



1859

UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración Turística

Análisis de la Calidad del servicio que ofrece el hostel San Luis en el Cantón Loja y Provincia de Loja

Trabajo de Titulación previo a la obtención del
título de Ingeniero en Administración Turística

AUTOR:
Klever Stalin Jungal Jungal

DIRECTORA:
Ing. Gladys Alexandra Suarez Jaramillo, Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2023

Loja, 12 de julio de 2023

Ing. Gladys Alexandra Suarez Jaramillo Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Análisis de la calidad del servicio que ofrece el hostel San Luis en el cantón Loja y provincia de Loja**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración Turística** de autoría del estudiante **Klever Stalin Jungal Jungal**, con **cedula de identidad** Nro. **1104366446**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Gladys Alexandra Suarez Jaramillo Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Klever Stalin Jungal Jungal** declaro ser autor del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional-Biblioteca Virtual.

Firma:

Cedula de identidad: 1104366446

Fecha: 12 de julio de 2023

Correo electrónico: klever.jungal@unl.edu.ec

Teléfono: 0984107037

Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **Klever Stalin Jungal Jungal**, declaro ser autor del Trabajo de Titulación denominado: **Análisis de la calidad del servicio que ofrece el hostel “San Luis” en el cantón Loja y provincia de Loja**, como requisito para optar por el título de **Ingeniero en Administración Turística**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los doce días del mes de julio de dos mil veinte y tres.

Firma:

Autor/a: Klever Stalin Jungal Jungal

Cédula: 1104366446

Dirección: Loja-Ecuador

Correo electrónico: klever.jungal@unl.edu.ec

Teléfono: 0984107037

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora del Trabajo de Titulación: Ingeniera Gladys Alexandra Suarez Jaramillo Mg. Sc.

Dedicatoria

El presente Trabajo de Titulación lo dedico a mis padres que siempre me han apoyado incondicionalmente y me han permitido alcanzar todas mis metas personales y académicas, ellos son los que siempre me han motivado con su afecto y aprecio a perseguir mis metas y nunca a rendirme ante la adversidad, ellos son los que me han dado su apoyo incondicional y económico para que pueda centrarme en mis estudios y nunca rendirme, a mis hermanos por motivarme a seguir adelante y brindarme siempre su respaldo y apoyo para alcanzar y cumplir mis objetivos planteados. Es muy grato y satisfactorio dedicar el esfuerzo realizado durante estos cinco años de formación académica a todos aquellos que creyeron en mí y han estado en todo momento mil gracias.

Dedico a mis dos hermanos Gladis Correa y José Correa pilares fundamentales en el transcurso de mis estudios, a mis docentes y tutores que me supieron impartir sus conocimientos con entrega e interés y aportaron así a mi formación académica y culminar con éxito el presente trabajo de investigación.

Klever Stalin Jungal Jungal

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja por haberme permitido prepararme académicamente en sus aulas y especialmente a la carrera de Administración Turística en la cual me forme como profesional, también a mis ex compañeros de aula por haberme apoyada de una u otra forma durante este proceso.

Retribuyo a la planta docente de la carrera de Turismo y de manera especial, a la Ingeniera Gladys Suarez quien fue mi directora del Trabajo de Titulación, por haberme guiado durante todo este tiempo.

Como parte final extiendo mi ferviente agradecimiento al establecimiento hostel “San Luis” a sus propietarios a la familia Castillo Cabrera administrada por la Ingeniera Doris Castillo quienes permitieron realizar el presente Trabajo de Titulación en su empresa.

Klever Stalin Jungal Jungal

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de Tablas	xvi
Índice de Figuras.....	xiii
Índice de Anexos.....	xvii
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1 Marco Conceptual	6
4.1.1 Turismo	6
4.1.2 Hospedaje	6
4.1.3 Servicio	7

4.1.4 Características de los servicios	7
4.1.5 Servicios turísticos	9
4.1.6 Prestación de servicios turísticos	11
4.1.7 Cliente	11
4.1.8 Servicio al cliente.....	12
4.1.9 Satisfacción del cliente.....	12
4.1.10. Atención al cliente	12
4.1.11 Necesidades del Cliente.....	13
4.1.12 Calidad	13
4.1.13 Calidad del Servicio	14
4.1.14 Determinantes de la calidad del servicio.....	14
4.1.15 Dimensiones de la calidad	15
4.1.16 Calidad de servicio como herramienta estratégica	16
4.1.17 Importancia de la calidad y el servicio.....	16
4.1.18 Gestión de calidad	17
4.1.19 Sistema de gestión de calidad	17
4.1.20 Normas de calidad.....	18
4.1.21 Matriz FODA.....	18
4.2 Marco referencial.....	19
4.2.1 Investigaciones sobre la calidad del servicio (Proyectos de referencia)	19

4.3 Marco Jurídico	22
4.3.1 Leyes y reglamentos	22
5. Metodología	31
5.1 Ubicación del área de estudio	31
5.2 Métodos utilizados para esta investigación.....	32
5.2.1. Método Analítico	32
5.2.2. Método Sintético	32
5.2.3. Método Participativo	32
5.2.4. Método Deductivo	32
5.2.5. Método Inductivo	33
5.2.6. Método Cuantitativo	33
5.2.7. Método Cualitativo.....	33
5.2.8. Técnicas.....	33
5.2.9. Observación Directa.....	33
5.3. Matriz de Diagnóstico	33
5.3.1. Modelo de Encuesta ServQual	34
5.3.2. Matriz FODA.....	34
5.3.3. FODA Cruzado.....	34
5.3.4. Encuestas.....	34
5.3.5. Entrevista.....	34
5.3.6. Población y Muestra	35

5.4. Metodología Por Objetivos	36
5.4.1. Primer objetivo	36
5.4.2. Segundo Objetivo	36
5.4.3. Tercer Objetivo	37
6. Resultados	38
6.1 “Descripción de la Situación Actual del Hostal San Luis del Cantón Loja.....	38
6.1.1. Datos Generales.....	38
6.1.2. Análisis externo del hostel “San Luis”	39
6.1.3. Análisis interno del hostel “San Luis”	48
6.1.4. Competencia del hostel “San Luis”	63
6.1.5. Grupo de Interés	64
6.1.6. Normativa para establecimientos turístico	65
6.2 Evaluar la Calidad del servicio que brinda el hostel San Luis del Cantón Loja.....	70
6.2.1. Tamaño de la muestra	70
6.2.3. Resultados generales	71
6.2.4 Análisis de las Entrevistas	97
6.2.5 Matriz FODA Cruzado.....	100
6.2.6 Objetivos Estratégicos	103
6.3. Desarrollar un Plan de Mejoras para mejorar la Calidad del Servicio del Hostel ‘San Luis’	104
6.3.1 Detección de Problemas.....	104

6.3.2 Principales Causas de Problema	104
6.3.3 Desarrollo de la Propuesta	107
6.3.4 Organigrama empresa hostel “San Luis”	115
6.3.5. Estrategia dos Misión	116
6.3.6. Estrategia tres Visión	116
6.3.7. Estrategia cuatro Objetivos	116
6.3.8 Estrategia cinco Valores	116
6.3.9 Estrategia seis Políticas Para huéspedes del hostel San Luis.....	117
6.3.10 Manual de funciones para cargo de hostel San Luis.	118
6.3.11 Establecer un sistema de calidad de los servicios que presta el hostel San Luis	124
6.3.12 Presupuesto del Plan de Mejoras	125
6.3.13 Socialización con la gerente general de la empresa hostel San Luis	125
7 Discusión.....	132
8 Conclusiones.....	132
9 Recomendaciones.....	134
10 Bibliografía.....	134
11 Anexos.....	135
Anexo-1: Autorización de la empresa	135
Anexo-2: Oficio de designación de la directora del trabajo detitulacion.....	136
Anexo-3: Oficio de pertinencia de la directora del trabajo de titulacion	137

Anexo-4: Ficha de levantamiento de información normativa empresas hoteleras.....	138
Anexo-5: Ficha de levantamiento de información normativa hostales de 1 estrella	141
Anexo-6: Modelo de las encuestas de perfil del cliente y ServQual.....	145
Anexo-7: Modelo de la entrevista aplicada al gerente del hostal “San Luis”	150
Anexo-8: Modelo de la entrevista al personal de Servicio.....	151
Anexo-9: Fotografías que respaldan el proceso de investigación realizado	152
Anexo-10: Certificación del Abstract.....	152

Índice de tablas

Tabla 1. Servicios del hostel “San Luis”	51
Tabla 2. Departamento y Subdepartamentos.....	52
Tabla 3. Ministerio de Trabajo	54
Tabla 4. Requisitos con el Municipio	55
Tabla 6. Amenities de limpieza que tiene el hostel San Luis	59
Tabla 7. Amenities de limpieza que no tiene el hostel	59
Tabla 8. Amenities de cuidado	60
Tabla 10. Servicios que ofrece el hostel	60
Tabla 11. Personal calificado del hostel	61
Tabla 12. Servicios que no tienen el hostel	61
Tabla 13. Proveedores.....	62
Tabla 14. Competencia Directa	63
Tabla 15. Grupo de Interés Hostal América	64
Tabla 16. Normativa de establecimientos turísticos	65
Tabla 17. Requisitos para hostales de una estrella	67
Tabla 19. Resultados de la Expectativa de los Clientes	78
Tabla 20. Resultados de la Percepción de los Clientes	80
Tabla 21. Dimensión de Elementos Tangibles Tabla	83
Tabla 22. Dimensión de empatía.....	84

Tabla 23. Dimensión de seguridad	86
Tabla 24. Dimensión de capacidad de respuesta	88
Tabla 25. Dimensión de Fiabilidad	90
Tabla 26. Puntuaciones utilizadas por el modelo ServQual.....	91
Tabla 27. Análisis Servqual por Dimensión	92
Tabla 28. Análisis ServQual.....	94
Figura 18. Análisis general de dimensiones	95
Figura 19. Resultados del Análisis General de Dimensiones-Expectativas	96
Tabla 30. Matriz FODA factores Internos y Externos	98
Tabla 31. FODA Cruzado	100
Tabla 32. Objetivos Estratégicos	103
Tabla 33. Mejoramiento	105
Tabla 34. Falencias encontradas.....	106
Tabla 35. Desarrollo de la Propuesta	107
Tabla 36. Problemas	109
Tabla 37. Plan de descuentos para fidelización	110
Tabla 38. Presupuesto Referencial por Año	111
Tabla 39. Presupuesto de Medios Publicitarios	111
Tabla 40. Problemas	112
Tabla 41. Presupuesto referencial por año	113

Tabla 42. Presupuesto de medios publicitarios	113
Tabla 43. Problemas	114
Tabla 44. Manual para Gerencia.....	118
Tabla 45. Manual de funciones para Recepcionista	119
Tabla 46. Manual para Camareras/o	121
Tabla 47. Manual para lavandera	123
Tabla 48. Presupuesto total	125

Índice de figuras

Figura 1 Localización del hostel San Luis	50
Figura 2. Infraestructura del hostel San Luis	50
Figura 3. Nacionalidad de los encuestados	71
Figura 4. Edad de los encuestados	72
Figura 5. Genero de los encuestados	73
Figura 6. Ocupación de los encuestados	73
Figura 7. Lugar de Residencia	74
Figura 8. Calificación de los servicios del hostel	75
Figura 9. Calificación al personal de servicio del hostel San Luis	75
Figura 10. Calificación al trato del cliente por la empresa	76
Figura 11. Frecuencia de visitas al hostel por parte de los clientes.....	76
Figura 12. Medios por los que se informó el huésped.....	77
Figura 13. Resultado de la Dimensión de Elementos Tangibles	84
Figura 14. Escala de resultado de la dimensión de empatía	85
Figura 15. Escala de resultado de la dimensión de seguridad	87
Figura 16. resultado de la dimensión de capacidad de respuesta	89
Tabla 17. Escala de resultado de la dimensión de fiabilidad	91
Figura 20. Organigrama de la Empresa hostel San Luis	115

Índice de anexos

Anexo-1: Autorización de la empresa.....	135
Anexo-2: Oficio de designación de la directora del Trabajo Ttitulación.....	136
Anexo-3:Oficio de pertinencia de la directora del Trabajo de Titulacion	137
Anexo-4: Ficha de levantamiento de información normatitva empresas hotelera.....	138
Anexo-5: Ficha de levantamiento de informacion normativas hostales de 1estrella	141
Anexo-6: Modelo de la encuesta de perfil y ServQqual	146
Anexo-7: Modelo de la entrevista aplicada ala Gerente del hostel.....	150
Anexo-8: Modelo de la entrevista al personal de servicio del hostel “San Luis”	151
Anexo-9: Fotografías que respaldan el Proceso de Investigación realizado.....	153
Anexo-10:Certificado del Abstract.....	153

1. Título

Análisis de la calidad del servicio que ofrece el hostel San Luis del cantón Loja y provincia de Loja.

2. Resumen

El presente Trabajo de Titulación tiene como objetivo general el análisis de la calidad de los servicios que ofrece el hostel "San Luis" de la ciudad de Loja, para el cumplimiento del mismo se plantea tres objetivos específicos, el primer objetivo: "describir la situación actual del Hostel "San Luis" de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja", el segundo objetivo: "evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hostel "San Luis" de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja" y el tercero objetivo: "desarrollar un plan de mejora en la calidad de servicio para el hostel "San Luis" de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja". Se tomó como objeto de estudio la empresa hostel "San Luis" por ser un establecimiento en el ámbito de hospedería en la ciudad de Loja, la metodología utilizada fue de carácter descriptiva la cual permitió conocer el fenómeno para lo cual se empleó los materiales como insumos de oficina, equipos tecnológicos, recursos empresariales además se utilizaron métodos como descriptivo, analítico y el modelo ServQual para la recolección de información se aplicaron técnicas como matriz de levantamiento de información entrevista, encuestas y la matriz FODA, permitiendo así obtener resultados óptimos. Como parte final de la investigación se alcanzaron resultados en las conclusiones y recomendaciones que permitieron sintetizar el presente trabajo investigativo, la conclusión más significativa es que las expectativas superan a las percepciones del cliente en su totalidad, con una calificación de 4,20 puntos sobre 5, mientras la percepción de fue de 2,11 sobre 5 puntos, la recomendación más importante es que las propuestas sean tomadas en cuenta por la gerente del hostel ya que está orientada directamente a perfeccionar la prestación de servicios.

Palabras claves: sistema integrado de gestión, contexto de la empresa, comunicación interna, infraestructura, ambiente laboral, estrategias, hotelería.

2.1. Abstract

The present research work has as general objective the analysis of the quality of the services offered by the hostel "San Luis" in the city of Loja, for the fulfillment of the same three specific objectives are raised, the first objective: "describe the current situation of the Hostel "San Luis" of the City, Canton and Province of Loja", the second objective: "to evaluate the quality of the service offered by the "San Luis" Inn in the City, Canton and Province of Loja" and the third objective: "to develop a plan to improve the quality of service for the "San Luis" Inn in the City, Canton and Province of Loja". The company "San Luis" hostel was taken as the object of study for being an establishment in the field of hospitality in the city of Loja, the methodology used was descriptive which allowed to know the phenomenon for which the materials were used as office supplies, technological equipment, business resources and methods such as descriptive, analytical and ServQual model for information gathering techniques were applied as information gathering matrix interview, surveys and SWOT matrix, thus allowing to obtain optimal results. As a final part of the investigation, results were reached in the conclusions and recommendations that allowed to synthesize the present investigative work, the most significant conclusion is that the expectations exceed the perceptions of the client in its entirety, with a rating of 4.20 points out of 5. , while the perception of was 2.11 out of 5 points, the most important recommendation is that the proposals be taken into account by the Manager of the hostel since it is directly oriented to improve the provision of services, as keywords we can mention the following.

Keywords: integrated management system, company context, internal communication, infrastructure, work environment, strategies, hospitality

3. Introducción

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (2016), se menciona porque el turismo es multisectorial y es una industria que cada día es más competitiva, crear una experiencia de viaje completa y satisfactoria con estándares de calidad sirven como guía para que las empresas mejoren las operaciones y el servicio, la calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que satisface todas las necesidades de ofrecer productos y servicios turísticos sobre la base de la Equidad y los precios mutuamente aceptables, el objetivo es promover el crecimiento sostenible en proyectos relacionados con el turismo(O.M.T, 2016, p. 15)

La satisfacción del cliente es un indicador crucial que se utiliza para medir el nivel de calidad en el servicio, como resultado las empresas que brindan servicios hoteleros dependen de cómo cada cliente individual percibe los servicios recibidos, la satisfacción determina la estabilidad de la industria hotelera, donde es importante superar las expectativas de los clientes para ganar su lealtad, el hostel “San Luis” es una empresa que brinda servicios de hospedaje llevando la satisfacción a sus clientes tomando en cuenta que la industria hotelera en la ciudad de Loja actualmente es muy competitiva, durante todo el año, especialmente en los meses de septiembre y noviembre, se produce un importante aumento del número de visitantes debido a la romería de la Virgen del Cisne y las artes vivas que celebran en la ciudad de Loja.

La presente investigación tiene como propósito contribuir y evaluar la calidad de los servicios que brindan el hostel “San Luis” debido a que en la industria del turismo y la hotelería se entiende que la búsqueda de la calidad se ha convertido en el eje de los servicios que brindan las importantes empresas turísticas, porque al medir la satisfacción del cliente, una empresa puede comprender los deseos y percepciones de los compradores y así determinar si sus necesidades se satisfacen de acuerdo con las expectativas del cliente o huésped, la presente investigación se la puede relacionar con otras investigaciones por la similitud de su estudio así podemos mencionar, el proyecto de investigación denominado Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción del cliente del Hotel la hacienda en la provincia de Angaraes Perú 2015, también podemos mencionar, el proyecto de investigación denominado evaluación de la Calidad de Servicios y la Satisfacción del cliente de Servicios de alimentos y bebidas del Jardín

Hotel restaurante Puyo Ecuador 2020, y por último se ha tomado como referencia el presente proyecto, Plan de Mejora de Calidad para el Área de Servicio de Recepción en “Zamorano Real Hotel” Ubicado en la Ciudad de Loja del año 2017.

Para la realización de la presente investigación se fundamentó en cuatro objetivos, uno general y tres específicos, como se los describe a continuación, así tenemos como objetivo general “Analizar la Calidad del Servicio del hostel “San Luis” en la ciudad de Loja y provincia de Loja” y como objetivos específicos tenemos, Uno “Describir la Situación Actual del hostel “San Luis” del cantón Loja”, Dos “Evaluar la Calidad del Servicio que Brinda el hostel “San Luis” del Cantón Loja”, Tres “Desarrollar Un Plan de Mejoras para Mejorar la Calidad del Servicio del hostel San Luis del Cantón Loja”

Dentro de los alcances de la investigación propuesta mencionamos su propósito de trascendencia para el cual se empleó metodologías como, diagnóstico de la empresa, entrevista, a la gerencia general, encuesta a trabajadores, aplicación de la matriz FODA, herramienta PESTEL, método ServQual y un plan de mejoras, la utilización de esta metodología permitió evaluar la calidad del servicio brindado por Hostal San Luis con el fin de aumentar la satisfacción de sus clientes y resaltar la importancia de brindar servicios de alta calidad, el propósito del estudio es la calidad del servicio que ofrece el establecimiento, como limitaciones dentro del desarrollo de la investigación podemos indicar, la poca colaboración de algunos de los clientes encuestados, sin embargo se pudo encuestar a todo el número de personas que eran necesarias de acuerdo a la investigación delineada.

4. Marco teórico

4.1. Marco Conceptual

4.1.1 Turismo

El turismo es un conjunto de relaciones y fenómenos que surgen como consecuencia del movimiento y estancia temporal de personas fuera del lugar de residencia, salvo con fines lucrativos. Además, se señala lo siguiente:

a) El turismo no es solo el viaje de ida y vuelta, sino todo el conjunto de relaciones que se generan (económicas, humanas, ecológicas, jurídicas y de muchos otros tipos). Por eso decimos que el turismo es una ciencia o conocimiento interdisciplinar, porque ha de ser estudiado desde diferentes puntos de vista.

b) Ha de existir desplazamiento (de ahí la importancia del transporte), por lo que no es posible hacer turismo en el lugar en donde uno vive o trabaja.

c) La estancia es siempre temporal, porque cualquier visitante siempre tiene la intención de regresar. El turismo es un viaje de ida y vuelta.

d) El viaje, como acabamos de decir se realiza siempre fuera de su lugar de residencia, aunque aquí se plantean otros muchos problemas: ¿las segundas residencias cuentan?; cuando hablamos de “lugar” nos referimos a nuestra ciudad, a nuestra provincia a nuestra región?

e) Se excluyen las actividades lucrativas, con lo cual parece que estos autores desestiman el turismo de negocios (Universidad de Murcia, 2016, p. 04)

4.1.2 Hospedaje

De acuerdo al Mintur se entiende la definición de hospedaje como un destinado a prestar el servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en sus habitaciones o departamentos, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento de hospedaje. El establecimiento puede incluye oficinas administrativas del establecimiento de hospedaje (MINTUR, 2018, p. 02)

4.1.3 Servicio

Un servicio es una actividad o una serie de actividades llevadas a cabo por un proveedor con el propósito de satisfacer una determinada necesidad del cliente, sus características básicas son la intangibilidad, la heterogeneidad, la inseparabilidad y la perfectibilidad que continuación se explican (Alfonso, 2023, p. 02)

4.1.3.1 Características de los servicios.

Los servicios presentan una mayor problemática para su estudio, pues poseen características que los diferencian ampliamente de los productos: Intangibilidad, heterogeneidad, inseparabilidad y carácter perecedero.

- **Intangibilidad:** Por intangibilidad entendemos la cualidad de los servicios por la que no es fácil contarlos, medirlos, inventariarlos, y verificarlos o probarlos antes de entregarlos para asegurar su calidad.
- **Heterogeneidad:** La mayoría de los servicios, especialmente aquellos con gran contenido de trabajo humano, son heterogéneos, esto quiere decir que a menudo su desempeño varía de proveedor a proveedor, de cliente a cliente y de tiempo a tiempo. La consistencia del comportamiento de un servicio casi personal es difícil de asegurar porque lo que la empresa intenta entregar puede ser enteramente diferente a lo que el cliente recibe.
- **Inseparabilidad:** La producción y el consumo de la mayoría de los servicios es inseparable, a consecuencia de lo anterior la calidad de los servicios no se hace en el departamento de ingeniería de una planta de manufactura (donde se podría controlar desde su concepción hasta su entrega), sino se entrega intacta al cliente. Más bien corresponde a la interacción del cliente y el personal de la empresa que hace contacto con este, aquí depende de qué tanto control tenga la empresa del servicio, de su personal y qué tanto está implicado el cliente en el servicio, ya que muchas veces este, indirectamente, afecta su calidad.
- **Carácter perecedero.** Los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior, el comprador (cliente) del servicio, percibe dos tipos de beneficios:
- **Beneficios explícitos,** que no son más que los solicitados (exigidos) claramente al proveedor,

- **Beneficios implícitos**, que son aquellos que no se mencionan durante las negociaciones, pero sí se requieren en la evaluación final. Generalmente, implícito significa que es habitual o una práctica común para la organización prestadora del servicio, sus clientes y otras partes interesadas.

