ella.	Conocer cuál es la percepción del cliente sobre todas las reas que tiene la hostería.	Hacer un seguimiento para que el área este en buenas condiciones.

Fuente: elaboración propia

4.9.3 Programa de capacitación para los trabajadores

Tabla 24 Estructura del plan de capacitación para los trabajadores de la hostería.

Día	Duración	Tema	Dinámica	Materiales	Refrigerio
1	2horas	Normas de calidad	La telaraña, video explicativo de la clase	Marcadores, papel periódico, laptop, proyector	Ensalada de frutas y galletas.
2	2 horas	Servicio al cliente	El tallarín, video explicativo de la clase.	Marcadores, papel periódico, laptop y un proyector.	Empanadas y jugo de naranja.
3	2 horas	Que es la calidad del servicio	Simón dice, video explicativo de la clase.	Marcadores, papel periódico, laptop y un proyector.	Tostada con jugo de naranja.
4	2 horas	Expectativas del cliente	El arca y la familia, Video explicativo de la clase.	Marcadores, papel periódico, laptop y un proyector.	Galletas y te.
5	2 horas	Niveles de calidad	Globos con preguntas, video explicativo de la clase.	Marcadores, papel 2periódico, laptop, proyector y globos	Bocadillos de jamón y queso, con jugo de naranja.

Fuente: elaboración propia

4.10. Cronogramas de capacitación a los trabajadores.

Tabla 25 Cronograma día 1

Horario	Actividad	Descripción
2pm - 2.15pm	La telaraña	Se la realiza con la finalidad de interactuar entre ellos y que exista un ambiente ameno entre ellos.
2.15pm 3:00pm	Normas de calidad	clase
3:00pm 3:30pm	Taller grupal	Realizan grupos para desarrollar lo explicado y ver como ellos lo entendieron y como son capaces de transmitir el mensaje, estarán divididos en tres grupos con cinco integrantes.
3:30pm - 3:45pm	refrigerio	Ensalada de frutas y galletas.
3:45pm – 4:00pm	Video explicativo	Proyección de un video referente al tema que se diserto este día

Fuente: elaboración propia

Tabla 26 Cronograma día 2

Horario	Actividad	Descripción
2pm - 2.15pm	El tallarín	La persona que inicia con el juego dice yo soy un tallarín y le pone dos ingredientes, de ahí le pregunta al de alado y ¿qué le pones tú?, este participante tiene que repetir los mismos ingredientes que dijo la primera persona y adicionarle su ingrediente personal, y así consecutivamente.
2.15pm-2:45pm	Servicio al cliente	clase

2:45pm-3:00pm	Taller grupal	Realizan grupos para que puedan desarrollar lo aprendido en clase, plasmándolo en el papel periódico, estarán divididos en tres grupos con cinco integrantes.
3:00pm-3:15pm	refrigerio	Empanadas y jugo de naranja.
3:45pm – 4:00pm	Video explicativo	Proyección de un video referente al tema que se diserto este día.

Fuente: elaboración propia

Tabla 27 Cronograma día 3

Horario	Actividad	Descripción
2pm - 2.15pm	El cliente pide	La persona que dirige el juego, dice se me ha perdido un anillo y el participante que se lo lleve a la que lo pido va acumulando puntos y así sucesivamente, la persona que gana se le da un premio.
2.15pm-3:00pm	Que es la calidad	clase
3:00pm-3:30pm	Taller grupal	Realizan grupos para desarrollar lo explicado y ver como ellos lo entendieron y como son capaces de transmitir el mensaje, estarán divididos en tres grupos con cinco integrantes.
3:30pm-3:45pm	refrigerio	Tostada con jugo de naranja.
3:45pm-4:00pm	Video explicativo	Proyección de un video referente al tema que se diserto este día.

Fuente: elaboración propia

Tabla 28 Cronograma día 4

Horario	Actividad	Descripción
		Se la realiza con la finalidad de interactuar

2pm - 2.15pm	El arca y las familias	entre ellos y que exista un ambiente ameno entre ellos.
2.15pm-3:00pm	Expectativas del cliente	clase
3:00pm-3:30pm	Taller grupal	Realizan grupos para desarrollar lo explicado y ver como ellos lo entendieron y como son capaces de transmitir el mensaje, estarán divididos en tres grupos con cinco integrantes
3:30pm-3:45pm	refrigerio	Galletas y te.
3:45pm-4:00pm	Video explicativo	Proyección de un video referente al tema que se diserto este día

Fuente: elaboración propia

Tabla 29 Cronograma día 5

Horario	Actividad	Descripción
2pm - 2.15pm	Globos con penitencias	Se la realiza con la finalidad de interactuar entre ellos y que exista un ambiente ameno entre ellos.
2.15pm-3:00pm	Niveles de calidad	clase
3:00pm-3:30pm	Taller grupal	Realizan grupos para desarrollar lo explicado y ver como ellos lo entendieron y como son capaces de transmitir el mensaje, estarán divididos en tres grupos con cinco integrantes
3:30pm-3:45pm	refrigerio	Bocadillos de jamón y queso, con jugo de naranja
3:45pm-4:00pm	Video explicativo	Proyección de un video referente al tema que se diserto este día

Fuente: elaboración propia

CAPITULO V

5. CONCLUCIONESY RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- La calidad de los servicios de la hostería es un poco deficiente ya que su principal debilidad es que los empleados no cuentan con una apropiada capacitación.
- La principal debilidad es la falta de interés por parte de las personas que trabajan hay, comenzando por los administradores
- En el centro del cantón existe más competencia que presenta prácticamente la misma línea en la que se maneja la hostería D` Franco
- Sabemos que hoy en día los clientes son cada vez más exigentes.

5.2 RECOMENDACIONES

- En el próximo sementare la hostería D´ Franco mejore la excelencia en su nivel de calidad, y esto conlleve a atraer nuevos huéspedes.
- Lo más recomendable es que lo antes posible se inicie con la capacitación al personal para mejorar la calidad que ellos brindan al huésped.
- la hostería D´ Franco debe estar atento a los cambios e innovaciones en normas de calidad para anticiparse a la presencia de grandes y fuertes competidores.

REFERENCIAS BIBLIOGÁFICAS

- ✓ Alfredo Ascanio. Turismo como sistema de servicios: soporte físico y estrategias.
- ✓ Casino MarinesA. (2001). Mediación de la calidad de servicio: una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico.
- ✓ Agustin V. Ruiz Vega, Rodolfo Vázquez Casielles Ana M., Díaz Martín. (1995)La Calidad Percibida Del Servicio En Establecimientos Hoteleros De Turismo Rural.
- ✓ Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017
- ✓ Humberto Cantú Delgado Desarrollo De una Cultura De Calidad
- ✓ Daniel Tigani (2006) Excelencia en Servicio.
- ✓ Lic. LoryPeresson (2007) Sistemas de Gestión De La Calidad Con Enfoque Al Cliente.
- ✓ John Tschohl “Servicio al Cliente. el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia”.
- ✓ Constitución de la República del Ecuador.
- ✓ Pere J. BrunetEsterellas, Fernando Almeida García, Miquel Coll López, Obdulia Monteserín Abella. (2005) Los Planes De Excelencia Y Dinamización Turística (PEDT), Un Instrumento de Cooperación A Favor Del Desarrollo Turístico.
- ✓ Díaz H., Nancy M.(ciudad Guayana junio de 2010) diseño de un sistema de gestión en la coordinación de estudios de instituto de investigaciones metalúrgicas y de materiales de sidor, c.a.
- ✓ Ricardo Blanco Portillo., Javier Benayas del Alamo. (julio- septiembre 1994) El Turismo Como Motor De Desarrollo Rural. Análisis de los proyectos de turismo subvencionados por leader1
- ✓ Lucio Gutiérrez Borbúa (2004). Reglamento general a la ley
- ✓ MG Mendoza, CG Hernández (2009). Historia General del Turismo de Masas escrito por Luis Fernández Fúster, Alianza Universidad Textos del 2007CAC Sampaio - Estudios y Perspectivas del Turismo, (2004). El turismo como fenómeno histórico