La comprensión de las características del servicio, así como el conocimiento de la forma de pensar de los clientes, de sus necesidades y comportamiento, es fundamental para el éxito de cualquier negocio de este tipo. Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacción de los servicios. Los servicios se compran y se usan por los beneficios que ofrecen, por las necesidades que satisfacen y no por sí solos (Alfonso, 2023, p. 03)

- **Tipos de servicio**

En cualquier caso, algunas generalidades son incuestionables respecto a los servicios y existen otras definiciones que se describen y suponen diferentes criterios como:

- Según Hill (1997): En función de si afecta a personas o a bienes y del tipo de efecto (que pueden ser permanentes o temporales, reversibles o no, físicos o mentales).
- Kotler (1980): Basado en la presencia o no del cliente en el servicio.

Companys Pascual (1993): De acuerdo con el tipo de sistema y sus características (manufactura-extracción-fabricación-montaje-construcción; transporte aéreo-terrestre-marítimo; suministro, distribución y almacenaje; servicios específicos: tratamiento de algo o alguien, gobierno, iglesia, hospital, centros sanitarios, educación, hotel, restaurante entre otros).

Lovelock (1997): Sintetiza las clasificaciones anteriores y añade un esquema nuevo basado en sistemas que realizan acciones tangibles e intangibles sobre personas o posesiones, y en la duración de la entrega y de los beneficios (entrega de pocos minutos a varios años, y duración percibida de beneficios efímera y de años-décadas). Passer et al (1978): En función de la forma en que los consumidores ven los atributos del servicio (un atributo sobrevalorado, un solo atributo con límites mínimos, promedio balanceado de atributos).

4.1.4 Servicios turísticos

Los servicios turísticos son el conjunto de actividades y utilidades que un destino turístico ofrece para satisfacer la demanda de los turistas. Entre los servicios más esenciales, están: alojamiento, alimentación, transporte y guía.

- **Tipos de servicios turísticos**
- **Servicios de alojamiento**

Son los servicios para hospedar a los turistas de forma temporal. Consta de uno de los elementos más importantes dentro del turismo, ya que el alojamiento representa el punto de llegada, resguardo y descanso de todos los turistas, Así mismo, esta prestación conlleva consigo otros servicios complementarios, como servicios de entretenimiento y de habitación (para solicitar alimentos, bebidas o contratar otras ofertas, dependiendo del hotel).

- **Establecimientos según la calidad:**
 - Hoteles de 1 estrella.
 - Hoteles de 2 estrellas.
 - Hoteles de 3 estrellas.
 - Hoteles de 4 estrellas.
 - Hoteles de 5 estrellas.
- **Establecimientos según su ubicación:**
 - **Alojamientos urbanos:** Se encuentran en espacios urbanos (alta concentración de población y mayor cantidad de infraestructuras).
 - **Alojamientos naturales:** Se encuentran en espacios donde la naturaleza predomina en la zona (playas, montañas, bosques o pueblos)

4.1.4.1 Servicios de alimentación.

Dentro de este sector consta los servicios de alimentos y bebidas, pudiendo ser ofrecidos dentro de los establecimientos de hotel, restaurantes o en otras instalaciones dentro del sector turístico. Al igual que el alojamiento, los servicios de alimentación son parte fundamental dentro de las ofertas turísticas. De hecho, existe un tipo de turismo dedicado especialmente a explorar la gastronomía y cultura culinaria de un destino, llamado turismo gastronómico, dentro de un hotel, la alimentación posee su propio departamento de alimentos y bebidas, ya que es bien sabido que gran parte de la satisfacción de un cliente en el hospedaje está sujeto a la calidad de los servicios de alimentación (Rodríguez, 2023, p. 01)

4.1.4.2 Servicios de transporte.

Son los servicios que un turista contrata para trasladarse de un lugar a otro, incluyendo equipajes y mercancías. La mayoría de los destinos turísticos poseen servicios de transporte para satisfacer las necesidades de ubicación y disfrute de los turistas.

- **Tipos de transportes:**
- **Transporte terrestre:** Trenes, autobuses, motocicletas, bicicletas o automóviles.
- **Transporte aéreo:** Aviones (pequeños o particulares), helicópteros o transporte por cables (teleféricos, telesillas y telecabinas).
- **Transporte acuático:** Cruceros, ferris, yates, veleros, botes a motor, canoas, botes inflables o lanchas.
- **Servicios de guía turístico.** estos servicios se refieren a la orientación que reciben los turistas por parte de un guía turístico, para que aprovechen al máximo las virtudes que un determinado sitio tiene para ofrecer, es decir, es la orientación e información que los turistas reciben para saber más acerca del sitio donde se encuentran y desplazarse con seguridad en manos de un profesional, que será el encargado de acompañar y dirigir a los visitantes a las zonas más destacadas del lugar, la intención fundamental es brindar a los turistas una experiencia agradable, segura provechosa necesario para todo turista que visita un lugar turístico.

4.1.4.3 Servicios de animación turística.

Son las actividades que un animador turístico realiza sobre un individuo o grupo de personas para entretener y fomentar la participación de los turistas, haciendo que su momento vacacional sea más agradable. Además, estas acciones de animación turística están adaptadas según el perfil de cada turista para su mayor disfrute, tomando en cuenta la edad, sexo y personalidad. También, actividades varían dependiendo del lugar en el que se encuentren: piscina, cruceros, hoteles, playas, montañas, etc. Es un servicio que los turistas solicitan cada vez más por las ventajas que ofrece, ya que las garantías de pasar unas buenas vacaciones aumentan considerablemente.

4.1.4.4 Importancia de los servicios turísticos.

Los servicios turísticos son importantes para satisfacer las necesidades básicas de los turistas, que son alojamiento, alimentación, transporte y guía y para ofrecer añadidos que, si bien no esenciales, como la animación turística, son servicios con alta demanda y que, por tanto, les confieren a los destinos más atractivos y motivos para ser visitados (Rodríguez, 2023, p. 03)

4.1.4.5 Prestación de servicios turísticos.

De acuerdo al autor Cesar Ramírez Cavassa manifiesta lo siguiente, la prestación de servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”. Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones (Antonietti, 2018, p. 01)

4.1.5 Cliente

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios (Cruz, 2013, p. 04)

4.1.5.1 Servicio al cliente.

El servicio al cliente son todas las acciones y esfuerzos orientados a generar una excelente experiencia para los consumidores de manera dinámica y proactiva. No concierne solo a un área de la compañía, sino que cada proceso debe estar enfocado en la satisfacción de las necesidades del cliente (Gómez, 2022, p. 02)

4.1.5.2 Satisfacción del cliente.

Se considera la satisfacción como una evaluación general basada en la experiencia de compra o consumo total de los productos o servicios en el tiempo (Anderson et al., 1999). Por su parte la define como aquella percepción del cliente sobre la medida en que sus necesidades y deseos han sido cubiertas completamente. La satisfacción, por tanto, se concibe como la confirmación de las expectativas (...) vale decir, que el estado psicológico final del cliente, será cuando sienta la sensación de aceptación o rechazo de las expectativas, y éstas se unan con los sentimientos previos acerca de la experiencia del cliente (Quispe & Ayaviri, 2016, p. 05) Según (Quispe & Ayaviri, 2016) dentro de este estudio tuvo un enfoque global de la satisfacción, que tuvo en cuenta las expectativas de los clientes beneficiarios con respecto a los programas y proyectos en los que participaban. Estas expectativas tienen en cuenta el período de tiempo y los juicios evaluativos de uso y participación en el programa.

4.1.5.3 Atención al cliente.

Se puede definir a la atención al cliente como el conjunto de actuaciones mediante las cuales una empresa gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto o servicio y cuyo fin es lograr en él nivel de satisfacción lo más alto posible. Una empresa orientada a los clientes suele centralizar la relación con estos en un área específica y especializada de la empresa dicha área se suele denominar departamento de atención al cliente, tiene como principal objetivo analizar y observar el comportamiento del cliente y mantener una relación directa con él para poder resolver cualquier incidencia o reclamación que pueda tener el área de atención al cliente suele tener:

tender y solucionar las solicitudes sugerencia y reclamaciones de los clientes. Obtener y gestionar la información derivada de la relación con los clientes, sobre todo en lo relativo a previsiones de ventas futuras.

Resolver cualquier incidencia relacionada con el servicio posventa, como garantía, devoluciones, reparaciones o sustituciones (Ariza & Ariza, 2016, p. 13)

4.1.5.4 Necesidades del Cliente.

La organización debe preocuparse por realizar un análisis previo que le permita entender a sus clientes, conocer sus necesidades y exigencias y de esta forma evaluar si sus productos y servicios satisfacen dichas necesidades Si queremos o necesitamos diferenciarnos de la competencia, tenemos que comenzar a descubrir cuáles son las necesidades reales de un cliente (Blanco, 2023, p. 01)

Para satisfacer las necesidades de sus clientes, las organizaciones deben tener en cuenta lo siguiente:

- Determinar quiénes son sus clientes.
- Precisar cuáles son los factores de éxito que les permitan responder a las necesidades, requerimientos y expectativas de sus clientes.
- Establecer procesos efectivos que les permitan generar productos y servicios acordes con las necesidades, requerimientos y expectativas de sus clientes.
- Enfocar sus esfuerzos en mejorar sus procesos y desarrollar métodos y evaluarlos.
- Ser conscientes de que hay necesidades de orden mayor, o secundarias que el individuo tiene y que deben satisfacerse (Blanco, 2023, p. 02)

4.1.6 Calidad

El término calidad tiene múltiples significados y definiciones según la evolución que ha tenido el término en su todavía reciente historia, y en su abordaje por diferentes autores. A pesar de la importancia creciente de la gestión de la calidad, aún no se ha producido un avance significativo en una definición clara y ampliamente aceptada de la misma, el término calidad usualmente se emplea como adjetivo, sin embargo, es un sustantivo. La calidad es buena o es mala. Tradicionalmente, la calidad en un producto o servicio ha significado una aptitud para el uso deseado. Por sí sola, la calidad es la descripción de algún producto o servicio no infiriendo nada bueno a malo. La calidad no es un valor, sin embargo, muchas veces se lo confunde con la palabra satisfacción que produce el producto o servicio al ser consumido (Castellucci, 2009, p. 05)

4.1.6.1 Calidad del Servicio.

Hay que considerar las diferentes concepciones del servicio al cliente que se muestran a continuación, para algunos, servicio es reparar un producto y situar detrás de un mostrador que lleva la indicación de oficina de servicios al cliente a una señora de mediana edad, que lleva un vestido de “lavar y usar” y que responde con facilidad a todas las preguntas y quejas que le plantean los clientes, algunos directivos creen que alcanzan un buen nivel de servicio cuando los empleados dicen a los clientes, tenga un buen día, como si tuvieran una grabadora en la boca (Tschohl,, 2016, p. 08)

4.1.6.2 Determinantes de la calidad del servicio.

Para cada tipo de servicio, no se puede identificar un conjunto específico de determinantes de calidad. Sin embargo, diferentes estudios han tratado de definir un conjunto genérico de determinantes que se aplica a todos los tipos de servicio (Bonilla Jurado, 2018, p. 169)

- **Tangibles:** Incluyen el estado de facilitar bienes, es decir, la condición física de los edificios y el medio ambiente, el aspecto del personal, y el estado del equipo.
- **Personalización:** La disposición y capacidad para ajustar el servicio para satisfacer las necesidades del cliente.
- **Acceso:** La facilidad de cercanía y contacto.
- **Comunicación:** Mantener informados a los clientes sobre el servicio en un idioma que puedan entender y escuchar.
- **Cortesía:** El respeto, la consideración y amabilidad se muestra a los clientes por el personal de contacto.
- **Competencia:** Los empleados deben poseer las habilidades necesarias, el conocimiento y la información para realizar el servicio con eficacia.
- **Credibilidad:** La medida en que se cree que el servicio de confianza. El nombre del proveedor de servicios y la reputación, y los rasgos personales de los empleados de primera línea, todo ello contribuye a la credibilidad.
- **Confiabilidad:** La capacidad de proporcionar el servicio prometido a tiempo, de forma precisa y fiable.
- **Sensibilidad:** La capacidad de hacer frente eficazmente a las quejas y la rapidez del servicio, costo constituye el precio pagado por el servicio.

Entonces, cada tipo de servicio puede tener diferentes determinantes que pudieran ser considerados como críticos para la empresa. La percepción de la calidad y la posterior evaluación del servicio se dan respecto a los determinantes que se consideran más significativas para el cliente en cada momento de la verdad, es decir donde ocurre la interacción. En definitiva, la calidad del servicio se ve directamente influenciada por el servicio esperado y el servicio percibido. Por lo que, si los servicios son recibidos como eran de esperar, la calidad del servicio será satisfactoria, además, si los servicios recibidos superan las expectativas de los clientes éstos estarán encantados, y percibirán la calidad del servicio como excelente (Bonilla Jurado, 2018, p. 169)

4.1.6.3 Dimensiones de la calidad.

Se puede identificar una serie de componentes relativos a la calidad, que podrían resultar útiles como marco de referencia para el análisis y la planificación estratégica, entre estas tenemos, desempeño y características operacionales principales.

- **Características:** Aspectos que llaman la atención.
- **Confiabilidad:** Probabilidad de un mal funcionamiento o de un fallo.
- **Durabilidad:** Durante cuánto tiempo el producto seguir proporcionando un valor al cliente.
- **Aspectos del servicio:** Rapidez, cortesía, competencia y facilidad para corregir los problemas.
- **Estética:** De qué forma el producto atrae cualquiera de los cinco sentidos del cliente.
- **Calidad percibida:** Asociaciones con la reputación de la compañía o el nombre de la marca “Estos componentes están diseñados desde el punto de vista de la fabricación, aunque pueden tener alguna utilidad para la prestación del servicio. Sin embargo, la mayoría de los investigadores creen que, debido a las diferentes características de los activos intangibles, deben adoptar un enfoque diferente (Dis, 2010, p. 50)

4.1.6.4 Calidad de servicio como herramienta estratégica.

La calidad de servicio al cliente es: “parte de la oferta y en gran medida, es la base de la ventaja competitiva de la organización. De no tener una concepción clara por parte de la empresa de esta máxima, el servicio será acartonado y falto de conexión con la oferta. Se debe sentir y vivir este concepto y esto comienza en las máximas autoridades para terminar en el último de los empleados; incluso, debe impregnarse de este "valor" a los servicios tercerizados que se vinculan con el cliente (Arellano , 2017, p. 80)

4.1.6.5 Importancia de la calidad y el servicio.

La importancia de la calidad en el servicio al cliente es clara: más clientes y más ingresos. De hecho, un estudio de Bain & Company reveló que las empresas que brindan una excelente experiencia ven crecer sus ingresos de 4% a 8% por encima del mercado y los esfuerzos son recompensados: el 70% de los consumidores dice que ha gastado más dinero comprando de un negocio que brinda buen servicio. Además, el mismo porcentaje afirma que compartiría una experiencia positiva con una marca con por lo menos 6 personas conocidas, estos datos demuestran la importancia de tener estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente, sin importar el tamaño o sector de la empresa, la importancia de la calidad en el servicio al cliente consiste en más ingresos, más lealtad y más ventaja competitiva. Mira los datos que lo comprueban entre estos factores podemos mencionar: (Douglas da, 2020, p. 04)

4.1.7 Importancia de mantener el cliente

Los clientes fidelizados no solo serán fieles compradores, sino que traerán más retorno sobre la inversión para su negocio. Según un estudio de American Express, los Millennials se preocupan mucho más que cualquier otro grupo por la calidad del servicio al cliente y están dispuestos a gastar hasta un 21% más para obtener el producto o servicio que quieren, más lealtad buenas estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente evitan la pérdida de consumidores que reciban un servicio de calidad demuestra lealtad a tu marca, más ventaja competitiva, cuando un cliente experimenta un problema de servicio con una marca, esto hace que oportunidad de comprar de la competencia de que si fuera un problema con el producto o con el precio(Douglas da, 2020, p. 05)

4.1.7.1 Gestión de calidad.

Como nos indica Hugo Gonzales” que, al gestionar la calidad de la prestación de servicios, es importante considerar que un servicio es un proceso que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor, o también puede entenderse como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, Estas características provocan que los servicios sean más difíciles de evaluar y saber qué es lo que realmente quieren los clientes, de forma tal que la calidad de los mismos se define principalmente por la opinión del cliente, es decir, su grado de satisfacción una definición del concepto de Satisfacción del cliente es posible encontrarla, en la norma ISO 9000:2005 Sistemas de gestión de la calidad Fundamentos y vocabulario, que la define como la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor (Gonzalez, 2014, p. 02)

4.1.7.2 Sistema de gestión de calidad.

Un sistema es un conjunto de partes o elementos organizados y relacionados que interactúan entre sí para lograr un objetivo. Los sistemas reciben (entrada) datos, energía o materia del ambiente y proveen (salida) servicio, información, energía o materia, Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) comprende actividades mediante las que la organización identifica sus objetivos y determina los procesos y recursos requeridos para lograr los resultados deseados. El SGC gestiona los procesos que interactúan y los recursos que se requieren para proporcionar valor y lograr los resultados para las partes interesadas pertinentes. EL SGC posibilita a la alta dirección optimizar el uso de los recursos considerando las consecuencias de sus decisiones a largo y corto plazo. Un SGC proporciona los medios para identificar las acciones para abordar las consecuencias previstas y no previstas en la provisión de productos y servicios (INATEC, 2015, p. 08)

4.1.8 Normas de calidad

Dentro de las normas internacionales encontramos las normas ISO las cuales son las de mayor aceptación y reconocimiento en la actualidad. La Organización Internacional para la Estandarización, ISO por sus siglas en inglés (International Organization for Standardisation), es una federación mundial que agrupa a representantes de cada uno de los organismos nacionales de estandarización, según el modelo de la norma ISO 9000, la calidad es el “grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”, entendiéndose por requisito “necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria”, de modo que la calidad admite diversos grados (quizás, infinitos), si bien lo que no aclara esta definición, es quién debe establecer este grado. No obstante, en el enfoque de esta norma está el cliente, de quien debe conocerse su percepción respecto del grado de satisfacción con el producto o servicio suministrado, devolviéndonos nuevamente a la perspectiva externa, el término calidad se puede emplear con diferentes acepciones como:

- Calidad de diseño o sea la conformidad entre lo que necesita o desea el cliente.
- Calidad de concordancia o grado de conformidad entre lo diseñado y lo producido.
- Calidad en el uso o sea el grado en que el producto cumple con la función para lo cual fue diseñado, cuando el consumidor así lo requiere.
- Calidad en el servicio post venta o sea el grado con el cual la empresa presta atención al mantenimiento, servicio, reclamos, garantías u orientación en uso (Navas, Ortega, & Sanchez, 2017, p. 08)

4.1.9 Matriz FODA

La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades (aprovechadas y no aprovechadas) y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo (Garcia Lopez & Cono Flores, 2015, p. 07)

4.2 Marco referencial

4.2.1 Investigaciones sobre la calidad del servicio (*Proyectos de referencia*)

• Proyecto de referencia internacional

Se ha tomado el proyecto de investigación denominado Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción del cliente del hotel la hacienda en la provincia de Angaraes 2015 Perú, de la autoría de Roció Cahuaya Rivera; Pablo Ñahuincopa Arango en la ciudad, Angares Perú 2015, en esta investigación se plantea como objetivo general, Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015 dentro de los objetivos específicos plantea, Determinar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción del cliente del Hotel la Hacienda en la provincia de Angaraes 2015, Determinar la influencia de la empatía en la satisfacción del cliente del Hotel Determinar la influencia de la seguridad en la satisfacción del cliente del Hotel la Hacienda en la provincia de Angaraes 2015, dentro de la metodología aplicada esta la siguiente, el método que se utilizó en la investigación es el método científico porque permitirá verificar los hechos como son independientemente del valor emocional o comercial que se otorgue, además de los métodos que se utilizó en la investigación son el inductivo –deductivo porque el planteamiento de la hipótesis parte de la teoría para llegar al análisis de una realidad. El analítico-sintético ya que es necesario descomponer las dos variables en sus dimensiones para analizarlas individualmente, dentro de los resultados se plantea lo siguientes,

El coeficiente de correlación es de 0.804 entre ambas variables lo cual indica que la correlación es positiva alta. La percepción promedio para la calidad del servicio resulto ser de 3.6 por lo que desde el punto de vista del cliente la calidad del servicio que brinda el hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes es buena., por su parte la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes es 4 por lo que califica que el cliente se encuentra satisfecho, los elementos tangibles influyen en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. Es decir, según los datos recopilados, utilizando el estadístico de correlación de Permanente SPSS la correlación es significativa al nivel 0.01 bilateral y el coeficiente de correlación es de 0.724 entre elementos tangibles y satisfacción del cliente lo cual indica que la correlación es positiva alta. Desde el punto

- **Proyecto de referencia nacional**

Se ha tomado al proyecto de investigación denominado evaluación de la Calidad de Servicios y la Satisfacción del cliente de Servicios de alimentos y bebidas del Jardín Hotel restaurante puyo 2020, de la autoría, Adriana Marriuxi Calva Jiménez de la ciudad de Puyo 2020, dentro del objetivo general plantea, Evaluar la calidad de servicios y la satisfacción del cliente de servicios de alimentos y bebidas del Jardín Hotel Restaurante, dentro de los objetivos generales tiene los siguientes, Cuantificar la calidad de servicios, mediante el método Servqual en el establecimiento Jardín Hotel Restaurante. Diagnosticar la satisfacción del cliente de los servicios de alimentos y bebidas en el establecimiento Jardín Hotel Restaurante, Establecer el vínculo entre la calidad de servicios y la satisfacción del cliente en los servicios de alimentos y bebidas del Jardín Hotel Restaurante, Proponer estrategias para mejorar la calidad de servicios enfocada en la satisfacción del cliente, la metodología utilizada fue la siguientes, La investigación está enmarcada en el paradigma positivista, con cuantitativo, ya que el objeto de estudio posee características que lo hacen observable, medible y cuantificable, la herramienta que utilizó para la recolección de datos es la encuesta del Modelo SERVQUAL, mediante la medición numérica y el análisis estadístico.

El tipo de investigación es descriptiva, como resultados se obtuvo, El análisis cuantitativo de calidad de servicios nos dice que el índice de calidad tanto en expectativas como en la percepción, presenta resultados diferentes para cada dimensión, esto se debe a que los clientes mostraron altas expectativas y percepciones de la calidad ante el servicio esperado y que éste no ha sido satisfecho, revelando dimensiones con menor puntuaciones a confiabilidad, seguido por capacidad de respuesta, debido a la ineficiencia del personal, por el extenso tiempo de espera ante un inquietud o pedido del producto, sin embargo también se evidencia resultados positivos como lo son las dimensiones de tangibilidad, seguridad y empatía en la que los clientes sean sentido satisfechos y mostraron estar satisfechos con el servicio recibido, lo que representa una relación perfecta pero que sin embargo muestra una significación pobre es decir, una relación mínima, con esto se puede precisar que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente tienen relación con la manera de cómo se ofrece/vende el servicio esto influye directamente en la pérdida de divisas, clientes y competitividad en el mercado

- **Proyecto de referencia local**

Se ha tomado la investigación denominada, Plan de Mejora de Calidad para el Área de Servicio de Recepción en “Zamorano Real Hotel” Ubicado en la Ciudad de Loja. de la autoría de Gabriela Alejandra Espinoza Aguilar de la ciudad de Loja en el año 2017 como objetivo general plantea, Formular un plan de mejora de calidad para el área de servicio de recepción en el “Zamorano Real Hotel” ubicado en la ciudad de Loja y como objetivos específicos los siguientes, Realizar un análisis de la situación actual de la empresa, Identificar que procesos se han implementado en el área de recepción y reconocer las posibles falencias, establecer una propuesta de mejora mediante la creación de estándares y procesos de calidad para las falencias reconocidas, Definir la estrategia y el costo de la implementación del manual de mejora de calidad para el área de recepción, como metodología se aplicó la siguiente, La investigación está enmarcada en el método cuantitativo que según el libro del método de la investigación utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base a la mediación numérica y el análisis estadístico con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías, también se utilizó el método de la encuesta para recolectar información y como resultados se obtuvo los siguientes, -Con los resultados obtenidos se concluye que para la correcta evaluación de la calidad del servicio en el hotel real zamorano de la ciudad de Loja es importante tomar en cuenta lo siguiente:

La calidad hoy en día se ha convertido en un punto clave para la prestación de servicios, los clientes cada vez son más exigentes y al tener bien definida sus necesidades los proveedores deben saber cómo proveerlas (del toro soto,2021), Es así como inicia esta investigación y de acuerdo a los resultados obtenidos, se ha llegado a la conclusión de que existen algunas falencias en el área de recepción de Zamorano Real Hotel, Primeramente, el hotel debe implementar la política de calidad, objetivos y metas planteados en este proyecto y al tener bien definida las directrices del negocio se puede encaminar a toda la organización y así alcanzar el mejoramiento continuo, Para que el manual a desarrollarse que cumpla a cabalidad con los objetivos planteados, se debe elaborar indicadores que permitan tener un control permanente en la gestión de procesos, los mismos que deberían ser evaluados a corto, mediano y largo plazo para el cumplimiento óptimo de metas y propuestas trazados.

4.3 Marco Jurídico

4.3.1 Leyes y reglamentos

4.3.1.1 Ley de turismo de Ecuador.

En la ley de turismo del Ecuador se estipula que para poder ejercer la actividad turística se deben cumplir con ciertos requerimientos para las personas naturales o jurídicas que la ejerzan. Estos lineamientos están citados a continuación:

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.

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

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

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:

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- Fomentar e incentivar el turismo interno.

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

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas; Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones

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

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos,
Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

•Dar publicidad a su categoría

- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

4.3.2 Ley de sistema ecuatoriano de la calidad

En Ecuador no existe un sistema de calidad para actividades turísticas sin embargo posee un sistema de calidad para las diferentes actividades que se realizan en el país, además existe la ley del sistema de calidad en el Ecuador enunciando algunos artículos tenemos:

Art. 1.- Esta Ley tiene como objetivo establecer el marco jurídico del sistema ecuatoriano de la calidad, destinado a: i) regular los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en ésta materia) garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente, la protección del consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas) Promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana.

Art. 2.- Se establecen como principios del sistema ecuatoriano de la calidad, los siguientes:

Equidad o trato nacional. - Igualdad de condiciones para la transacción de bienes y servicios producidos en el país e importados;

Equivalencia. - La posibilidad de reconocimiento de reglamentos técnicos de otros países, de conformidad con prácticas y procedimientos internacionales, siempre y cuando sean convenientes para el país; 3. Participación. - Garantizar la participación de todos los sectores en el desarrollo y promoción de la calidad;

Excelencia. - Es obligación de las autoridades gubernamentales propiciar estándares de calidad, eficiencia técnica, eficacia, productividad y responsabilidad social; y,

Información. - Responsabilidad de las entidades que conforman el sistema ecuatoriano de la calidad en la difusión permanente de sus actividades.

4.3.3 Reglamento general de actividades turísticas

El reglamento brinda pautas a seguir en el caso de los hostales:

Art. 1.- Alojamiento. - Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios

complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías. - La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

Art. 3.- Clasificación. - Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamientos Extra hoteleros.

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

- **Hostales y Pensiones**

Art. 17.- hostel. - Es hostel todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Art. 19.- hostales y pensiones de tres estrellas. - Los hostales y pensiones de tres estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

- De recepción, permanente atendido por personal capacitado. El recepcionista, además de conocer el idioma español, tendrá conocimientos básicos de inglés. Los botones y mensajeros dependerán de la recepción;

- De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciséis habitaciones, debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones;

- Telefónico, a través de una central atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este servicio el personal de recepción;

- De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado; y, f) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 20.- hostales y pensiones de dos estrellas. - Los hostales y pensiones de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- De recepción, que deberá estar convenientemente atendido por personal que al mismo tiempo se ocupará del servicio telefónico;

- De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación directa con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciocho habitaciones como mínimo,

debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones;

- De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado;
- Teléfono público en la recepción; y, Botiquín de primeros auxilios.

Art. 21.- Hostales y pensiones de una estrella. - Los hostales y pensiones de una estrella deberán contar con los siguientes servicios:

- Personal necesario para atender debidamente los servicios de recepción, de habitaciones y de comedor;
- Teléfono público en la recepción; y,
- Botiquín de primeros auxilios.

Art. 22.- Hostales residencia. - Es hostel residencia todo establecimiento que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer los servicios de comedor y tendrá un máximo de veintinueve habitaciones y un mínimo de doce.

- **Limpieza y desinfección**
- **Medidas de desinfección de ambientes**
- Aplicación por nebulización ambiental con amonio cuaternario y desinfección de superficies que entren en contacto con la mano.
 - Las fundas anti fluidas de almohadas se desinfectan con alcohol luego de cada uso de la habitación.
 - Se deberá seguir las normas en cuanto al ingreso y limpieza de habitaciones de huéspedes contagiados o con sintomatología sospechosa de COVID-19, que aún permanezcan en el hotel. - Si es necesario acceder a habitaciones que precisen de reparaciones con clientes potencialmente infectados con COVID-19, el personal deberá llevar el equipo de protección personal recomendado en este protocolo el cual se desechará a la salida de la habitación y mantener las normas de higiene personal.

Los paños utilizados para realizar la limpieza y desinfección deben ser lavados con abundante agua y jabón para asegurar su limpieza; los mismos deben estar limpios y desinfectados cada vez que se utilicen. Se podrá utilizar también material desechable para realizar la limpieza.

- Promover el uso de toallas de papel desechable para secarse las manos. De no haberlas, se utilizará toallas de telas limpias, que se deberán cambiar cuando estén húmedas.
- Realizar limpieza y desinfección de superficies, máquinas dispensadoras, manijas de puertas, mostradores de bufets, etc., y en general, cualquier superficie que esté expuesta a los clientes y empleados.
- El personal de limpieza debe lavar sus manos antes y después de realizar las tareas de limpieza y desinfección y seguir las recomendaciones del fabricante de los insumos a utilizar. - Identificar la ubicación del sistema de ventilación, así como las conexiones entre habitaciones y pisos, para aislar la habitación donde se encuentren los casos sospechosos, del resto de las habitaciones.
- Los filtros del sistema de ventilación deberán ser desechados en bolsas de plástico y debidamente selladas.
- Asegurar la ventilación natural e implementar medidas de desinfección del aire para las áreas de recreación.
- Cerrar el área de recreación mientras no se pueda asegurar la calidad del aire.
- El valor de pH de piscinas debe mantenerse de acuerdo con la recomendación y el agua de la piscina debe filtrarse y desinfectarse de manera oportuna.

4.3.4 Gerencia y manejo organizacional

- Gestionar cualquier incidencia que ocurra en el establecimiento.
- Socializar continuamente al personal las medidas de prevención y sanitarias establecidas por la Autoridad Sanitaria Nacional, para evitar el contagio de COVID-19.
- Solicitar el retorno a casa de personas con síntomas de COVID-19 o similares (fiebre, dificultad respiratoria, tos seca).

Las inspecciones diarias por el Gerente o encargado de la administración del hotel deben llevarse a cabo en todas las áreas de preparación y servicio de alimentos para asegurar que el método de limpieza e higiene se siga y realice de manera consistente.

- Coordinar un comité de crisis con todos los departamentos involucrados, en caso de declararse la presencia de casos sospechosos o confirmados en el establecimiento.
- Monitorizar y mantener la actualización de noticias, regulaciones y recomendaciones de las autoridades.
- Gestionar las capacitaciones virtuales al personal en los protocolos adecuados de gestión de la salubridad e inocuidad.
- Proporcionar a todos los colaboradores información y formación en las precauciones de control de infecciones.
- Implementar y aprobar protocolos de desinfección en todas las áreas.
- Hacer cumplir la disposición sobre el distanciamiento, el cual consiste en espacios abiertos, deberá mantener una distancia mínima de un metro entre persona y persona, incluido las compañeras y compañeros de trabajo, (dos metros en espacios cerrados).

4.3.5 *Ministerio de Interior*

El Ministerio del Interior (2018), con Acuerdo Ministerial No. 0887, en su Capítulo 1, **Art. 1.-**establece: “El permiso de funcionamiento a locales y establecimientos donde se prestan servicios de alojamiento a huéspedes, permanentes o transeúntes, restaurantes, o em general, lugares dónde se consuman alimentos y/o bebidas alcohólicas, que no estén regulados por el Ministerio de Turismo , conforme a lo determinada el Decreto Supremo 3310-B, será otorgado por el Ministerio del Interior a través de las intendencias Generales de Policía de la jurisdicción correspondiente (Ecuador, 2022, p. 04)

4.3.6 *Ministerio de trabajo*

El Ministerio de trabajo, mediante el código de trabajo (2018), indica:

Art. 47.- De la jornada máxima. - La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario. El tiempo máximo de trabajo efectivo en el subsuelo será de seis horas diarias y solamente por

concepto de horas suplementarias, extraordinarias o de recuperación, podrá prolongarse por una hora más, con la remuneración y los recargos correspondientes (Asamblea Nacional , 2018, p. 35)

Art. 52.- Trabajo en sábados y domingos. - Las circunstancias por las que, accidental o permanentemente, se autorice el trabajo en los días sábados y domingos, no podrán ser otras que éstas:

- Necesidad de evitar un grave daño al establecimiento o explotación amenazado por la inminencia de un accidente; y, en general, por caso fortuito o fuerza mayor que demande atención impostergable. Cuando esto ocurra no es necesario que preceda autorización del inspector del trabajo, pero el empleador quedará obligado a comunicárselo dentro de las veinticuatro horas siguientes al peligro o accidente, bajo multa que será impuesta de conformidad con lo previsto en el artículo 628 de este Código, que impondrá el inspector del trabajo. En estos casos, el trabajo deberá limitarse al tiempo estrictamente necesario para atender al daño o peligro; y,
- La condición manifiesta de que la industria, explotación o labor no pueda interrumpirse por la naturaleza de las necesidades que satisfacen, por razones de carácter técnico o porque su interrupción irroge perjuicios al interés público (Asamblea Nacional, 2020, p. 37)

Art. 65.- Días de descanso obligatorio. - Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre. Lo son también para las respectivas circunscripciones territoriales y ramas de trabajo, los señalados en las correspondientes leyes especiales (Asamblea Nacional , 2020, p. 41)

5. Metodología

5.1 Ubicación del área de estudio



Figura 1 Localización del hostal “San Luis”

Fuente: Google Earth 2023

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizaron diversos materiales, tales como:

Equipos de oficina

- Computadora
- Impresora
- Fotocopiadora

Materiales de oficina

- Hoja tamaño A4
- Esfero grafico
- Carpetas
- Memoria Flash

Materiales bibliográficos

- Libros
- Sitios web
- Artículos científicos

Equipos técnicos

- Celular

5.2 Métodos utilizados para esta investigación

Para dar cumplimiento al presente proyecto de investigación y alcanzar los objetivos planteados, se emplearon los siguientes métodos y técnicas:

5.2.1 Método Analítico

Este método permitió ejecutar un diagnóstico del Hostal “San Luis” para conocer el estado actual de la empresa; luego realizar encuestas y entrevistas individuales y determinar cuáles eran las fallas actuales de las instalaciones del establecimiento.

5.2.3 Método Sintético

Aporto a dar las conclusiones pertinentes del análisis de las encuestas relacionadas con cada servicio proporcionado por el Hostal San Luis se determinaron usando este método, y las conclusiones finales del proyecto se utilizaron para establecer qué factores debilitaron el proyecto.

5.2.4 Método Participativo

Mediante este método permitió que se utilice para llegar a un diálogo con la gerente, el personal y los huéspedes del establecimiento Hostal San Luis con el objetivo de hacer públicos los resultados de la encuesta y delinear las medidas de mejora que se sugerirían de acuerdo a los indicadores que faltaban en el servicio de la empresa.

5.2.5 Método Deductivo

A través de este método corroboro la conclusión, permitiendo el análisis de la información de lo general a lo específico, comprobando su veracidad. Este método se utilizó para confirmar las conclusiones y recomendaciones relacionadas con los servicios de alojamiento en función de las demandas y necesidades de los clientes del Hostal

5.2.5 Método Inductivo

Se utilizó el método inductivo para obtener información sobre el diagnóstico situacional de la situación actual del Hostal “San Luis”, lo que permitió recopilar información relacionada con el tema a través de diversos medios bibliográficos. Y aparte de los detalles de la ubicación y los aspectos del huésped. La inducción permitió analizar datos de lo específico a lo general, es decir, a partir de una muestra representativa de clientes, y al estudiarlos se crean características generales de todos.

5.2.6 Método Cuantitativo

Con este método de análisis numérico de los datos se utilizaron tablas y gráficos de los resultados de la encuesta aplicada a los huéspedes de la empresa Hostal San Luis.

5.2.7 Método Cualitativo

Mediante la aplicación de este método permitió poder dar una explicación y representación gráficamente de cada resultado de las encuestas aplicadas, permitiendo hacerlos más fáciles de entender y explicar

5.2.8 Técnicas

Además de la metodología manejada, también se utilizaron técnicas que aportaron al desarrollo de la investigación, que se describen a continuación.

5.2.9 Observación Directa

A través de esta técnica, fue posible observar directamente los objetos a investigarse, porque mediante la información recopilada es más precisa y relacionada con la situación actual, y determinan los requisitos y estrategias que se implementaran en la investigación ejecutada.

5.2.10 Matriz de Diagnóstico.

Esta matriz se elaboró con el fin de analizar las características del establecimiento de hospedaje y su cumplimiento con el Reglamento de Alojamiento turístico, el cual se divide en tres puntos principales: información general del establecimiento, reglamento de las empresas y requisitos de infraestructura

5.3 Modelo de Encuesta ServQual

El modelo Servqual es una técnica de investigación, que permitió realizar la medición de la calidad del servicio y conocer las necesidades de los huéspedes, y cómo ellos valoran los servicios que brinda el Hostal San Luis, este modelo ayudo a analizar aspectos como las expectativas y percepciones de los clientes.

5.3.1 Matriz FODA

Mediante el uso de esta matriz permitió analizar la situación actual del establecimiento Hostal San Luis con el fin de extraer conclusiones que permitieran conocer el entorno o los elementos que se ubican alrededor de la instalación y las condiciones que les ofrecen a sus huéspedes.

5.3.1.1 FODA Cruzado. Se utilizó información F/D (Fortalezas y Debilidades) y A/E (Amenazas y Oportunidades), por lo que se obtuvo un FODA cruzado para identificar los objetivos estratégicos.

5.4 Encuestas

Mediante la técnica de la aplicación de las encuestas permitió la recopilación de información necesaria para llegar a obtener la información verídica y luego realizar el análisis de la información recolectada. Las encuestas fueron dirigidas a los clientes del Hostal San Luis, ascendiendo a un numero de 124 huéspedes, se aplicaron personalmente en las mismas instalaciones del Hostal, lo que permitió conocer las opiniones e impresiones de los clientes. Las encuestas se estructuraron por ítems en un único cuestionario según el modelo Servqual, lo que permitió determinar tanto el nivel de calidad del servicio como el grado de satisfacción de los clientes. Se utilizó la escala Likert para calificar los ítems del modelo Servqual.

5.4.1 Entrevista

Mediante la aplicación de la entrevista a la Ingeniera Doris Castillo se pudo recabar información importante de cómo lleva la gestión desde la gerencia general del hostel “San Luis”

5.4.2 Población y Muestra

Este instrumento permitió obtener el número de población a encuestar con un error del 0,5%, porcentaje establecido para la población finita, las encuestas se realizaron utilizando el modelo ServQual, el cual consta de un cuestionario de 22 preguntas dividido en 2 partes donde la primeras 22 preguntas eran de expectativas y se aplicaron a los huéspedes al momento de hospedarse o de ingreso y las otras 22 preguntas de percepción se emplearon cuando el cliente se retiraba de hostel es decir luego de haber utilizado los servicios del hostel

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

Z= nivel de confianza (1.96)

N= Población (124 clientes)

e= error estándar (0.05)

Cálculo del tamaño de la muestra.

$$\frac{710 * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (710 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$\frac{710 * 3,8416 * 0,5 * 0,5}{0,0064 * 109 + (3,8416) * (0,25)}$$

$$0,0064 * 109 + (3,8416) * (0,25)$$

$$n = \frac{681,1884}{5,498}$$

Resultado =124 encuestas a aplicar

5.5 Metodología Por Objetivos

5.5.1 Primer objetivo

- Para dar cumplimiento al objetivo uno en el cual menciona **“Describir la Situación actual del hostel “San Luis” del cantón Loja”** se realizó las siguientes actividades que permitieron cumplir con este objetivo.
- Se utilizó el método histórico, dado que no toda la información está contenida en los documentos, el enfoque histórico combina una revisión bibliográfica para describir las características del hostel y el método deductivo permitió un diálogo con la propietaria del establecimiento sobre sus características.
- Se aplicó la técnica de observación directa luego de algunas visitas in situ al Hostel y una entrevista informal con el gerente general, se recopiló información mediante la técnica de observación directa con el fin de ampliar y aplicar lo cursado en el aula.
- Se procedió a realizar el análisis externo del hostel mediante el análisis PESTEL conformado por los factores político, económico, social-cultural, tecnológico, y ecológico, para determinar las oportunidades y amenazas, y para el análisis interno se empleó las variables de micro entorno que son: empresa, clientes, proveedores, competidores y grupos de interés
- Se utilizó la ficha de evaluación de empresas en base al reglamento del MINTUR para obtener información relevante del servicio que ofrece.
- Se empleó los instrumentos de la matriz FODA, para analizar factores externos e internos del Hostel, la cual permitió comprender el estado actual del Hostel San Luis para valorar el entorno en la actualidad y su análisis se utilizó para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Hostel San Luis.

5.5.2 Segundo Objetivo

- Para dar cumplimiento al objetivo dos en el cual menciona **“Evaluar la calidad del servicio que brinda el hostel “San Luis” del Cantón Loja”** se utilizó la metodología del Modelo Servqual la cual permitió realizar la medición de la calidad del servicio, mediante las expectativas y percepción del servicio de los huéspedes del establecimiento.
- La encuesta, que se empleó en este proyecto fue el Modelo SerQual y sus variables, fue un instrumento utilizado en esta instancia. Para medir la confiabilidad y la capacidad de prestar

el servicio prometido por la empresa de manera seria, segura ofertado por el hostel, se midió la capacidad de respuesta el deseo y la disposición que muestran los propietarios para asistir al cliente y brindarle el mejor servicio en la mayor brevedad posible, entendiendo que siempre debe primar la seguridad la cortesía y los conocimientos, la competencia siempre estará en evolución.

- Se aplicó el cuestionario con 22 preguntas estándares, dividido en dos momentos; el primero las expectativas y el segundo las percepciones, con la utilización de la escala de Likert para la valoración de los ítems, para medir el nivel de expectativa y percepciones de 1 al 5: 1 Totalmente en desacuerdo, y 5 Totalmente de acuerdo. Además de tomarse en cuenta preguntas cerradas, para obtener mayor información.
- Para aplicar las encuestas a los clientes o huéspedes se requirió de cálculos estadísticos, para determinar la muestra de las personas que fueron encuestadas. Los días que se aplicó las encuestas fueron de lunes a viernes y también los fines de semana que son los días de mayor frecuencia y donde se pudo encontrar a los huéspedes con más disponibilidad de tiempo.
- Se procedió a la tabulación de la información recopilada y posteriormente al análisis de los datos luego se procedió a la obtención de información de las encuestas realizadas, para lo cual se aplicaron métodos como el analítico que facilito efectuar la evaluación de las encuestas ejecutadas a los clientes del hostel, y un enfoque integral que permitió extraer las conclusiones de las encuestas.
- Consecutivamente se utilizaron técnicas como la entrevista a utilizar para la gerente general del Hostel San Luis, así como a la parte operativa que presta el servicio y así diagnosticar los puntos que se deben optimizar para mejorar la calidad de los servicios del establecimiento.

5.5.3 Tercer Objetivo

- Para dar cumplimiento al tercer objetivo en el cual menciona “Desarrollar un plan de mejoras para mejorar la calidad del servicio del Hostel “San Luis” del cantón Loja, “se analizaron todos los inconvenientes diagnosticados en el Hostel San Luis previamente evaluados, de este modo se trazan estrategias precisas de perfeccionamiento de los servicios que brinda el establecimiento de hospedaje esto se lo hará mediante la utilización de tablas separando los objetivos estratégicos y los recomendables a la gerencia.