RM Rodríguez, JIP Fernández - Cuadernos de turismo, (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional: metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos**;** Una Teoría Dinámica del Sistema Turístico**.**

- ✓ Roberto Carro Paz & Daniel Gonzáles Gómez administración de la calidad total.
- ✓ W. Edwards Deming filosofía de la administración de la calidad.
- ✓ Kaoru Ishikawa ¿Qué es el control total de la calidad-la modalidad japonesa.
- ✓ JabaloyesJose Vivas., CarotJose., Martínez M., Coca C. & García A. Catalogo de indicadores de la calidad para el sistema de gestión de los centros que imparten enseñanza de formación profesional.
- ✓ Profesor: Arturo Ruiz &Falcó Rojas (Madrid, Marzo 2009) Herramientas de calidad.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

ENCUESTAS A

- **Objetivo:** recopilar información sobre el servicio que brinda la hostería D franco
- **instrucciones:** a los clientes se les indica que contestes las preguntas establecidas en el cuestionario de las encuestas**.**

1 ¿Cómo considera Ud. que es la calidad de los servicios en los establecimientos hoteleros del cantón Antonio general Elizalde?

VARIABLE	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
EXELENTE		
BUENO		
REGULAR		
MALO		
TOTAL		

2. ¿Con que frecuencia visita la hostería D Franco?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
muy frecuente		
frecuente		
esporádicamente		
raramente		
TOTAL		

3. ¿Qué es lo que hace que Ud. vuelva a visitar a ese establecimiento hotelero?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
La calidad del servicio		
Las instalaciones		
Los precios		
total		

4. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la hostería D Franco?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Completamente satisfecho		
satisfecho		
insatisfecho		
Completamente insatisfecho		
TOTAL		

5. ¿Es necesaria la calidad en los servicios, de los establecimientos hoteleros?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		

6. ¿Cree Ud. que los trabajadores en general están capacitados para brindar una optima atención al cliente?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PROCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		

7. califique la atención que brindan los empleados.

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PROCENTAJE**
MUY BUENO		
BUENO		
INDIFERENTE		
MALO		
MUY MALO		
TOTAL		

8.¿Considera que las constantes capacitaciones son necesarias para que se dé una atención de calidad?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		

9. ¿Por qué razones u motivos volvería a visitar la hostería D Franco?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Mejora la calidad de los servicios		
precios módicos		
infraestructura		
Actividades		
TOTAL		

10. ¿recomendaría a familiares amigos o conocidos la hostería D Franco?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PROCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

ENCUESTA B

- **Objetivo:** recopilar información sobre el servicio que brinda la hostería D franco
- **instrucciones:** los trabajadores de la hostería deberán contestar las preguntas del cuestionario**.**

1¿Qué tiempo tiene laborando en la hostería D Franco?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Menos de un año		
De 1 a 2 años		
De 2 a 5 años		
De 5 anos a más		
TOTAL		

2. ¿Por qué cree usted que el número de huéspedes ha disminuido?

Tabla 30: calidad de los servicios

VARIABLE	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Calidad del servicio		
Servicio al cliente		
Infraestructura		
TOTAL		

3. ¿considera qué que el nivel académico influye en la calidad de servicio que brinda?

VARIABLE	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		

4. ¿usted cree que la calidad de los servicios que brindan a los huéspedes es decadente?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
SI		
NO		
total		

5. ¿cree que los huéspedes están conformes con el servicio que ustedes ofrecen?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
SI		
NO		
total		

6. ¿es necesaria la calidad de los servicios para aumentar la demanda de huéspedes?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		

7. ¿considera que usted si está completamente capacitado para brindar un servicio de calidad?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		

8. califique la atención que usted brindan los huéspedes.

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PROCENTAJE**
Bueno		
Regular		
malo		
TOTAL		

9. ¿considera que al mejorar la calidad del servicio influirá positivamente al arribo de huéspedes?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		

10. ¿aceptaría recibir cursos de capacitación para mejorar la atención hacia los turistas?

OPCIONES	**FRECUENCIA**	**PROCENTAJE**
SI		
NO		
TOTAL		