6. Resultados

6.1 “Descripción de la situación actual del hostel “San Luis” del Cantón Loja

6.1.1. Datos Generales

6.1.1.1. Historia de la empresa denominada hostel “San Luis”

Es una empresa de alojamiento con sede en el cantón Loja, lleva 27 años brindando alojamiento a los turistas que visitan la ciudad, vale destacar que sus clientes son principalmente turistas y comerciantes de la región siete del Ecuador son huéspedes que llegan a la ciudad por diversas razones entre estas podemos mencionar ya sea por motivos de negocios, de turismo o de comercio, u otros motivos, el Hostel “San Luis” es administrado en la actualidad por propietarios locales, el hostel abrió por primera vez sus puertas el 15 de julio de 1996 con sus primeros propietarios que fueron el Sr Alonso Samaniego y Israel Castillo hasta el 31 de diciembre del año 2012 donde se hace un cambio de administración pasando a nombre de la Ingeniera Doris Castillo quien se mantiene hasta la actualidad vale mencionar que el establecimiento ha ido progresando con el pasar del tiempo, por lo que su infraestructura ha ido cambiando e implementando una construcción más amplia es así que en el año 2001 aumento el número de habitaciones de doce a cuarenta y dos, en la actualidad existe una degradación bastante notoria que requiere una intervención para restaurar su imagen, en cuanto a su parte operativa el hostel funciona con siete empleados, divididos entre una gerente general que administra al diario el hostel, una recepcionista, tres camareros de pisos y una persona encargada de lavandería de blancos del establecimiento, así como una persona que trabaja los fines de semana, en cuanto a la selección de personal, la elección se realiza a partir de un reclutamiento donde se ve los perfiles necesarios para el establecimiento y luego poder asignar tareas a realizar dentro de la empresa.

6.1.1.2. Descripción del hostel.

El hostel “San Luis” cuenta con un área de recepción para los huéspedes y con un área para lavandería de los blancos del hostel, también cuenta, con área exclusiva para fumadores, tiene, 42 habitaciones con baño privado y agua caliente, su capacidad es para 72 personas, ofrece, el servicio de garaje o parqueadero para 20 vehículos (exclusivo solo para huéspedes que se hospeden en el hostel), ofrece el servicio de caja fuerte para huéspedes que deseen dejar sus objetos de valor, tiene el servicio de tv cable en cada habitación y Internet en todas las habitaciones, también cuenta, Ofrece habitaciones matrimoniales, triples, dobles y cuádruples para grupos familiares, su atención es las 24 horas al día de lunes a domingo su estilo es amueblado en estilo sencillo, Amplios espacios en cada piso del hostel, La ubicación del establecimiento es privilegiada ya que se encuentra en el centro de la ciudad de Loja.

6.1.1.3. Representante legal del establecimiento.

El hostel “San Luis” en la actualidad esta administrado por la Ingeniara Doris Castillo quien es graduada en la Universidad Técnica Particular de Loja en la carrera de Hotelería y Turismo su RUC de identificación es el siguiente: 1104702178001 quien ocupada el cargo de gerente general del establecimiento Hostel “San Luis”

Contactos telefónicos

- Telf.: 07-2570-370
- Celular: 0999540278
- Horario de atención: de lunes a domingo las 24 horas al día
- Medios de difusión
- <https://www.facebook.com/profile.php?id=100039928821224>
- <https://www.facebook.com/pages/Loja-HostalSanLuis/105950586721466>

6.1.2. Análisis externo del hostel “San Luis”

Para dar cumplimiento a la presente investigación es importante analizar los factores que pueden afectar el desempeño, desarrollo y operaciones del hostel "San Luis", las oportunidades o amenazas pueden ser factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ambientales y legales, pues conocer el entorno permite aprovechar sus aspectos positivos, que se reflejan como oportunidades que permiten que la empresa funcione de manera más eficiente y mejor éxito en su camino de ampliar su mercado, para poder analizar los elementos que afectan a la empresa hostel

“San Luis” se aplicara la herramienta de estudio PESTEL la cual permitirá identificar los factores que a continuación serán objeto de estudio.

6.1.2.1. Factor Político.

Ecuador brinda oportunidades a los hoteles, hostales establecimientos de alojamiento y el Hostal San Luis no está excepto de aprovechar dichas oportunidades, ya que se sustentan en criterios técnicos y políticos que incentivan y promueven el turismo nacional y desde el estado aseguran una política rápida de recuperación y crecimiento en los próximos años, fomentando un potencial sin igual para el turismo local. , crear incentivos y programas para incrementar la visita de atractivos turísticos en las ciudades y zonas rurales, para obtener ingresos del gran número de turistas nacionales y extranjeros atraídos por estos atractivos turísticos, cuya demanda se debe satisfacer mediante la creación de diversos atractivos turísticos y de la buenas instalaciones de los establecimientos de alojamiento para satisfacer las necesidades de los turistas.

Las actividades y actores de la industria turística desde el periodo 2017, referente al escenario político, se han visto respaldados desde campo normativo legislativo a nivel tanto nacional e internacional, con la ejecución de: la Ley de Turismo que permite elaborar normas técnicas y políticas que promueven y fomentan la actividad turística, con inversión nacional y extranjero, asegurando la calidad del turismo, protegiendo los recursos naturales y culturales, promoviendo nuevas plazas de trabajo, acciones direccionadas a la satisfacción y seguridad del turista (MINTUR, 2023, p. 33)

Dentro del plan de gobierno del presidente actual Guillermo Laso hace un enfoque en tres ejes: social, económico, e institucional, el Plan de Gobierno de Guillermo Lasso (2021), indica que: “las naciones encuentran valiosos beneficios con la apertura comercial, debido a mejoras en productividad, competitividad, transferencia de tecnología, precios de productos, crecimiento económico y nuevas oportunidades laborales. Por esta razón, precisan establecer una política de Estado en el campo comercial, que tenga como objetivo el libre comercio con la mayor cantidad de países” (Plan de Gobierno Guillermo Laso, 2021, p. 56)

El Gobierno ecuatoriano pretende “implementar políticas públicas con objetivos definidos y medibles, que permitan su pronta recuperación y crecimiento en los próximos años. Asimismo, realizarán estudios para identificar los turistas potenciales en cada destino y promocionar las

regiones del Ecuador de manera mucho más efectiva” (Plan de Gobierno Guillermo Laso, 2021, p. 57)

Se crearán incentivos y programas que promuevan las visitas a sitios turísticos en zonas urbanas y rurales. También, reducirán trabas burocráticas e impuestos distorsivos para que el sector hotelero pueda funcionar de manera más eficiente. Asimismo, el sector turístico rural no puede quedarse más tiempo en el olvido. Se pretende atender las necesidades de este sector para que haya más valor agregado dentro de los bienes y servicios que ofrecen” (Plan de Gobierno Guillermo Laso, 2021, p. 58)

6.1.2.2. Factor Económico.

En el Ecuador el turismo es una de las actividades económicas más importantes, por lo que es una oportunidad para los establecimientos de hospedaje debido a la gran cantidad de turistas que ingresan al país por las diversas actividades y servicios turísticos que ofrece. Además de la contribución del turismo y la hospitalidad al crecimiento del PIB, también hace una contribución positiva a la economía nacional, aumenta el consumo y, por lo tanto, crea empleos e ingresos, lo que resulta en un mayor tráfico turístico. Además, la amenaza de la pandemia Covid-19 ha afectado la economía, causando pérdidas significativas a todo el turismo, especialmente porque no ha habido movilización ni turismo por preocupaciones de riesgo de contagiarse con la pandemia es por ello que todo el sector perteneciente al turismo está en reactivación económica continua.

Las llegadas de extranjeros al país de enero a junio de 2022 presentaron una recuperación del 45 % frente al mismo semestre de 2019 y un crecimiento del 155 % en relación al mismo periodo de 2021. Estados Unidos continúa como nuestro principal mercado emisor de viajeros con una participación del 37,7 %, seguido de Colombia, España, Perú, Canadá y Alemania, durante los cinco primeros meses del año se evidencia un constante crecimiento en cuanto a la generación del empleo del sector, relacionado a alojamiento y servicios de comida. Un ejemplo de ello es mayo de 2022 cuando se registraron 83.662 empleos más que lo contabilizado el mismo mes de 2021, el compromiso y esfuerzo del sector privado, así como la asignación de más de 47 millones de dólares por parte del Gobierno del presidente Guillermo Lasso han sido factores clave para la promoción del Ecuador como un destino turístico imperdible para el mundo y un vehículo de conservación y desarrollo nacional (MINTUR, 2022, p. 02)

6.1.2.3. Factor Sociocultural.

Dado que el país se ve afectado por problemas sociales como la pobreza, la inmigración, el desempleo es este factor una amenaza para los establecimientos de hospedaje y se le debe prestar más atención, al crecimiento poblacional que se convierte en una oportunidad para los hostales, ya que los productos y servicios que se ofrecen son de utilidad para todos los residentes, los cuales incrementarán sus ventas debido a la demanda del mercado, ya que esta es una situación favorable para la distracción. Además, al incluir el alojamiento es importante tomar en cuenta que crea una fuente de empleo, aumenta el crecimiento económico y ayuda a reducir la pobreza y la inmigración. Por lo tanto, dado que el Ecuador es rico en tradiciones, cultura y diversidad, es necesario promover el turismo interno, para que al país vengan además turistas cada vez más experimentados, independientes, con mayor nivel de cultura, más flexibles, más espontáneos, que valoren la calidad de los servicios.

Inflación de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, estima que en el año 2030 la población de Ecuador será de 19'814.767 habitantes y al año 2050 llegará a los 23'377.412. En ese periodo, la tasa global de fecundidad pasará de 2,12 hijos a 1,92, siendo Pichincha la provincia que registra la menor tasa. La esperanza de vida, que en el 2010 fue de 75 años, en el 2050 subirá a 80,5 años (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2023)

Pobreza según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), hay menos personas pobres que hace un año en el país. Sin embargo, los datos hasta diciembre de 2022 revelan que la pobreza en Ecuador tuvo un estancamiento. Así lo reflejan el índice de pobreza y pobreza extrema por ingresos en ese período, de acuerdo con las cifras oficiales presentadas el 24 de enero de 2023, a diciembre de 2022, las tasas de pobreza y pobreza extrema por ingresos a nivel nacional son de 25,2% y 8,2%, respectivamente. En diciembre del 2021, eran 27,7% y 10,5%. (INEC, 2023)

Migración la búsqueda de oportunidades laborales y personales incentiva la movilidad de personas entre los países. La migración es un fenómeno que trae grandes oportunidades, tanto para los que migran, como para los países que los reciben. El intercambio económico y cultural trae beneficios para los actores involucrados. No obstante, los fenómenos migratorios también conllevan desafíos y dificultades para las autoridades de los países receptores, como también para sus ciudadanos (Plan de Gobierno Guillermo Laso, 2021, p. 106)

Emigración el Ecuador tiene, según los últimos datos publicados por la ONU, 1.183.685 emigrantes, lo que supone un 6,85% de la población de Ecuador. Si lo comparamos con el resto de los países vemos que tiene un porcentaje de emigrantes medio, ya que está en el puesto 99° de los 195 del ranking de emigrantes, la emigración femenina, 625.963 mujeres un 52.88% del total de emigrantes, es superior a la masculina, 557.722 emigrantes varones, que son el 47.11%., la emigración de Ecuador se ha dirigido especialmente a Estados Unidos, donde van el 43,61%, seguido de lejos por España, el 35,09% y seguido de lejos por Italia, el 7,20%. en los últimos años, el número de emigrantes ecuatorianos ha aumentado en 52.258 personas, un 4,62% (ONU, 2023)

Inseguridad un porcentaje abrumador del 64 % de ecuatorianos dicen sentirse inseguros en su país, ante un 35 % que no ve problema en la seguridad pública, según un reporte presentado por la encuestadora Gallup que ubica a Ecuador como el más inseguro de Latinoamérica, la encuesta realizada a finales de 2022 indica que a la par del clima de inseguridad, los ecuatorianos también pierden confianza en la policía y el sistema de justicia. La baja es considerable al comparar que en 2022 sólo el 41 % tiene confianza plena en las fuerzas de orden, y un 24 % confía en el sistema judicial, entre 2011 y 2021 la misma encuestadora promedió en 60 % la confianza ciudadana en la policía y la justicia. Y hasta hace cinco años 52 % de la población decía sentirse segura (Guevara, 2023, p. 02)

6.1.2.4. Factor Tecnológico.

Dentro del campo del turismo, el uso de la tecnología de la información brinda oportunidades para los establecimientos de hospedaje, ya que pueden usar varias plataformas digitales y otras herramientas para promocionar sus servicios y productos y llegar a más clientes para obtener información, y con la ayuda de la tecnología, las empresas turísticas pueden beneficiarse y destacarse de la competencia más beneficios y liderazgo en la industria turística.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UTI), es el organismo especializado de las Naciones Unidas para las TIC y está comprometida a conectar a toda la población mundial. Los datos que dicho organismo muestra a finales de 2018, indican que más de la mitad de la población mundial está en línea, lo cual significa que el 51,2% de las personas (3.900 millones), utilizan internet (DI, Bombeli, & Fernandez, 2019, p. 117)

Las tecnologías han cambiado la forma de viajar, influyendo sobre la forma en que se viaja, desde el momento en que se elige el destino, hasta cuando se está en el mismo, e incluso, con

posterioridad al viaje. El poder de la información está en manos de los turistas que eligen servicios acordes a sus necesidades. Por ende, la integración de tecnología en las distintas etapas del viaje es, sin lugar a duda, la responsable de alcanzar un mayor grado de competitividad en el turismo y entre los prestadores de dichos servicios (DI, Bombeli, & Fernandez, 2019, p. 118)

Tecnologías Aplicadas

Códigos QR: “El código QR (Quick Response Barcode), consiste en un código de barras de respuesta rápida capaz de almacenar una gran cantidad de información esencial en un espacio reducido. Creado por Denso Wave (subsidiaria de Toyota) en el año 1994, se vuelve masivo y de uso libre en el año 2008. Se crea para ser preferentemente leído (escaneado) por celulares inteligentes, cuyo funcionamiento sirve como links o accesos directos a sitios web, mapas, audio guías (DI, Bombeli, & Fernandez, 2019, p. 120)

- El turista posmoderno no solo lleva consigo la intención de mirar objetos y fotografías o filmar lugares, sino también disfrutar de otras experiencias a través de los sentidos, habiéndose convertido el sonido en un componente de suma importancia a la hora de crear nuevas experiencias en el ámbito del turismo (Di Pierro, 2019, p. 122)
- La Realidad Virtual aporta valor agregado y diferenciador respecto a los canales de distribución tradicionales, y ante la creciente competitividad de destinos y regiones se ha convertido en una herramienta de promoción y difusión interactiva y atractiva para el usuario (Di Pierro, 2019, p. 123)
- La Geolocalización es la técnica que permite situar objetos o personas en un territorio mediante el uso de coordenadas (latitud, longitud, altura), quedando plasmada en un mapa. Esta tecnología se ha reconvertido con la llegada de Internet, siendo hoy imprescindible para cualquier tipo de negocio. Gracias a la geolocalización los potenciales turistas pueden ubicar rápidamente un destino determinado ya sea con dispositivos fijos y móviles (Di Pierro, 2019, p. 124)

Tendencias en el turismo

- “Aumento de la frecuencia de uso de las redes sociales, especialmente en la población joven y de la importancia de aquellas en el destino turístico.
- Aplicación de modernas estrategias para la interacción, intercambio y dialogo entre los integrantes del sector.

- Elección de destinos turísticos con criterios más éticos, dirigidos al disfrute de la belleza natural que cada vez más se torna un producto suntuoso. El turista tiene nuevas prioridades y es más consciente del entorno que le rodea.
- Se acentúa la competitividad entre las empresas del sector, solo que se extiende hasta un alto nivel, donde las tendencias globales del mercado y los elementos transnacionales adquieren mayor importancia.
- Vinculación entre el tejido económico del destino correspondiente y la atención a necesidades de comunidades locales, para garantizar la integración del turismo en planes de desarrollo sostenible.
- Transformación de ofertas turísticas, para atender las motivaciones del consumidor, mediante turismo individualizado de calidad donde se integre: Tranquilidad, naturaleza y cultura con nuevos destinos y potenciar los existentes, permitiendo así el crecimiento de ofertas.
- Se apuesta por la inversión en investigación, desarrollo tecnológico e innovación para determinar, adoptar y emplear la tecnología en actualización de las telecomunicaciones y la informática, para superar los obstáculos que impidan el crecimiento de cada uno de los componentes del sector (Navarro, 2019, p. 87)

Los desafíos a la tecnología

- “Sensibilizar al gobierno en sus diferentes niveles por el turismo, como fuente generadora de finanzas, empleos y desarrollo.
- Trabajar de manera integral en la etapa informativa y de divulgación, aplicando modelos de estrategias comunicacionales basadas en nuevas tecnologías y medios sociales, para adaptarse a las nuevas audiencias, atender las necesidades y requerimientos del consumidor, desarrollar nuevos modelos de negocios y promover el desarrollo turístico
- Implementar sistemas globales de información y sistemas complejos de segmentación de mercado, para una correcta gestión del destino de las empresas de turismo.
- Invertir recursos en identificar perfiles de los consumidores reales y potenciales, que buscan información sobre nuevos productos y servicios que ofrecen empresas del sector.

Incorporar los testimonios y experiencias de los usuarios en la planificación de estrategias comunicacionales en el sector (Navarro, 2019, p. 87)

- **El Internet** Evidentemente, “el turismo va evolucionando de acuerdo al desarrollo de las economías emergentes con el incremento de sus rentas y la influencia del uso y avances en las comunicaciones. El Internet y la Web han permitido un nuevo y poderoso canal de ventas y mercadeo para los consumidores. Las organizaciones pueden utilizar Internet para realizar campañas de publicidad, soporte al cliente, etc. Permitiendo así que los clientes realicen pedidos de productos y servicios desde sus computadores a través de la Web (MINTUR, 2019, p. 145).

Con la incorporación de herramientas tecnológicas, tanto los sectores productivos como turísticos pueden obtener mayor crecimiento y mejorar su producción a través de la industria TIC, considerada como la convergencia de software, hardware, internet, telecomunicaciones, contenidos y servicios basados en las TIC, herramienta estratégica en el crecimiento de turismo, siendo un apoyo en la gestión de oferta turística y creación de ruta virtuales (MINTUR, 2019, p. 145).

6.1.3. Factor Ecológico

La creciente concientización y preocupación ambiental, así como los nuevos requisitos legales para los aspectos ambientales de las actividades turísticas, brindan a las empresas oportunidades para convertirse en hoteles y hostales más sostenibles, aplicar buenas prácticas ambientales y ser conscientes de su impacto en el medio ambiente. En lo que hace referencia al medio ambiente, ayudará a resguardar el medio ambiente y favorecerá al progreso sostenible de la sociedad, y por otro lado el turismo también es una significativa fuente de entradas para la conservación de la biodiversidad en el Ecuador.

El sector turístico tiene una elevada huella climática y ecológica, dado que requiere un elevado consumo de energía y combustible y ejerce presión sobre los sistemas terrestres. El crecimiento del turismo en los últimos años ha puesto en peligro la consecución de las metas del Acuerdo de París. Se estima que las emisiones de gases de efecto invernadero del transporte relacionado con el turismo constituyen el 5 % de las emisiones antropogénicas y podrían repuntar de forma considerable si la recuperación del sector no se ajusta a los objetivos climáticos (ONU, 2020, p. 04)

La crisis sanitaria COVID-19, fue una oportunidad sin precedentes de transformar la relación del turismo con la naturaleza, el clima y la economía. Es hora de volver a plantear la manera en que el sector afecta a los recursos naturales y ecosistemas, partiendo de la labor que ya se ha hecho en materia de turismo sostenible; de examinar cómo interactúa con las sociedades y otros sectores económicos; de medir sus efectos y gestionarlo mejor; de asegurar una distribución justa de sus beneficios y avanzar en la transición hacia una economía turística neutra en carbono y resiliente. Una respuesta colectiva y coordinada de todas las partes interesadas puede estimular la transformación del turismo, junto con paquetes de recuperación económica e inversiones en la economía ecológica (ONU, 2020, p. 04)

En el Ecuador, a través de “el Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos, expresa que El ODS 13 pretende fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países, incorporar medidas relativas al cambio climático en todas las políticas y estrategias, y mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad en este campo (Planifica Ecuador, 2019, p. 116)

Ecuador orienta esfuerzos para controlar y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero con soluciones climáticas innovadoras, que incorpore la eficiencia energética en todos los procesos de producción. Estas acciones incluyen el manejo integral de los recursos hídricos, la conservación de áreas naturales, el manejo de reservorios de carbono, el fortalecimiento de las capacidades de las comunidades vulnerables, la seguridad alimentaria y la gestión de riesgo, entre otros (Planifica Ecuador, 2019, p. 116)

La legislación ecuatoriana en materia ambiental, con la expedición del Código Orgánico del Ambiente, el Ecuador cuenta con una norma especializada y actualizada a las disposiciones constitucionales que propende la garantía de un medio ambiente sano y la defensa de los derechos de la naturaleza (Martínez, 2019, p. 01)

La normativa constitucional ecuatoriana evolucionó respecto al reconocimiento de los derechos vinculados al medio ambiente, a la par, se aprobó la normativa secundaria a nivel de leyes, acuerdos ministeriales y otras directrices que contribuyeron a que Ley de Gestión Ambiental; Ley para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental; Ley que Protege a

la Biodiversidad en el Ecuador; y, Texto Unificado de Legislación Secundaria de Medio Ambiente, TULSMA (Martínez, 2019, p. 05)

6.1.4. Factor Legal

Ecuador cuenta con un Ministerio de Turismo, que es un organismo que administra, controla, regula y sanciona las actividades turísticas de acuerdo con las leyes y reglamentos, por lo que los hoteles y hostales deben tener en cuenta y regirse, este factor además existe leyes y reglamentos que rigen la industria del alojamiento. así como otras estructuras, deberán cumplir con requisitos obligatorios para su normal funcionamiento, lo que no afecta el funcionamiento del Hostal San Luis ya que el establecimiento cumple con todos los requisitos exigidos por las leyes del Ecuador. El Ecuador dentro del marco jurídico se rige por la constitución de la república aprobada en el año 2008 por leyes, reglamento y ordenanzas es por ello que en la parte del marco teórico de esta investigación en la opción del marco jurídico está citado los artículos, leyes y reglamento que rigen al sector turístico.

6.1.5. Análisis interno del hostel “San Luis”

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se ha analizado los factores que inciden en la empresa denominada “Hostal San Luis” a continuación se detalla lo siguiente:

6.1.5.1. Situación Actual del establecimiento

La Empresa Hostal San Luis desde su año de creación en el año 1996 hasta la actualidad viene sirviendo 27 años en el área de hospedaje dentro del registro catastral inscrita en el ministerio de turismo consta como un Hostal de una estrellas, cuenta con 42 habitaciones y una capacidad para 72 personas, su ubicación se encuentra en las calles sucre 04-56 entre Imbabura y Quito frente al ministerio del ambiente, sector céntrico de la ciudad de Loja donde está el mayor movimiento comercial de la ciudad. Para poder detectar el diagnóstico interno se analizarán las fortalezas y debilidades del hostel, que se encuentran relacionadas con la capacidad de la empresa para lograr sus objetivos, las áreas a analizar son:

6.1.5.2. Área administrativa o gerencial.

- **Planificación**

En lo referente a la planificación y organización esta conducida o administrada por la Ingeniera Doris Castillo quien hasta el momento aún no ha desarrollado factores como los valores, misión, visión, que son necesario para poder alcanzarlos los objetivos propuestos, es por ellos que se sugiere una visión, una misión, valores, políticas para huéspedes y unos objetivos de acuerdo a lo que el establecimiento oferta

- **Estrategias**

Las Estrategias de la empresa que tiene en vigencia en la actualidad son publicidad como promociona al hostal San Luis, a través de redes digitales como Facebook y Wasap

- **Organización**

En la actualidad el establecimiento no cuenta con una estructura orgánica definida, no se tiene una descripción de los cargos o puestos, tampoco cuenta con las funciones de cada uno de los colaboradores, lo que se constituye una debilidad para el Hostal

- **Dirección**

El Hostal San Luis cuenta con una gerente general que es la persona responsable de la correcta ejecución de los procesos de la empresa.

- **Control**

Para poder llevar el control de la calidad y evaluar el servicio, se dialoga directamente con el huésped para obtener una referencia de cómo se sintió durante su estadía en el hostal.

- **Control de compras:** La gerente general es quien realiza los pedidos a los proveedores, de los requerimientos que necesiten las áreas del Hostal San Luis.

- **Control de ventas:** todo se realiza a mediante la aplicación de facturas, y además se lleva un registro de hospedaje de todos los huéspedes al diario.

- **Control del Talento Humano:** el compromiso es de responsabilidad y pertenencia de sus integrantes, reflejando así en un buen clima laboral.

6.1.6. Infraestructura

El hostel “San Luis” se compone de la siguiente infraestructura que se muestra a continuación:

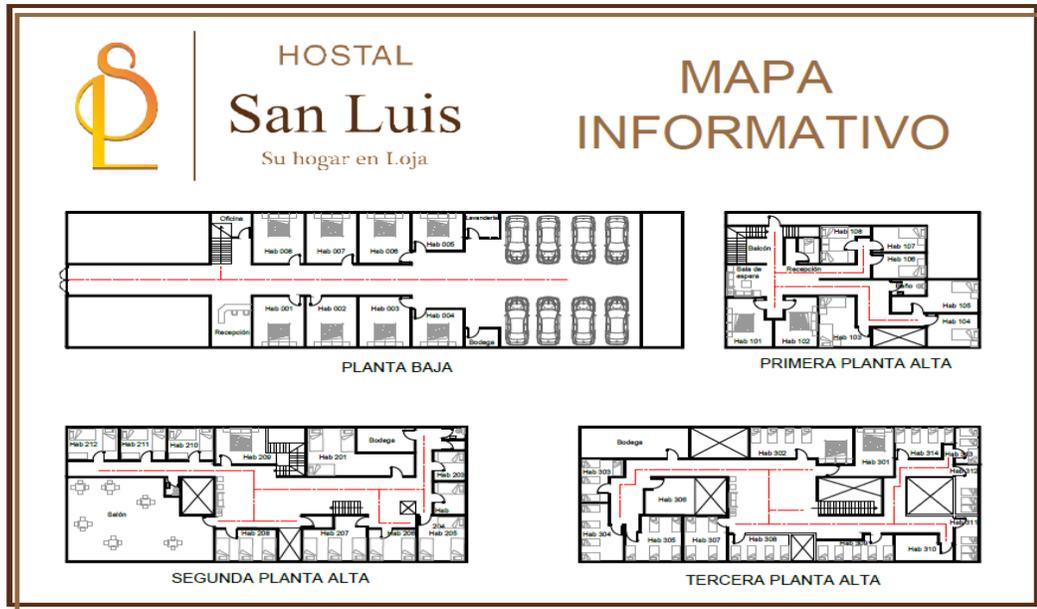


Figura 2. Mapa informativo de hostel “San Luis”

Fuente: *hostal “San Luis” 2023*

El hostel “San Luis” tiene una infraestructura que está conformada por de 42 habitaciones también cuenta con área de recepción, lavandería, parqueadero, salas de espera, bodega además su infraestructura está deteriorada en un 40%.

6.1.6.1. Servicios con los que cuenta el hostel “San Luis”

EL hostel ofrece a sus clientes los siguientes servicios de habitaciones que continuación se describen:

Tabla 1. Servicios del Hostal “San Luis”

Tipo de habitación	Servicios	Imagen
El hostal “San Luis” Cuenta con 42 habitaciones		
Habitación simple o individual \$10,00	<ul style="list-style-type: none"> -Cama -Baño privado -Wi-fi -Televisión -Parqueadero 	
Hab-Doble \$20,00	<ul style="list-style-type: none"> -2 camas - Baño privado -Wi-fi -Televisión -Teléfono - Parqueadero 	
Triple \$30,00	<ul style="list-style-type: none"> -3 camas -Baño privado - Wi-fi -Televisión - Parqueadero 	

Matrimonial
\$20,00

- 1 cama
- Baño privado
- Wi-fi
- Televisión
- Parqueadero



Fuente: *Hostal “San Luis”*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

El Hostal San Luis está estructurado de la siguiente forma de acuerdo a las áreas con las que cuenta:

Tabla 2. Departamento y Subdepartamentos

Áreas del hostal	Sub-Áreas
Gerencia general	-Estrategias de venta -Reclutamiento de personal
Área. Financiera	-Contadora -Proveeduría
Área. de recepción	-Recepcionista -Auditor nocturno
Área. de Talento Humano	-Camarera -Lavandería

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

Además, el hostal “San Luis” cuenta con una carta convenio con la Universidad Nacional de Loja aportando así con la parte académica donde los estudiantes pueden realizar sus partica pre profesionales en el establecimiento.

6.1.7. Reglamentos con los que cumple el hostal “San Luis”

- **Licencia Única Anual de Funcionamiento**

Las empresas inmersas en actividades de turismo deben cumplir con la debida licencia otorgada Por el GAD de la localidad la cual se denomina licencia única de funcionamiento (LUAF) y, como se menciona en el artículo 5, además del registro, se deben cumplir todos los requisitos legales pertinentes para poder realizar actividades turísticas. El permiso anual de funcionamiento

es una autorización legal otorgada por el municipio, sin la cual no se pueden realizar actividades turísticas dentro del territorio ecuatoriano.

- **Registro Único de Contribuyentes**

Las empresas están en la obligación de facturar los servicios que ofrecen a sus huéspedes y los hoteles de igual forma el Hostal San Luis cumple con RUC efectúa con todos los requisitos de registro en el Servicio de Rentas Internas (SRI), facturación y pago mensual de IVA al 12%.

- **Hidrocarburos**

El hostal San Luis por sus prestaciones de servicios que presta, debe estar inmerso en este tipo de regulación que implica en verificar las condiciones de transporte de combustible dadas por el regulador de hidrocarburos, requisito que la empresa no cumple por no ser necesario.

- **Gestión de Riesgo**

Dentro de esta normativa se regula e incluyen los requisitos para los planes de emergencia, verificando que los establecimientos de hospedaje cuenten con estructuras estratégicas y operativas para ayudar a contener situaciones de emergencia y minimizar sus consecuencias negativas, dentro de los requisitos que deben tener los establecimientos de hospedaje están los siguientes botiquines de primeros auxilios, megáfono, lámparas de emergencia, vías de evacuación, extintores contra incendios, etc.

- **Agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria**

Las normas de esta institución incluyen la inspección de las condiciones higiénicas de las operaciones que realizan los hoteles, hostales, hosterías y restaurantes para asegurar que se mantenga la higiene suficiente en sus locales, cocinas, utensilios y personal, en este caso en cuanto a la verificación es de que el establecimiento es un hostal y no tiene restaurante ya que sus actividades están centradas netamente en el servicio de hospedaje.

- **Ministerio de Trabajo**

La normativa incluye una verificación del cumplimiento de los derechos y obligaciones de los trabajadores en el establecimiento, y en el caso de la actividad hotelera, algunas obligaciones y requisitos que cumpla la empresa, si cumple con las siguientes variables que a continuación se muestra:

Tabla 3. Ministerio de Trabajo

Variable	Indicador	Observaciones
	Presupuesto destinado al pago del personal (anual)	Si cumple
	La empresa cuenta con un rol de pagos	Si cumple
Rol de Pagos	Pago por horas	Si cumple
	Pago por contrato	No cumple
	Pago por horas extras	No cumple debido a que están establecidos trabajo por horas
Decimocuarta remuneración	Art. 113	Se cancela en el mes de septiembre
Decimotercera remuneración o Bono navideño	Art. 111	Se cancela en el mes de diciembre
Pago 15% Utilidades a empleados	Art. 97	No cumple No cumple
Aporte Seguro Social Empleados	Código del trabajo (Art. 42)	Se cancela mensual Todos los meses
Uniformes para el personal	Código del trabajo (Art. 42)	Todos los trabajadores tienen un uniforme

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Klever Stalin Jungal

- **Gobernación**

Desde el estado se controla y se hace las regulaciones que incluyen controles policiales regulares, donde los hoteles, hostales deben estar registrados en el sitio web del Ministerio del Interior, tener un permiso de uso de suelo y con una declaración jurada de que los fondos y activos utilizados no se derivan de actividades ilegales. actividades (según el informe de la declaración del SRI que revela el movimiento de fondos).

- **Normas municipales**

Las normas incluyen el pago de patentes municipales, carnet de salud de empleados, permisos de bombero y registro de generadores de desechos sanitarios si el hostal cumple con cada uno de los siguientes requisitos que se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 4. Requisitos con el Municipio

Variable	Indicador	Observaciones	
		Si cumple	No cumple
Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales del Hostal	• Pago de un valor en dólares cada 12 meses sobre el ingreso bruto del establecimiento	X	
Carnet de salud de todo el personal	• Examen clínico de aptitud laboral, obligatoria para que ejerza su actividad laboral.	X	
Permiso del cuerpo de bomberos (sirve para dar fe de que las instalaciones cumplen con todos los requisitos legales y reglamentarios)	• Plan de contingencia		X
	• Extintor En cada piso del hostal	X	
	• Pago anual de permiso de funcionamiento contra incendios	X	
Registro generador de desechos sanitarios (manejo adecuado de tipos de residuos)	• Señalética en caso de emergencia	X	
	• Basureros para residuos orgánicos	X	
	• Basureros para residuos inorgánicos	X	

Fuente: Trabajo de campo 2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

- **Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades.**

La inclusión es significativa por ello las provisiones incluyen variables como la accesibilidad, que es el grado o nivel en que cualquier persona más allá de su capacidad física o cognitiva puede usar o disfrutar de los servicios y personal capacitado, que es toda actividad que se realiza en una organización responsable de acuerdo a su necesidad de mejora. actitud, conocimientos, habilidades o comportamiento de sus empleados, cada uno de los cuales se describe a continuación:

Tabla 5. CONADIS

Variable	Indicador	Observaciones
Accesibilidad	• Rampa para silla de ruedas	• El hostel no cuenta con rampas para sillas de ruedas.
	• Sistema braille	• No cumple
	• Baños adecuados	• Si cumple
Personal capacitado	• Porcentaje de personal capacitado	• No cumple

Fuente: Trabajo de campo 2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

- **Ministerio del ambiente**

La normativa incluye variables que reconocen las buenas prácticas ambientales encaminadas a reducir el impacto negativo de los procesos productivos sobre el medio ambiente mediante la modificación de la organización de los procesos y actividades. El Hostal San Luis sigue un indicador que promueve la protección del medio ambiente, como es el manejo adecuado de los residuos, ya que todos los residuos generados por el establecimiento son clasificados de acuerdo a las principales normas de disposición de residuos domiciliarios. Orgánico según los estándares desde la gerencia del Hostal.

6.1.8. Requerimiento de la infraestructura del establecimiento hotelero

De acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico, los hostales considerados de 1 estrella deben cumplir con ciertos requerimientos para poder ser denominados de esa forma, esos requerimientos son.

El hostel “San Luis” está catalogado como un hostel de 1 estrella, por lo cual se detallará a continuación cada uno de los requerimientos antes mencionado para verificar su cumplimiento de acuerdo al reglamento:

- **Instalaciones**

El Hostal cuenta con las siguientes Instalaciones generales:

- Ofrece un servicio las 24 horas al día
- Agua caliente, aseo de habitaciones y de baños, aseo en áreas comunes, atención las 24 horas.
- Cuenta con áreas de uso exclusivo para el personal, detallado a continuación:
- **Área Exclusiva para personal de servicio**
- Servicios
- Cuarto con baño y aseo
- También cuenta con el área de gestión administrativa

En lo referente a calidad no cuenta con una encuesta de satisfacción para medir el servicio brindado, y verificar si el servicio prestado cumplió con las expectativas percepciones del huésped.

- **El establecimiento cuenta con las siguientes instalaciones generales:**
 - Área de fumadores.
 - Dentro del área de uso exclusivo para personal cuenta con un área de vestidores.
- **Accesos**
 - El Hostal tiene los siguientes accesos:
 - Cuenta con una entrada principal para vehículos y clientes
 - Área de recepción
 - Servicio de garaje en el establecimiento, exclusivo para huéspedes
 - Áreas distribuidas en el establecimiento
 - Área de huéspedes
- **Áreas de clientes – General**

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios generales:

- **Servicio de internet 24 horas al día.**

El Hostal no cuenta con los siguientes servicios generales:

- El área de recepción no está apta para dar facilidades necesarias a personas con discapacidad

- **Áreas de clientes - habitaciones**

En la parte interna del hostel “San Luis” podemos encontrar los siguientes servicios en lo referente a sus habitaciones a continuación se describen:

- Habitaciones con cuarto y baño de aseo personal.
- Todas las habitaciones cuentan con el servicio de internet.
- Las cerraduras de puerta de acceso a la habitación son seguras.
- Closet o armario para ubicación de prendas del huésped.
- Escritorios en cada habitación.
- Sillas de fierro y madera.
- Cuenta con cortinas dobles en cada habitación.
- Televisores plasmas modernos y antiguos.
- Servicio de tv cable.
- Servicio de agua caliente en cada baño de las habitaciones.
- Armadores para las prendas en cada closet o armario.
- **Dentro de los servicios con los que no cuenta el Hostal San Luis podemos indicar los siguientes:**
 - No tiene habitaciones insonorizadas.
 - No cuenta con habitaciones tapizadas.
 - Carece de acondicionamiento térmico en cada una de las habitaciones
 - No pose con caja de seguridad en cada habitación, la única que existe está ubicada en el área de recepción de hostel.
 - Dentro de las habitaciones no cuenta con servicio telefónico.

- No pose portamaletas.
- No existe fundas de lavandería.
- **Áreas de huéspedes – cuarto de baño y aseo privado**

El hostel “San Luis” cuenta con los siguientes servicios:

- Dentro del baño privado cuenta con ducha de agua caliente disponible las 24 horas en todas las habitaciones.
- Espejo frente al lavamanos en todas las habitaciones.
- Amenities de limpieza como: toallas de cuerpo y de manos para los huéspedes.

Tabla 6. Amenities de limpieza que tiene el hostel ‘San Luis’

Amenities	Observaciones
Shampoo	Depende del N.º de huéspedes que se hospede en la habitación
Jabón	
Papel higiénico	

Fuente: *Trabajo de Campo 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

El hostel no Cuenta con estos servicios:

Tabla 7. Amenities de Limpieza que no tiene el hostel

Amenities	Observaciones
Papel higiénico de repuesto	Se solicita a recepción directamente
Enjuague bucal	De uso personal
Acondicionador	De uso personal

Fuente: *Trabajo de Campo 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

- **Amenities de cuidado personal:**

Tabla 8. Amenities de cuidado personal

Amenities	Observaciones
Crema personal	
Pañuelos desechables	
Algodón	De uso personal
Cotonetes	

Fuente: Trabajo de campo 2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

- **Amenities adicionales**

Tabla 9. Amenities adicionales que no tiene el hostel

Amenities	Observaciones
Gorro de baño	
Peinilla	De uso personal
Lustrador de zapatos	

Fuente: Trabajo de campo 2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

- **Servicios**

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios para el huésped:

Tabla 10. Servicios que ofrece el hostel

SERVICIO	OBSERVACIONES
Servicio de taxi llamado desde recepción como el huésped solicite	-A pedido del cliente
Servicio de lavandería	-lavado en agua
Cuenta con un circuito de cámaras de seguridad	-Las 24 horas

Servicio de caja fuerte

-Las 24 horas

Fuente: *Trabajo de campo 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

El hostel cuenta con un personal idóneo que continuación, se explicará en que indicadores:

Tabla 11. Personal calificado del hostel

Indicadores	Observaciones
Con personal profesional en competencias laborales tanto operativas como administrativas	El personal que labora en el hostel, son personas con título básico de bachiller a excepción de uno que cuenta con educación superior

Fuente: *Trabajo de campo 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

- **El establecimiento no cuenta con los siguientes servicios:**

Tabla 12. Servicios que no tienen el hostel

Servicios	Observaciones
Sistema de tratamiento de agua residuales	El agua sale directamente a la red pública municipal
Servicio médico para emergencias propio o contratado	Cerca del hostel se encuentra el hospital Isidro Ayora para cualquier emergencia

Fuente: *Trabajo de campo 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.1.8.1. Área financiera.

Dentro de esta área se recaudan los ingresos del hostel “San Luis” es aquí donde se desarrollan las actividades como pagos a proveedores, salarios de empleados, contratos de trabajo y las declaraciones de impuestos

6.1.8.2. Área de talento humano del hostel.

Parar las operaciones diarias que se ejecutan en el hostel cuenta con siete trabajadores 3 de contrato indefinido que se encargan de la administración, recepción y limpieza del hostel y los otros 4 en la parte operativa de lavandería administración y horarios nocturnos. Trabajan en horarios rotativos, dos por la mañana, dos por la tarde y tres por la noche para ser más justos y equitativos. No cuenta con personal en todas las áreas, sino que todas las áreas son atendidas por la misma persona de las otras funciones

- **Proveedores del hostel “San Luis”**

El hostel” San Luis" compra productos de acuerdo a los requerimientos que necesite y elige proveedores que son basados en calidad y esmero, los más importantes son los siguientes:

Tabla 13. Proveedores.

Nombre de proveedores	Producto
<ul style="list-style-type: none">• Distribuidora de productos de limpieza Andrea Jaramillo	<ul style="list-style-type: none">• Shampoo• Jabones hoteleros
<ul style="list-style-type: none">• Clean Forte	<ul style="list-style-type: none">• Desinfectantes de pisos• Fragancias• Aromatizantes
<ul style="list-style-type: none">• Tv cable	<ul style="list-style-type: none">• Televisión por cable
<ul style="list-style-type: none">• Net plus	<ul style="list-style-type: none">• Internet
<ul style="list-style-type: none">• CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones)	<ul style="list-style-type: none">• Servicio de telefonía fija

Fuente: *hostal “San Luis” 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.1.9. Competencia del Hostal San Luis

Tabla 14. Competencia Directa

Empresas turísticas de alojamiento competencia del hostel “San Luis”							
Empresas	Categoría	Tipo	Actividad	Ubicación	No de Plazas	No de Habitaciones	Precio por pax
Hostal “San Luis”	1 estrella	Hostal	Alojamiento	Sucre 04-56 entre Imbabura y Quito	74	42	\$10,00
Hostal “América”	1 estrella	Hostal	Alojamiento	18 de noviembre y Imbabura	34	18	\$12,00
Hostal “el Conquistador”	1 estrella	Hostal	Alojamiento	Sucre y Colon	32	15	\$11,00

Fuente: Competencia Directa

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Hostal “San Luis” Cuenta con 42 habitaciones y 74 plazas todas las habitaciones cuentan con baño privado, internet en cada habitación, el precio por persona es de \$10.00 dólares, dentro del servicio de habitaciones se brinda simples, dobles, triples cuádruples o familiares la atención es las 24 horas del día.

6.1.9.1. Competencia.

- **Hostal “América”** el Hostal América ofrece servicio de hospedaje las 24 horas al día cuenta con 18 habitaciones y 34 plazas cada habitación son muy confortables también ofrecen los servicios de wifi las 24 horas al día, parqueadero privado, habitaciones matrimoniales, dobles y familiares, el costo por habitación es de \$12.00 dólares por persona.
- **Hostal “Conquistador”** dentro de los servicios que ofrece el hostal conquistador podemos mencionar que cuenta con parqueadero propio, 15 habitaciones y 32 plazas para sus huéspedes ofrece el servicio de internet, habitaciones dobles y matrimoniales los costos por habitación son de \$11.00 dólares por persona.

- **Análisis de la competencia del hostel “San Luis”** Partiendo de una comparación entre establecimientos catalogados dentro de la misma categoría, se puede interpretar que el hostel San Luis tiene una similitud con el resto de hostales que están prestando los mismos servicios y que ofrecen similitud en sus ofertas de servicios a excepción del Hostel San Luis que cuenta con un mayor número de habitaciones y plazas comparado a la competencia que lo circunda, tienen menos número de habitaciones y plazas en cuentas a los costos por habitación también se puede diferenciar frente al Hostel son costos que tienen un valor más elevados

6.1.9.2. Grupo de Interés.

Tabla 15. Grupo de Interés

Grupos de Interés	Interés
	Internos
<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilidades • Aumento de capital invertido • Estatus, reconocimiento y prestigio
<ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> • Puesto de trabajo • Sueldo justo • Formación continua
<ul style="list-style-type: none"> • Huéspedes • Competidores • Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Externos • Buena relación calidad-precio • Experiencias • Competencia leal • Relación comercial estable • Condiciones favorables • Seriedad de pagos
<ul style="list-style-type: none"> • Estado y sociedad 	<ul style="list-style-type: none"> • Entidades financieras. Autoridades. • Legislación. • Mercado laboral. • Servicios sociales. • Medios de comunicación. • Redes sociales

Fuente: *Observación directa 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.1.10. Normativa Para Establecimientos Turístico

A continuación, luego de aplicar la matriz de diagnóstico se pudo determinar lo siguiente en referencia a los requisitos que cumple y con los que no cumple el establecimiento denominado hostel “San Luis” en lo que exige como obligaciones de entidades reguladoras.

Tabla 16. Normativa de establecimientos turísticos

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN NORMATIVA EMPRESAS HOTELERAS		CUMPLE	
VARIABLES	DEFINICION	SI	NO
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO			
Registro Único de Contribuyente para empresas. RUC Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI).			
Facturas	Pago de IVA 12%	X	
	Pago de servicios 10%		X
	F. Electrónica		X
	F. Papel	X	
	Factura automáticamente		X
MUNICIPIO DE LOJA			
Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales		X	
Carnet de salud de todo el personal		X	
Permiso del cuerpo de bomberos		X	
AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL HIDROCARBURÍFERO (ARCH)			
Gas industrial	Cilindros de 45 kg. Utilizarán en conjunto técnico industrial autorizado por el INEN.	X	
	Cantidad de carga		X
	tiempo de carga		
	permiso de transporte		X
	Señalética (Peligro gas infla mable, Prohibido fumar, Prohibida la entrada sin autorización, Colocar arresta llamas.	X	
	Infraestructura de almacenamiento		
SECRETARIA GESTIÓN DE RIEGOS			
Plan de contingencia	Botiquín de primeros auxilios.	X	
	Lámparas de emergencia o internas.	X	
	Vías de evacuación señalizadas.	X	
	Puertas de emergencia funcionales.		
	Señalética	X	
	Sistema de alarma/sirena/timbre/campana.	X	
	Zonas de seguridad.		
Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos,			X

	laderas inestables, hundimientos, incendios).		
	Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).	X	
	Riesgos estructurales (instalaciones eléctricas, estructura del edificio)	X	
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA)			
	Vestimenta adecuada		X
	Condiciones sanitarias para el personal		X
MINISTERIO DEL INTERIOR – INTENDENCIA			
	Registro del establecimiento en la página de Ministerio de Interior.		X
	Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas		X
Controles rutinarios por parte de la intendencia de policía	Permiso de cuerpo de bomberos		X
	Nro. de clausura		X
CONADIS			
	Rampas para silla de ruedas.	X	
	Sistema braille.		X
Accesibilidad	Baños adecuados.	X	
	Espacios adecuados para alojarse.	X	
Personal capacitado	Porcentaje de personal capacidad para atender necesidades especiales.		X
MINISTERIO DEL AMBIENTE			
	Registro ambiental		X
	Gestión de desechos.		X
	Gestión de papel.		X
	Consumo de agua.		X
	Energía y transporte.		X
Reconocimiento de las buenas prácticas ambientales	Gestión de compras responsables.		X
	Capacitación del personal en aspectos ambientales.		X
	Manejo de aguas residuales		X
MINISTERIO DEL TRABAJO			
	Pago de sueldos		X
	Seguridad en el trabajo		X
	Registro de los trabajadores		X
	Proporciona adecuadas herramientas para desarrollar el trabajo	X	
	Permisos por ausencia sujetas al reglamento		X
Art. 42 del código de Trabajo	Trato adecuado		X
Obligaciones del empleador	Otorgamiento de certificados relativos a su trabajo		X
	Atiende reclamos	X	

	Facilita la inspección y vigilancia de autoridades competentes		X
	Vestimenta adecuada		X
	Art. 69.- Vacaciones anuales .15 días de vacaciones		X
de los trabajadores	Art. 86.- A quién y dónde debe pagarse. - Rol de pagos con firmas		X
	Art. 87.- Pago en moneda de curso legal. Efectivo		X
	Art. 96.- Pago en días hábiles. - Pago a inicio del mes		X
Rol de pagos	111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideño -		X
	Afiliación al seguro de trabajadores	Aporte patronal 12,15%. Aporte personal 9,45%.	X X

Fuente: Reglamento del Mintur 2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

- **Requisito para hostales de una estrella**

Dentro de las exigencias para hostales de una estrella se determinó lo siguiente:

Tabla 17. Requisitos para un hostel de una Estrella

EMPRESAS			
REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LA TIPOLOGÍA QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADOS COMO CATEGORÍA ÚNICA.			
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLE	
		SI	NO
CONDICIONES MINIMAS.		X	
REQUISITOS GENERALES			
Cuenta con sistema de iluminación de emergencia		X	
Zonas de evacuación			X
Puntos de encuentro			X
Salidas de emergencia			X
Extintores y mangueras		X	
Señalética identificadas y señalizadas, según las disposiciones de la Autoridad competente		X	
Cuenta en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente		X	
Cuenta con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes		X	
Cuenta, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento			X
En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento			X
Cuenta con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos		X	
Cuenta con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas			X
Cuenta con áreas con facilidades para personas con capacidades especiales debidamente identificadas			X

Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal		X
Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal		X
Cuenta con el número de piso debidamente identificado y señalizado	X	
Cuenta con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas		X
Cuenta con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas	X	
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción		X
Cuenta con personal uniformado (con distintivo o atuendo)	X	
Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped	X	
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo	X	
Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911	X	
Cuenta con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo	X	
Cuenta con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se preverá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato	X	
Cuenta con filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera		X
INFRAESTRUCTURA SERVICIOS		
Cuenta con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con capacidades especiales. Se sujeta a la normativa de accesibilidad universal vigente		X
Cuenta con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento	X	
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas.	X	
Cuenta con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento	X	
Cuenta con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con capacidades especiales. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deben contar con personal entrenado que permita dar el servicio.	X	
Cuenta con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor	X	
En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco		X
Cuenta con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros)	X	
Cuenta con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros	X	
Cuenta con servicio de agua las veinticuatro horas		X

Cuenta con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio	X	
Cuenta con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento	X	
Cuenta con servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas	X	
Cuenta con servicio diario de limpieza	X	
HABITACIONES		
Cuenta con un mínimo de 5 habitaciones	X	
Contar con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso	X	
Cuenta con camas de acuerdo a las dimensiones determinadas por el Reglamento. Las habitaciones deben contar con el siguiente equipamiento:	X	
Colchón; Protector de colchón; Sábanas; Cobija(s); Cubrecama, edredón o plumón duvet; Almohada(s) por plaza; Protector de almohada; Al menos un velador o mesa de noche; Basurero, Contar con cobija extra a petición del huésped Contar con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes	X	
Cuenta con teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.		X
Cuenta con informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación	X	

VARIABLE	REQUISITOS PARA HOSTALES		CUMPLE	
	DESCRIPCION	SI	NO	
	INSTALACIONES GENERALES			
	Cuenta con estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento.	X		
	Cuenta con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natura		X	
	El establecimiento debe contar con áreas de uso exclusivo para el personal:			
	1) Cuartos de baño y aseo		X	
	2) Área de almacenamiento de artículos personales		X	
	3) Área de comedor		X	
	ACCESOS			
	Cuenta con una entrada principal de clientes y otra de servicio.			X
	AREA DE CLIENTES			
	General			
	Cuenta con un área de recepción con mobiliario	X		
	Habitaciones			

Cuenta con habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido, y/o habitaciones compartidas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.	X	
Cuenta con sistema de comunicación telefónico	X	
Cuenta con casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.		X
Cuenta con cerradura para puerta de acceso a la habitación	X	
Cuenta con clóset, armario o colgador de ropa.	X	
Cuenta con cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana	X	
Cuarto de baño y aseo privado	X	
Cuenta con agua caliente.	X	
Cuenta con espejo sobre el lavamanos	X	
SERVICIOS		
Cuenta (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento		X
Cuenta (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		X
Cuenta con red pública de alcantarillado o al menos pozo séptico		X

Fuente: *Reglamento de MINTUR 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.2 Evaluar la Calidad del servicio que brinda el hostel “San Luis” del Cantón Loja

6.2.1 Tamaño de la muestra

Para dar cumplimiento al objetivo dos se procedió a evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hostal San Luis de la ciudad de Loja se aplicó la técnica de la encuesta de perfil del cliente, así como también el modelo ServQual, con una muestra de 124 huéspedes, obtenida mediante la fórmula de la población finita de 710 huéspedes que se registraron en el Hostal San Luis en el año 2022

Los resultados obtenidos de los huéspedes que se alojaron en el Hostal San Luis se alcanzaron utilizando de la técnica de la encuesta ServQual se lo ejecuto en dos momentos para aplicar a la medición de expectativas se empleó cuando el huésped ingreso al hostel y para la medición de la percepción se aplicó cuando el huésped utilizo los servicios del establecimiento, el cliente expreso su puntuación en una encuesta del modelo Likert en una escala del 1 al 5, utilizada para desarrollar la medida con valores desde el más bajo al más alto que permite rechazar

o aceptar en su totalidad, luego se realizó la tabulación de los resultados de forma estadística donde primeramente se verificó mediante un análisis de fiabilidad en Excel y las calificaciones obtenidas, para confirmar que sean respuestas validas; seguidamente se realizó un cuadro para obtener la frecuencia y calificación de las respuestas de cada ítem de las encuestas aplicadas, tanto para las expectativas como para las percepciones tal como se muestra a continuación

6.2.2 Resultados generales

Luego de haber aplicado las primeras 124 encuestas del hostel “San Luis” se procedió a tabular en el programa Excel para luego obtener los siguientes resultados que se muestran a continuación:

Pregunta 1. Nacionalidad

Para la pregunta uno relacionado con la nacionalidad se obtuvo que el 94% son de nacionalidad ecuatoriana y el y el 6% de ciudadanía extranjera.

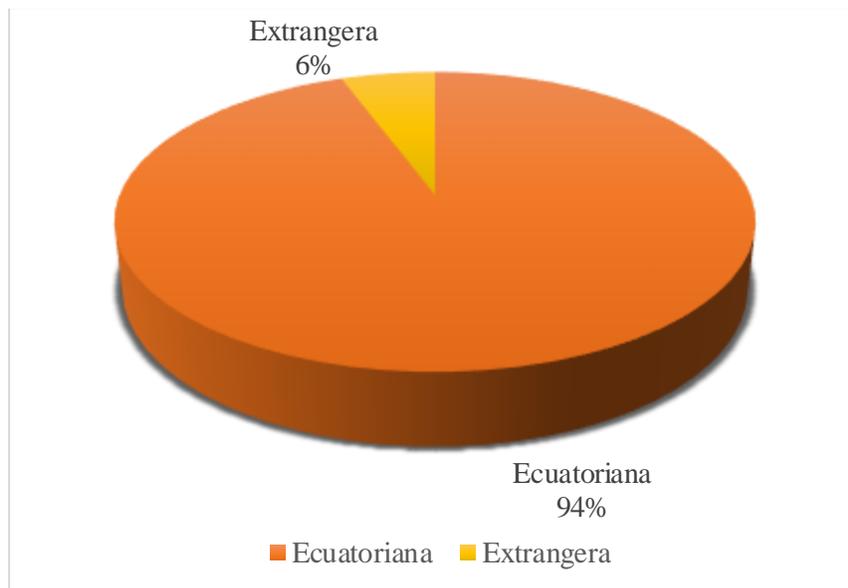


Figura 3. Nacionalidad de los encuestados

Fuente: Encuestas a los huéspedes del Hostel San Luis

Pregunta 2. Edad

En lo referente a la edad el mayor número de clientes que tiene el Hostal San Luis, fluctúa en las edades de entre los 26 y 33 años, con una representación del 44%; seguidos del grupo entre 18 y 25 años, que representa el 28% del total, y en menor cantidad con un 15% las edades están entre 34 a 41 años y con 11% entre las edades de 42 y 49 y por último con un 2% están en las edades de 50 en adelante.

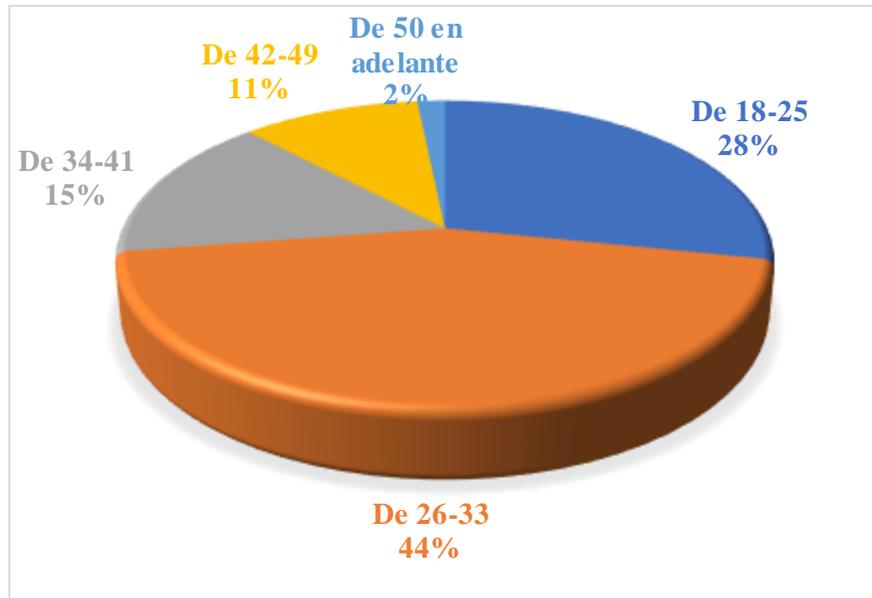


Figura 4. Edad de los encuestados

Fuente: Encuestas a los huéspedes del Hostal San Luis

Pregunta 3. Género:

En cuanto al género, de los clientes encuestados se obtuvo que el 53% son de género masculino y el 47% son de género femenino.

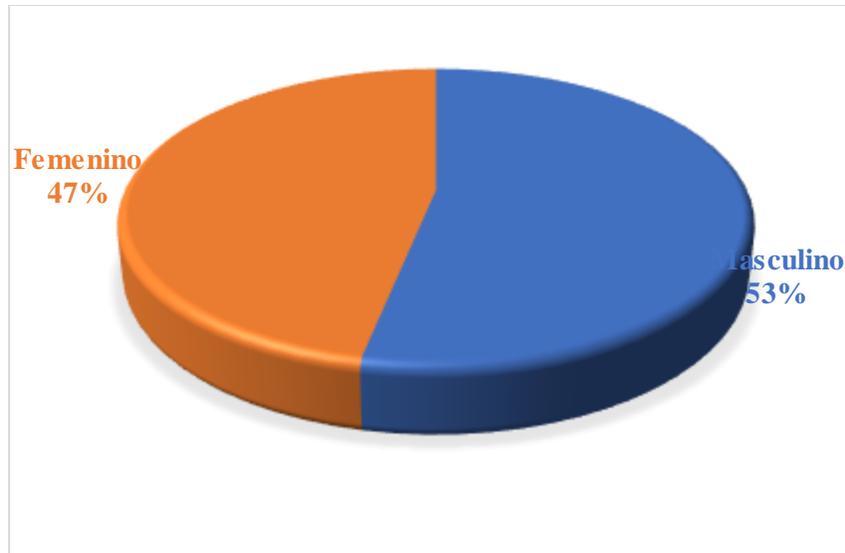


Figura 5. Genero de los encuestados

Fuente: Encuestas a los huéspedes del Hostal San Luis

Pregunta 4. Ocupación:

De acuerdo al número de encuestados en referencia a la ocupación se obtuvo que el 43% son de índole profesional y que el 35% se dedican al libre ejercicio y por último tenemos un 22% que son estudiantes.

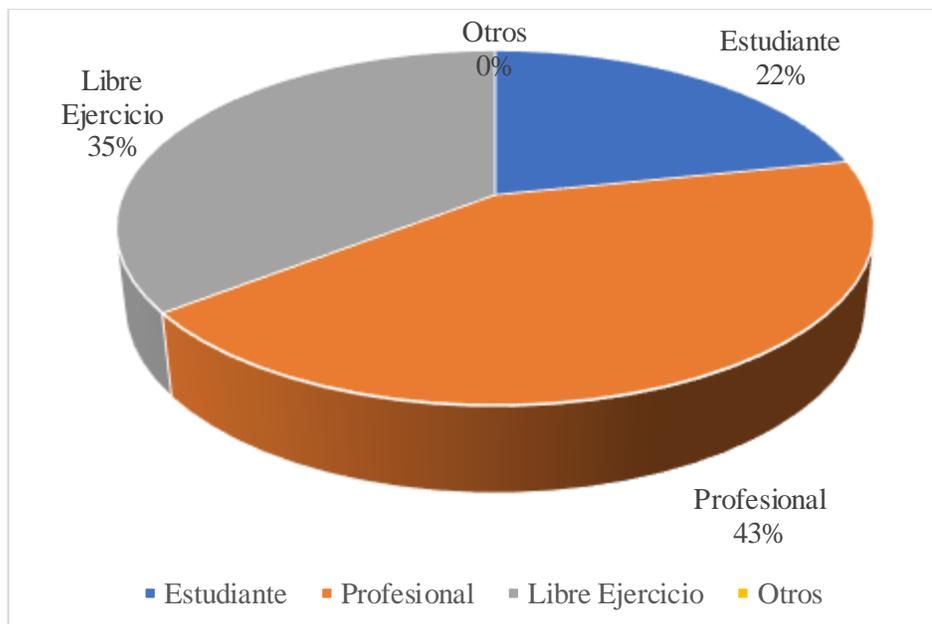


Figura 6. Ocupación de los encuestados

Fuente: Encuestas a los huéspedes del Hostal San Luis

5. Lugar de residencia:

Los clientes que frecuentan a hospedarse en el Hostal San Luis en su mayoría son de la ciudad y provincia de Loja con un 67%, seguidamente los huéspedes con más visitas que son de la provincia de Zamora con un 10%, y con un empaté del 4% son de Perú y Colombia, el resto son de cantones y ciudades aledañas con porcentajes menores del 1%.

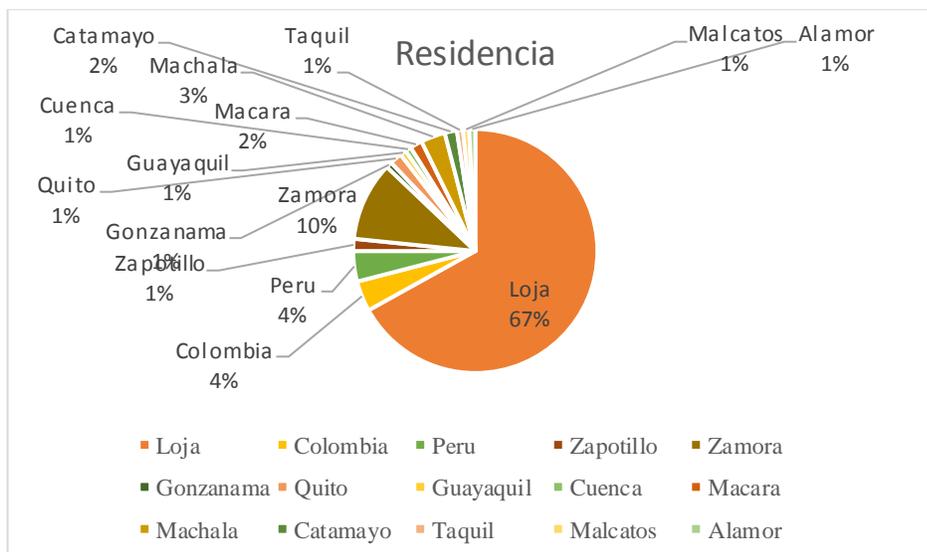


Figura 7. Lugar de Residencia

Fuente: Encuestas a los huéspedes del Hostal San Luis

6. ¿Cómo califica los servicios turísticos existentes actualmente en el Hostal San Luis?

En cuanto a la calificación asignada por los clientes del Hostal San Luis se obtuvo los siguientes resultados el 74% califican como buena y el 23% como regular, también tenemos un 2% califica como muy buena y por último 1% califica como muy mala.

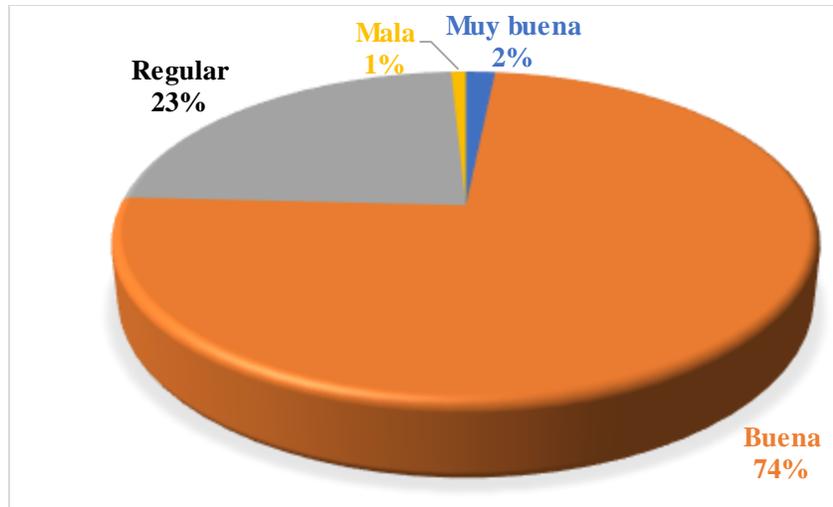


Figura 8. Calificación de los servicios del hostel
Fuente: Encuestas a los huéspedes del hostel San Luis

7. ¿Considera usted que el personal que brinda los servicios turísticos es calificado para ejercer su trabajo?

En referencia al personal calificado el 73% manifestó que si y el 27% dijo que no.

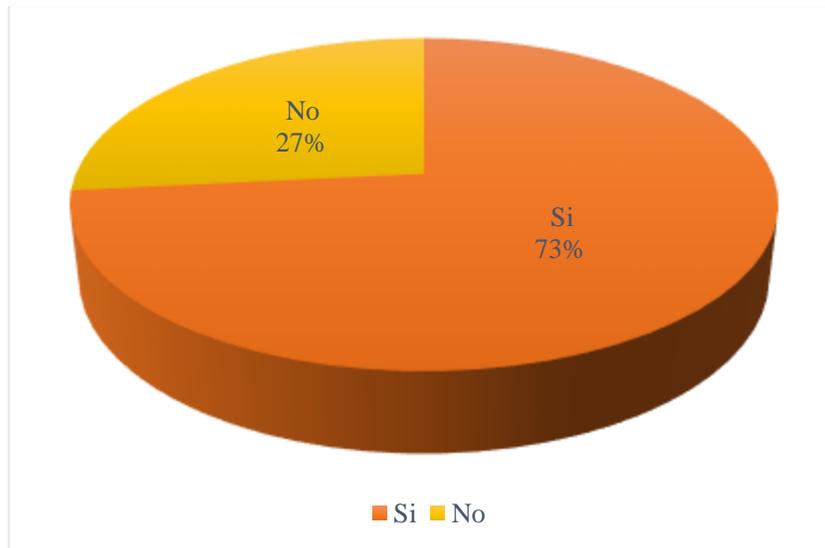


Figura 9. Calificación al personal de servicio del Hostel San Luis
Fuente: Encuestas a los huéspedes del Hostel San Luis

8. ¿Cómo califica el trato al cliente por parte del personal?

La calificación con mayor porcentaje de puntuación es la opción de buena con un 69% seguidamente de un empaté entre mala y regular con un 14% y el 2% califica como deficiente y un 1% califica como excelente.

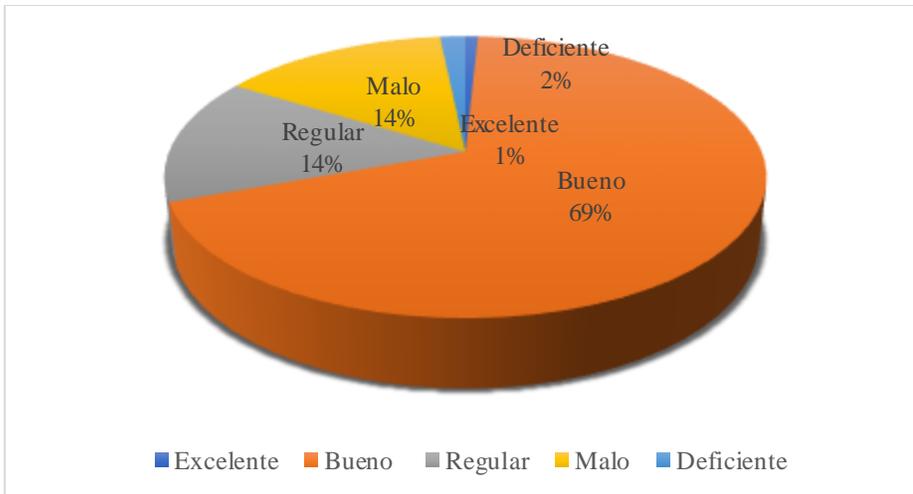


Figura 10. Calificación al trato del cliente por la empresa

Fuente: encuestas a los huéspedes del hostel San Luis

9. ¿Con qué frecuencia visita el Hostal San Luis?

De los clientes encuestados en referencia a la frecuencia de visitas tenemos que un 65% lo hace mensualmente y un 28% visita ocasionalmente, también tenemos un 7% que lo hace anual.

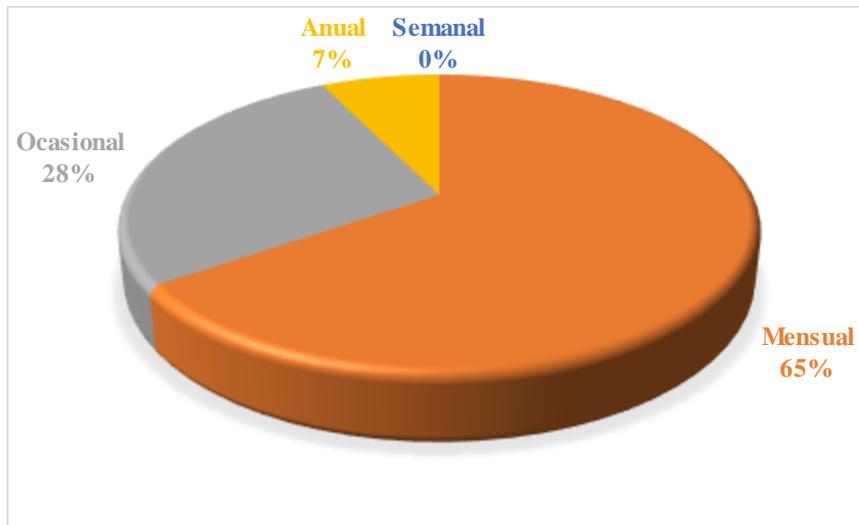


Figura 11. Frecuencia de visitas al hostel por parte de los clientes

Fuente: Encuestas a los huéspedes del hostel San Luis

10. ¿A través de qué medios obtuvo información de los servicios que ofrece el Hostal “San Luis”?

De los huéspedes encuestados manifestaron que la mayoría obtuvo información a través de familiares y amigos con un 80% el resto se informó a través de redes sociales con un 14% y el 6% restante se informó por prensa local.

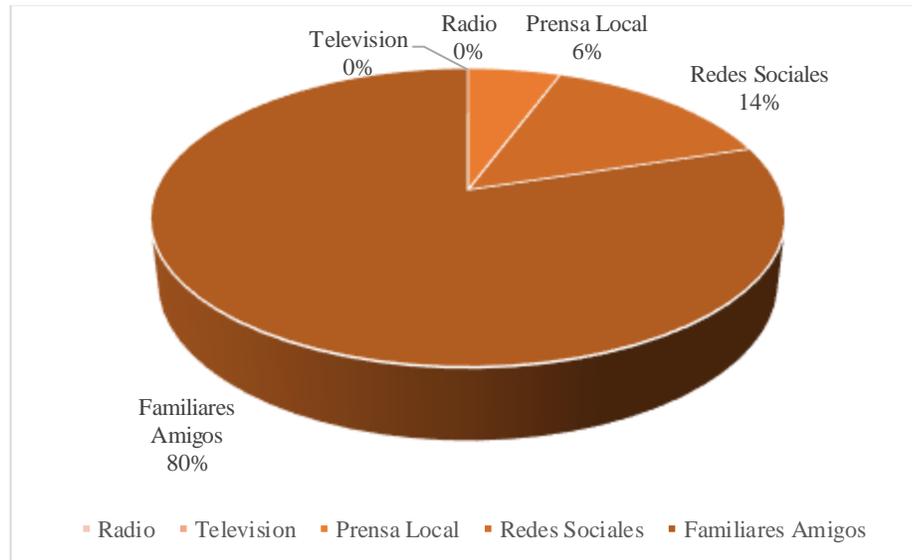


Figura 12. Medios por los que se informó el huésped

Fuente: Encuesta a los Huéspedes del Hostal San Luis

6.2.3 Resultados del cuestionario de expectativa

Tabla 19. Resultados de la expectativa de los clientes
Cuestionario de expectativas

Significado de la Escala de Likert		1		2		3		4		5		Total, Frecuencia	Ponderación	Calificación Obtenida
Expectativa = Importancia	Dimensión	Totalmente en desacuerdo		Muy en desacuerdo		Neutro		Moderadamente en desacuerdo		Totalmente De acuerdo				
		Nada Importante		Mínimamente importante		Indiferente		Importante		Muy Importante				
		Frecuencia	Ponderación	Frecuencia	Ponderación	Frecuencia	Ponderación	Frecuencia	Ponderación	Frecuencia	Ponderación			
Preguntas														
Elementos intangibles	P.1	1	1	0	0	16	48	79	316	28	140	124	505	4,07
	P.2	0	0	0	0	14	42	51	204	59	295	124	541	4,36
	P.3	2	2	0	0	10	30	55	220	57	285	124	537	4,33
	P.4	3	3	0	0	8	24	76	304	37	185	124	516	4,16
	P.5	3	3	0	0	6	18	67	268	48	240	124	529	4,26
Empatía	P.6	3	3	2	4	11	33	56	224	52	260	124	524	4,22
	P.7	2	2	2	4	5	15	53	212	62	310	124	543	4,37
	P.8	1	1	0	0	5	15	73	219	45	225	124	490	3,95
Seguridad	P.9	4	4	1	2	5	15	77	308	37	185	124	347	2,79
	P.10	1	1	1	2	3	9	86	344	33	165	124	521	4,20
	P.11	2	2	2	4	0	0	58	232	62	310	124	548	4,41
	P.12	0	0	3	6	4	12	52	208	65	325	124	551	4,44

	P.13.	4	4	0	0	8	8	41	164	71	355	124	531	4,28
	P.14.	3	1	0	0	5	15	79	316	37	185	124	517	4,16
	P.15.	4	4	0	0	5	15	54	216	61	305	124	540	4,35
Capacidad de respuesta	P.16	4	4	0	0	4	12	65	260	51	255	124	531	4,28
	P.17	1	0	0	0	3	9	63	252	57	285	124	546	4,40
	P.18	2	2	0	0	3	9	70	280	49	245	124	536	4,32
	P.19	2	2	0	0	6	18	61	244	55	275	124	539	4,34
Fiabilidad	P.20	0	0	1	2	5	15	64	256	54	270	124	543	4,37
	P.21	4	4	0	0	6	6	60	240	54	246	124	496	4,80
	P.22	2	2	1	2	4	12	66	264	51	255	124	535	4,31
												2728	11.466	93,17
												TOTAL		
												TOTAL, DE EXPECTATIVA		4,20

Fuente: Encuestas del modelo ServQual

Elaboración: Klever Stalin Jungal

6.2.3.2. Resultados del cuestionario de percepción.

Tabla 20. Resultados de la percepción de los clientes
Cuestionario de Percepción

		1		2		3		4		5		Frecuencia	Ponderación	Calificación Obtenida
Significado de la Escala de Likert		Totalmente en desacuerdo		Muy en desacuerdo		Neutro		Moderadamente en desacuerdo		De acuerdo				
Percepción=Satisfacción		Totalmente insatisfecho		Insatisfecho		Ni Satisfecho Ni Insatisfecho		Satisfecho		Totalmente Satisfecho				
Dimensión.	Preguntas	Frecuencia	Ponderación	Frecuencia	Ponderación	Frecuencia	Ponderación	Frecuencia	Ponderación	Frecuencia	Ponderación			
Elementos tangibles	P.1	49	49	45	210	23	69	5	20	2	10	124	358	2,88
	P.2	48	48	48	48	15	45	9	36	4	20	124	197	1,58
	P.3	50	50	50	50	18	54	3	12	3	15	124	181	1,45
	P.4	49	49	41	82	25	75	6	24	3	15	124	245	1,97
	P.5	45	45	47	94	19	76	8	32	5	25	124	272	2,19
Empatía	P.6	40	40	51	102	20	60	10	40	3	15	124	257	2,07
	P.7	40	40	53	106	20	60	7	28	4	20	124	254	2,54
	P.8	48	48	47	94	119	357	8	32	2	10	124	541	4,36

Seguridad	P.9	56	56	45	84	8	24	$\frac{1}{0}$	40	5	25	124	229	1,84
	P.10	49	49	44	88	23	69	3	12	5	25	124	243	1,95
	P.11	44	44	43	86	25	75	7	28	5	25	124	258	2,08
	P.12	53	53	37	74	25	75	4	16	5	25	124	243	1,95
	P.13	45	45	48	96	20	60	5	20	6	30	124	251	2,02
	P.14.	51	51	42	84	24	72	4	16	3	15	124	238	1,91
	P.15	48	48	44	88	21	63	5	20	6	30	124	249	2,00
Capacidad respuesta	P.16	47	47	44	88	21	63	7	28	5	25	124	251	2,02
	P.17	42	42	50	100	21	63	7	28	4	20	124	253	2,04
	P.18	49	49	45	90	19	57	6	24	5	25	124	245	1,97
Fiabilidad	P.19	46	46	45	90	19	57	9	36	5	25	124	254	2,04
	P.20	41	41	49	98	24	72	5	20	5	25	124	256	2,06
	P.21	47	47	42	84	22	66	8	32	5	25	124	254	2,04
	P.22	45	45	40	80	25	75	6	24	8	40	124	264	2,12
	TOTAL											2728	5.783	47,08
TOTAL, DE PERCEPCION													2,11	

Fuente: Encuestas del modelo SerQual

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Análisis de resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta de expectativa, se muestran la frecuencia con que los encuestados o huéspedes, respondieron a los ítems del Modelo ServQual, seguido de la ponderación, resultado de la multiplicación de la frecuencia por el valor de cada escala, para posteriormente determinar el total tanto de las frecuencias como de las ponderaciones, lo que se obtuvo la calificación final de cada afirmación, obteniendo como resultado una calificación total del Hostal San Luis de 4,20 obteniendo un grado de “moderadamente de acuerdo” con las afirmaciones planteados, antes de recibir el servicio.

Asimismo, se obtuvo resultados de la encuesta de percepción, donde respondieron a los ítems del Modelo ServQual, seguido de la ponderación, resultado de la multiplicación de la frecuencia por el valor de cada escala, para posterior determinar el total tanto de las frecuencias como de las ponderaciones, lo que se obtuvo la calificación final de cada afirmación, arrojando como resultado una calificación total del Hostal San Luis de 2,11, que tiene un grado de “insatisfecho”, después de recibir el servicio.

6.2.3.4 Dimensión de Elementos tangibles. Para el proceso de medición de la dimensión de elementos tangibles, se consideró el promedio de respuestas por pregunta, el máximo esperado es de 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y se concluye con el porcentaje de la media de las preguntas.

6.2.2.4 Expectativas y Percepciones.

Tabla 21. Dimensión de Elementos Tangibles

Afirmaciones	Expectativa				Percepción			
	Promedio	Máx. esperado	Diferencia	Media%	Promedio	Máx. Esperado	Diferencia	Media%
Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno.	4,07	5	0,93	81%	2,88	5	2,12	57%
Las instalaciones físicas del servicio son atractivas.	4,36	5	0,64	87%	1,58	5	3,42	31%
El personal del servicio tiene una apariencia pulcra.	4,33	5	0,67	86%	1,45	5	3,55	29%
Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos	4,16	5	0,84	83%	1,97	5	3,03	39%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta del Modelo ServQual

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Análisis

A continuación, se muestra las expectativas de los huéspedes del Hostal San Luis donde se puede notar una gran diferencia frente a la percepción que tuvieron los clientes luego de haber utilizado los servicios del Hostal donde existe una gran disminución en las puntuaciones

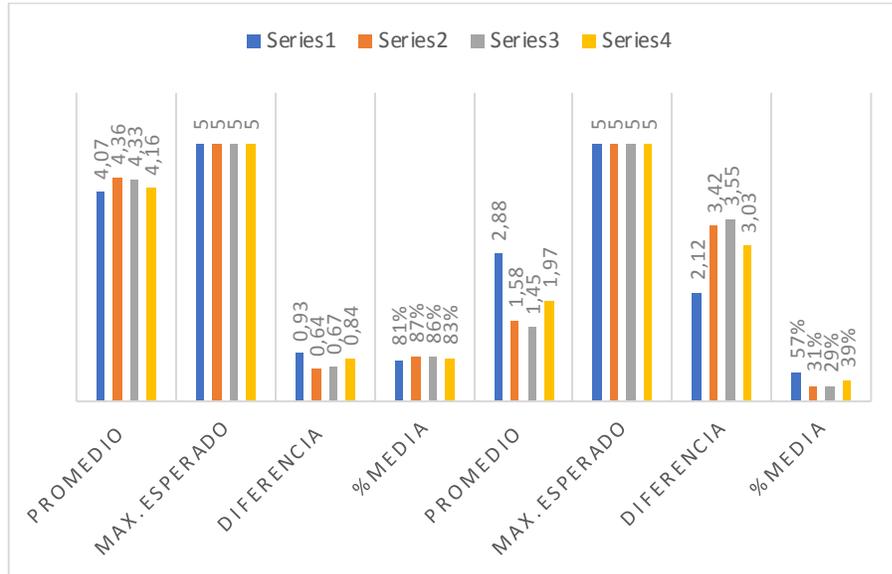


Figura 13. Resultado de la Dimensión de Elementos Tangibles

Fuente: datos obtenidos de la encuesta del Modelo ServQual.

6.2.3.5 Dimensión de empatía.

Tabla 22. Dimensión de empatía

Afirmaciones	Expectativa				Percepción			
	Pro medio	Máx. Esperado	Difere ncia	%Me dia	Promedio	Máx. Espera do	Diferen cia	%Med ia
El hostal presta atención individualizada a sus requerimientos	4,26	5	0,74	85 %	2,19	5	2,81	43%
El hostal tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes.	4,22	5	0,78	84%	2,07	5	2,93	41%
El hostal se preocupa por sus intereses.	4,37	5	0,63	87%	2,54	5	2,46	50%

El personal atiende a sus necesidades específicas.	3,95	5	1,05	79%	4,36	5	0,64	87%
El hostal tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	4,79	5	0,21	95%	1,84	5	3,16	36%

Fuente: Datos Obtenidos de la encuesta del Modelo ServQual

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Análisis

En la siguiente figura se muestra que las expectativas de los huéspedes del Hostal San Luis son superiores con referencia a las percepciones existiendo una gran disminución de puntuación en la percepción.

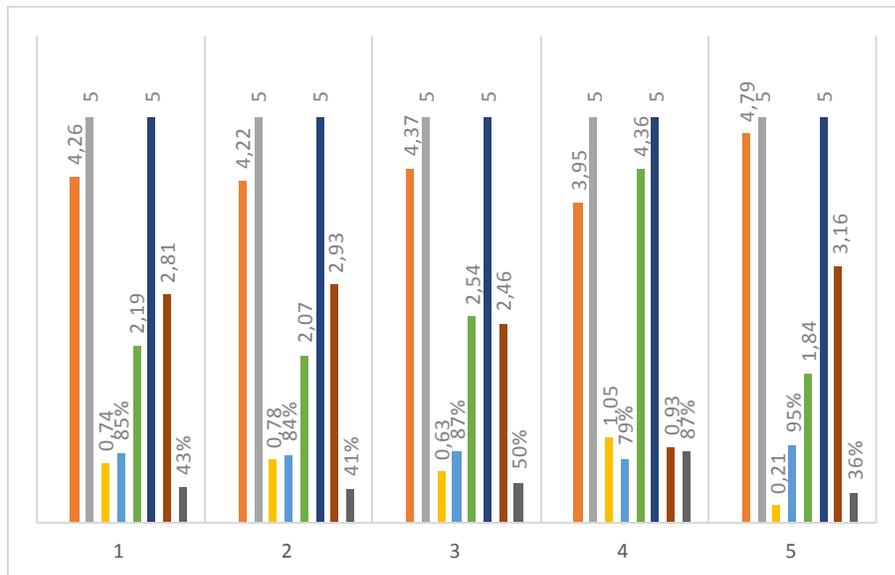


Figura 14. Escala de resultado de la dimensión de empatía

Fuente: Datos Obtenidos de la encuesta del Modelo Servqual

6.2.3.6 Dimensión de Seguridad. Par poder ejecutar el proceso de medición con referencia de la dimensión de seguridad se consideró el promedio de respuestas por pregunta, el máximo esperado es de 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y se concluye con el porcentaje de la media de las preguntas.

Tabla 23. Dimensión de seguridad

Afirmaciones	Expectativa				Percepción			
	Promedio	Máx. Esperado	Diferencia	% Media	Promedio	Max. Esperado	diferencia	%Media
El comportamiento del personal, infunde confianza en Ud.	4,20	5	0,8	84%	1,95	5	3,05	39%
El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel.	4,41	5	0,59	88%	2,08	5	2,92	41%
El personal, es cortés de manera constante con Uds.	4,44	5	0,56	88%	1,95	5	3,05	39%
El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas	4,28	5	0,72	85%	2,02	5	2,98	40%

Fuente: Datos Obtenidos de la encuesta del Modelo ServQual

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Análisis

En la siguiente imagen, se puede observar que en las expectativas de los clientes del Hostal “San Luis”, son diferentes existe una gran disminución del nivel de calificación en las dimensiones con referencia a las percepciones hay una disminución de sus puntuaciones en todas las dimensiones.

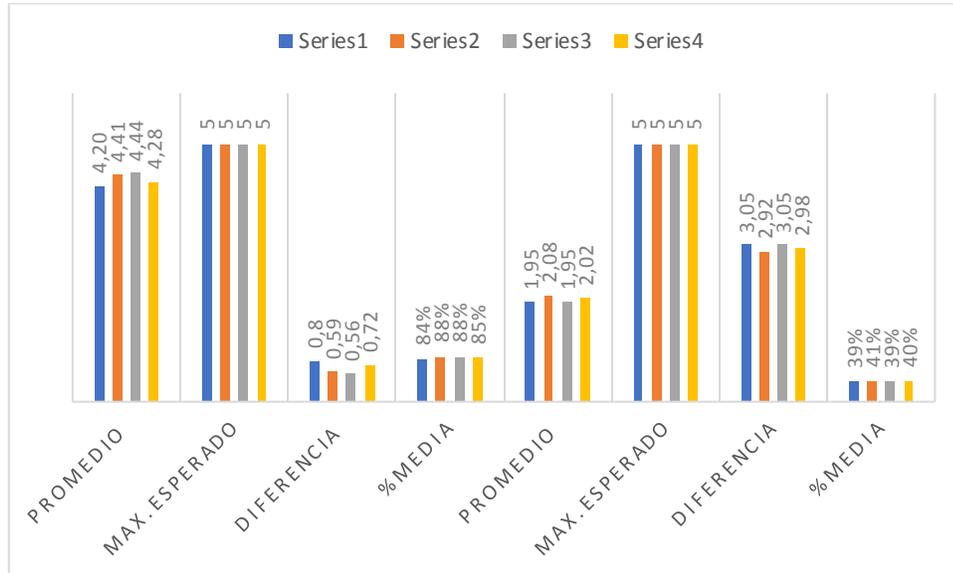


Figura 15. Escala de resultado de la dimensión de seguridad

Fuente: Datos Obtenidos de la encuesta del Modelo ServQual

6.2.3.5 Dimensión capacidad de respuesta.

Para el siguiente proceso en lo que refiere a la dimensión de capacidad de respuesta, se consideró el promedio de respuestas por pregunta, el máximo esperado es de 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y se concluye con el porcentaje de la media de las preguntas.

Tabla 24. Dimensión de capacidad de respuesta

Afirmaciones	Expectativa				Percepción			
	Promedio	Max. Esperado	Diferencia	%Media	Promedio	Máx. esperado	Diferencia	%Media
El hostel mantiene informado a los clientes con respecto cuando se ejecutara los servicios.	4,16	5	0,84	83%	1,91	5	3,09	38%
El personal del hostel da un servicio rápido.	4,35	5	0,65	87%	2,00	5	3	40%
El personal, está dispuesto a ayudar.	4,28	5	0,72	85 %	2,02	5	2,98	40%
El personal responde correctamente las preguntas que se le hacen.	4,40	5	0,6	88%	2,04	5	2,96	40%

Fuente: Datos Obtenidos de la encuesta del modelo ServQual

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Análisis

En la presente figura, se muestra que las expectativas de los clientes del hostel “San Luis”, se mantiene en la calificación de moderadamente de acuerdo, lo que no ocurre en la calificación de las percepciones, donde se mantiene una disminución de sus puntuaciones en todas las dimensiones.

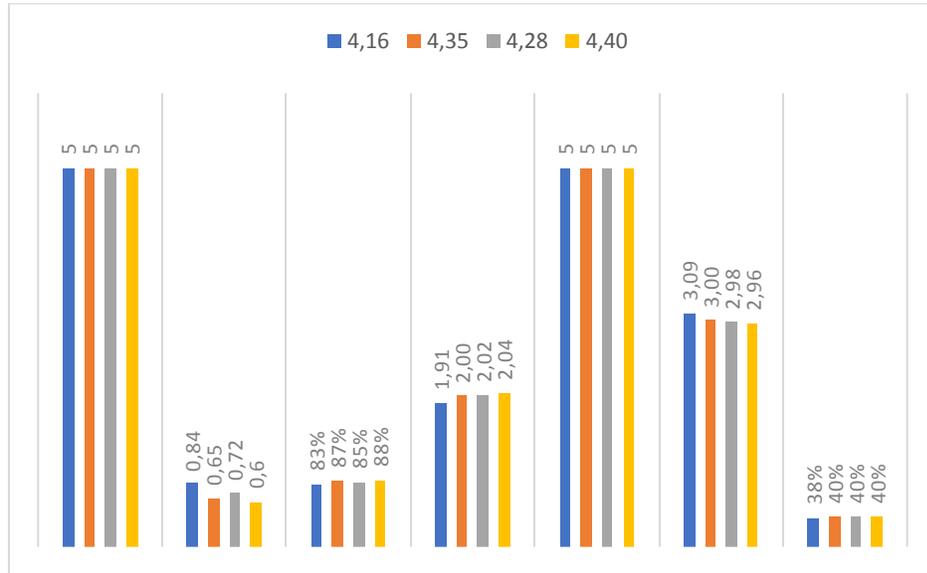


Figura 16. resultado de la dimensión de capacidad de respuesta

Fuente: Datos Obtenidos de la encuesta del modelo servqual

6.2.3.6 Dimensión de fiabilidad.

Tabla 25. Dimensión de Fiabilidad

Afirmaciones	Expectativa				Percepción			
	Promedio	Máx. esperado	Diferencia	%Media	Promedio	Máx. esperado	Diferencia	%Media
Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	4,32	5	0,68	86%	1,97	5	3,03	39%
Cuando tiene un problema, el personal muestra interés por resolverlo.	4,34	5	0,66	86%	2,04	5	2,96	40%
El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	4,37	5	0,63	87%	2,06	5	2,94	41%
El hostel proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo	4,80	5	0,2	96%	2,04	5	2,96	40%
Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos.	4,31	5	0,69	86%	2,12	5	2,88	42%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta del modelo ServQual

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Análisis

En la presente la figura, se observa que las expectativas de los clientes del hostel “San Luis”, son prácticamente de un mismo nivel en todas las dimensiones, lo que no ocurre en las percepciones, ya que hay una disminución en todas sus dimensiones.

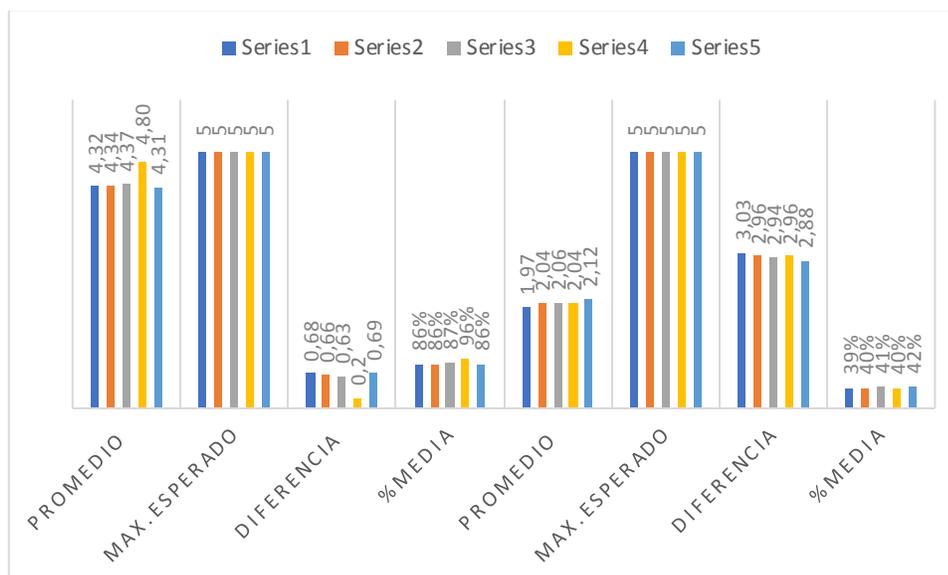


Tabla 17. Escala de resultado de la dimensión de fiabilidad

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual

Análisis

Luego de obtener los cálculos de las expectativas y percepciones de los huéspedes del hostel “San Luis” se ejecutó un análisis donde se compararon las expectativas y las percepciones de los 22 ítems del Modelo Servqual, a estas diferencias se les conoce como puntuaciones Servqual como se indica a continuación:

Tabla 26. Puntuaciones utilizadas por el modelo ServQual.

Puntuación de servqual percepción del servicio expectativas del servicio	
Puntuación	=0 Existe calidad en el servicio
Puntuación	>0 Existe un excelente o extraordinario nivel de calidad
Puntuación	<0 Existe un déficit o falta de calidad (calidad deficiente)

Fuente: Modelo ServQual

Elaboración: Klever Jungal

6.2.3.7 Análisis interpretación de datos de brecha.

Tabla 27. Análisis Servqual por Dimensión

Dimensiones	Afirmaciones	Percepción	Expectativa	Brecha
Elementos Tangibles	Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno.	4,07	2,88	1,19
	Las instalaciones físicas del servicio son atractivas	4,36	1,58	2,78
	El personal del servicio tiene una apariencia pulcra.	4,33	1,45	2,88
	Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos	4,16	1,97	2,19
	El hostel presta atención individualizada a sus requerimientos	4,26	2,19	2,07
Empatía	El hostel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes.	4,22	2,07	2,15
	El hostel se preocupa por sus intereses.	4,37	2,54	1,83
	El personal atiende a sus necesidades específicas.	3,95	4,36	-0,41
	El hostel tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	2,79	1,84	0,95
	El comportamiento del personal, infunde confianza en Ud.	4,20	1,95	2,25
Seguridad	El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel.	4,41	2,08	2,33
	El personal, es cortés de manera constante con Uds.	4,44	1,95	2,49
	El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	4,28	2,02	2,26
Capacidad de respuesta	El hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	4,16	1,91	2,25
	El personal del hostel da un servicio rápido.	4,35	2,00	2,35

Fiabilidad	El personal, está dispuesto a ayudar.	4,28	2,02	2,26
	El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen.	4,40	2,04	2,36
	Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	4,32	1,97	2,35
	Cuando tiene un problema, el personal demuestra interés en resolverlo	4,34	2,04	2,3
	El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	4,37	2,06	2,31
	El hostel proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo	4,80	2,04	2,76
	Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos.	4,31	2,12	2,19

Fuente: Encuestas del modelo ServQual

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Análisis

A continuación se muestra una descripción global de los resultados obtenidos, en el cuadro nos explica la Brecha que existe entre la expectativa y la percepción, la misma que fue desarrollada en base al modelo ServQual donde se procede a sacar una calificación promedio de cada dimensión tanto de la expectativa como la percepción del cliente, luego se procede a realizar la diferencia de los promedios entre la percepción y la expectativa, para que exista una satisfacción en el servicio el resultado debe ser igual o mayor que cero.

6.2.3.8 Análisis de Brechas por Dimensiones.

Tabla 28. Análisis ServQual

Promedio	Elementos tangibles	Empatía	Seguridad	Capacidad de respuesta	Fiabilidad	Total
Expectativa	4,23	3,91	4,33	4,29	4,42	4,23
Percepción	1,97	2,6	2	1,99	2,04	2,12
ICS	-2,26	-1,31	-2,33	-2,3	-2,38	
TOTAL	GLOBAL -2,11					

Fuente: Programa Excel

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Análisis

Se procedió a sacar una calificación promedio de cada dimensión tanto de la expectativa como de la percepción del huésped, luego se procedió a realizar la diferencia de los promedios obteniendo la brecha de las dimensiones del modelo Servqual, se puede observar que las percepciones en su totalidad no supera las expectativas; es decir, las expectativas no fueron alcanzadas en su totalidad por la percepciones, se identifica como dimensión más crítica es la empatía con una brecha de -1,31, seguida de elementos capacidad de repuesta con -2,3, las dimensiones menos críticas son de fiabilidad y seguridad con -2,33 y -2,38.

Se calculó el índice global de calidad de servicio a partir de la realización de los promedios, tanto de las expectativas como de las percepciones de cada una de las dimensiones donde se aprecia que es de -2,11, al ser positivo, evidencia que las expectativas del cliente no están siendo cubiertas por la percepción que éste tiene del servicio que se le está brindando, el nivel de satisfacción, se muestra una prevalencia promedio de 4,20, en la expectativa en la percepción arroja un promedio 2,11 esto quiere decir que en términos generales la percepción del servicio que se reconocen asumir estar “muy en desacuerdo” con el servicio recibido por el hostel San Luis, debe entenderse que no se cumplen las percepciones de los huéspedes

Tabla 29. Análisis general de dimensiones.

Dimensiones	Expectativas		Percepciones	
Elementos tangibles	4,23	84,6%	1,97	39,4%
Empatía	3,91	78,2%	2,6	52%
Seguridad	4,33	86,6%	2	40%
Capacidad de respuesta	4,29	85,8%	1,99	39,8%
Fiabilidad	4,42	88,4%	2,02	40,4%
Total, Global	2,23	84,6%	2,11	42,2%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta del Modelo ServQual.

Elaboración: Klever Stalin Jungal



Figura 18. Análisis general de dimensiones

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta ServQual

Análisis

En la figura de las dimensiones totales de la calidad del servicio del hostel “San Luis”, de acuerdo a las expectativas de los clientes, las calificaciones promedio fueron: 4,23 para elementos tangibles; 3,91 para empatía; 3,91 para seguridad; 4,33 para capacidad de respuesta y 4,29 para fiabilidad 4,42. Se evidencia que los usuarios tienen una mejor expectativa de aquellos atributos que tienen que ver con la capacidad de respuesta, asimismo, se visualiza las dimensiones totales de la calidad del servicio del hostel “San Luis”, de acuerdo a las percepciones de los clientes, las calificaciones promedio fueron: 2,11 para elementos tangibles; 1,97 para empatía; 2,6 para seguridad; 2 para capacidad de respuesta y 1,99 para fiabilidad 2,04, se evidencia que los usuarios tienen una poca percepción de aquellos atributos que tienen que ver con la fiabilidad y la empatía.

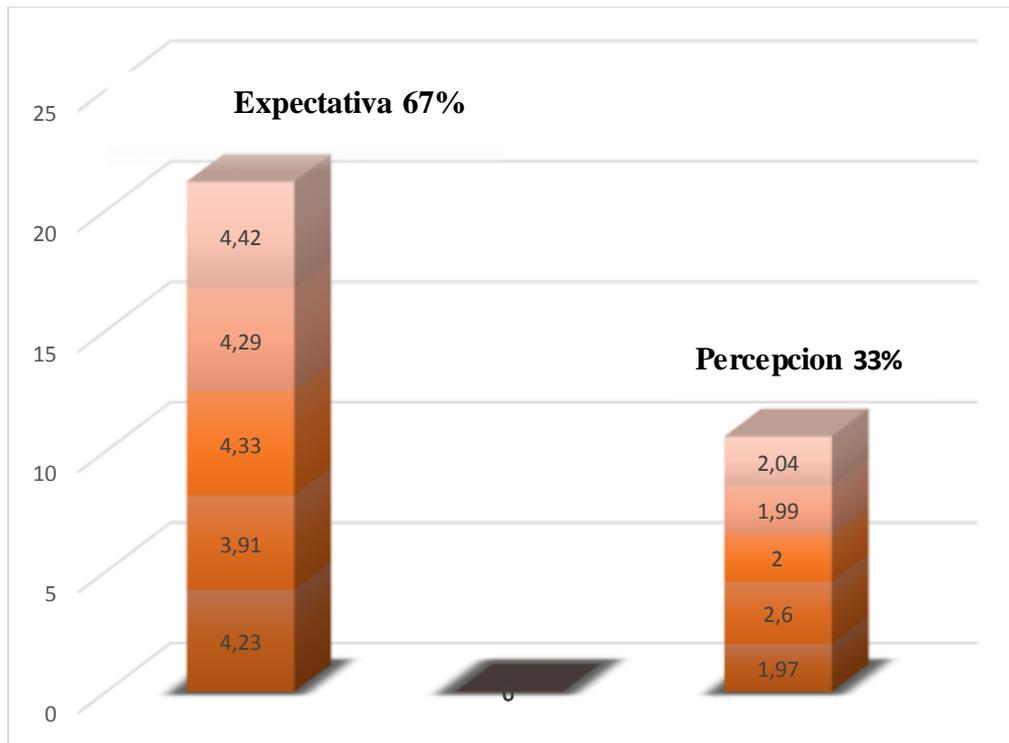


Figura 19. Resultados del Análisis General de Dimensiones-Expectativas

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta ServQual

Análisis

En la figura 17, las dimensiones superan el 67% que, de acuerdo a la escala de Likert, se encuentra “moderadamente de acuerdo” con las afirmaciones planteadas, y se encuentran “satisfechos”, con el servicio otorgado por el hostel, de acuerdo a los datos obtenidos de mediante el Modelo Servqual.

6.2.3.9 Análisis General.

Dentro del análisis general cabe mencionar que los huéspedes que fueron encuestado en el hostel “San Luis” supieron calificar con una calificación alta al momento de ingresar al hostel es decir la encuesta de la expectativa, tanto es así que en promedio tiene una calificación de 4,20 equivalente a moderadamente de acuerdo, lo que no ocurrió al momento de calificar la percepción que se aplicó la encuesta al momento de retirarse el huésped, donde la calificación fue muy baja en promedio total la calificación fue de 2,11 esto es equivalente a muy en desacuerdo, podemos analizar que los clientes no estuvieron satisfechos con los servicios que presta el establecimiento.

6.2.2.10 Análisis de las Entrevistas.

Análisis a la Gerente General

En la entrevista concedida por la Gerente General del hostel “San Luis” Ingeniera Doris Castillo manifestó que actualmente no cuentan con una forma adecuada de medir la satisfacción del cliente, solamente les comunican o preguntan esto de manera verbal al momento del check out, lo cual nos hizo observar que esto requiere preocupación por parte su persona por estar al frete de la gestión, ya que aunque están conformes con los servicios que está brindando este mismo actualmente, tenemos que tener una constancia de que el cliente también está satisfecho en algunas expectativas lo que no ocurre con las percepciones, en cuanto a la medición del personal lo realiza de manera empírica, también menciona que sus clientes son en su mayoría son proveedores y turistas de la región 7, cree que es importante la evaluación de la calidad del servicio y los mide de manera empírica y también atravez de la frecuencia con la que se hospedan, la identificación de las debilidades dice ser la infraestructura del establecimiento, la capacitación al personal no la realiza muy frecuente, los elementos que lo diferencia al hostel menciona que son los precios accesibles en cuanto a promociones dice no las realiza porque mantiene precios fijos para sus huéspedes.

Análisis de la entrevista a los trabajadores

Los trabajadores del hostel San Luis supieron manifestar en la entrevista realizada el nombre de cada uno de ellos, en lo referente a aspectos negativos del hostel en cuanto al servicio manifestaron que eran varios entre estos, falta de uniformes, la infraestructura vieja del hostel, lentitud a la hora de facilitar el servicio, en cuanto a capacitaciones indicaron no haber recibido ninguna por parte de la empresa, en cuanto a la imagen del personal expresan no ser la conveniente debido a q no poseen un uniforme que los identifique como trabajadores del establecimiento, también debemos mencionar que se preguntó lo relacionado con la frecuencia de problemas encontrados con el servicio al cliente y la manera de resolverlos aquí indicaron resolverlos de manera normal y empírica, el constante es en mucho de los casos la falta de comunicación y es por ello que falla el servicio para el cliente que lo recibe.

Tabla 30. Matriz FODA factores internos y externos

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • F1. 27 años de experiencia en el mercado. • F2. Costos estables de \$10 a \$40. • F3. Atención 24 horas al día. • F4. Marca establecida en el mercado. • F5. Relación buena con sus colaboradores. • F6. Ubicación Céntrica. • F7. Registrado en el Ministerio de Turismo. • F8. Relación excelente con sus proveedores. • F9. Huéspedes habituales y leales. • F10. Uso correcto de las normas de bioseguridad. • F11. Amplia Infraestructura. • F12 Obtener una calificación de 4,20 en las expectativas por los huéspedes 	<ul style="list-style-type: none"> • D1. Infraestructura en deterioro por el paso de los años. • D2. Falta de un diseño organizacional del Hostel. • D3. No cuenta con una estructura organizacional. • D4. Cuenta con un reducido personal para brindar un excelente servicio a los clientes. • D5. El personal no es profesional en el área de turismo o afines. • D6. No tiene alianzas estratégicas empresariales. • D7. Bajo posicionamiento de imagen en el mercado. • D8. No tiene infraestructura moderna • D9. No cuenta con una amplia variedad de servicios. • D10. Insuficiente calidad en el servicio. • D11. Falta publicidad en diferentes plataformas digitales. • D12. Deficiente cumplimiento de la normativa ambiental. • D13 Obtener baja calificación en las percepciones por los huéspedes

Oportunidades

- O1. Políticas gubernamentales enfocadas a beneficiar a los sectores turísticos.
- O2. Calles de acceso en buen estado.
- O3. Buenos ingresos por turismo debido al festival internacional de artes vivas en septiembre.
- O4. Progreso e Innovación tecnológica en el Ecuador
- O5. Creación de trabajo en la localidad.
- O6. Adiestramiento que brindan empresas en temas turísticos.
- O7. Capacitaciones que brinda el estado a través del MINTUR.
- O8. Desde el GAD local se realizó la regeneración urbana en la ciudad.

Amenazas

- A1. Nuevos competidores locales.
- A2. Alto índice de desempleo por pandemia.
- A3. Desequilibrio económico en Ecuador.
- A4. Incertidumbre del entorno por pandemia.
- A.5 Altos índices de migración por crisis económica.
- A6. Elevada inflación por pobreza.
- A7. Variante en el cambio climático.
- A8. Competencia con semejanza de servicios.
- A9. Turistas con nuevos perfiles.
- A10. Políticas de estado cambiantes.
- A11. Carente desarrollo industrial, de la provincia de Loja.
- A12. El personal del hostel no está capacitado para dar un servicio personalizado.
- A13. Los colaboradores no brindan un servicio eficiente.

Fuente: *hostal "San Luis" 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.2.5 Matriz FODA Cruzado

Tabla 31. FODA Cruzado

INTERNO	Fortalezas F	Debilidades D
EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • F1. 27 años de experiencia en el mercado. • F2. Costos estables de \$10 a \$40. • F3. Atención 24 horas al día. • F4. Marca establecida en el mercado. • F5. Relación buena con sus colaboradores. • F6. Ubicación Céntrica. • F7. Registrado en el Ministerio de Turismo. • F8. Relación excelente con sus proveedores. • F9. Huéspedes habituales y leales. • F10. Uso correcto de las normas de bioseguridad. • F11. Amplia Infraestructura. • F12. Cumple al cien por ciento con los requisitos establecido por la ley. 	<ul style="list-style-type: none"> • D1. Infraestructura en deterioro por el paso de los años. • D2. Falta de un diseño organizacional del Hostal. • D3. No cuenta con una estructura organizacional. • D4. Cuenta con un reducido personal para brindar un excelente servicio a los clientes. • D5. El personal no es profesional en el área de turismo o afines. • D6. No tiene alianzas estratégicas empresariales. • D7. Bajo posicionamiento de imagen en el mercado. • D8. No tiene infraestructura moderna • D9. No cuenta con una amplia variedad de servicios. • D10. Insuficiente calidad en el servicio. • D11. Falta publicidad en diferentes plataformas digitales. • D12. Deficiente cumplimiento de la normativa ambiental.

Oportunidades O

- O1. Políticas Gubernamentales enfocadas a beneficiar a los sectores turísticos.
- O2. Calles de acceso en buen estado.
- O3. Buenos ingresos por turismo debido al festival internacional de artes vivas en septiembre.
- O4. Afluencia de actividad productiva y de servicios
- O5. Progreso e Innovación tecnológica en el Ecuador
- O6. Creación de trabajo en la localidad.
- O7. Adiestramiento que brindan empresas en temas turísticos.
- O9. Capacitaciones que brinda el estado a través del MINTUR.
- O10. Desde el GAD local se realizó la regeneración urbana en la ciudad.

Amenazas A

- A1. Nuevos competidores locales.
- A2. Alto índice de desempleo por pandemia.
- A3. Desequilibrio económico en Ecuador.
- A4. Incertidumbre del entorno por pandemia.
- A.5 Altos índices de migración por crisis económica.
- A6. Elevada inflación por pobreza.

Estrategias FO

Valorar detenidamente el servicio que brinda el hostel, F2, O1, O4, O5.
Delinear un tríptico de servicios que oferta el hostel San Luis, F1, F2, F3, F4, O1, O2, O3, O6, O7.
Participar en ferias y congresos de turismo, con el fin de que el hostel se dé a conocer, F1, F2, F3 F6, O1, O2, O3, O6, O7
Realizar un plan de capacitación al personal en atención al cliente D3, O1, O4, O5.

Estrategias FA

Cumplir campañas publicitarias para adquirir posicionamiento en el mercado y poder competir en él, F1, F2, F3, F4, F6, A1.
Implementar promociones de los servicios que ofrece para generar mayor demanda F2, A1, A8, A9.

Estrategias DO

Crear una distribución organizacional de la empresa para lograr una mejor gestión del hostel, D2, O7. Trazar los objetivos, misión, visión, y valores del hostel, D2, O7.
Efectuar un sistema de evaluación de servicio al cliente, para poder mejorar, D7, O4, O5.
Elaborar convenios con empresas públicas y privadas, para mayor promoción, D4, O1
Crear una página web del hostel, D6, O7.

Estrategias DA

Gestionar su funcionamiento acorde a las normativas y regulaciones vigentes, D9, D10, A13.
Contratar personal profesional para la atención al cliente, D3, A8.
Arreglar la infraestructura para una mejor imagen, D10, A8, A13.
Optimizar la eficacia del servicio en las dimensiones de elementos tangibles, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad, D1, D2, D3, D4, D6, D7, D8, A13, A14.

-
- A7. Variante en el cambio climático.
 - A8. Competencia con semejanza de servicios.
 - A9. Turistas con nuevos perfiles.
 - A10. Políticas de estado cambiantes.
 - A11. Carente desarrollo industrial, de la provincia de Loja.
 - A12.No hay innovación en los equipos para un servicio óptimo.
 - A13. El personal del hostel no está capacitado para dar un servicio personalizado.
 - A14. Los colaboradores no brindan un servicio eficiente.

Fuente: *Observación directa*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.2.6 Objetivos Estratégicos

Tabla 32. Objetivos Estratégicos

Objetivos Estratégicos Resultados del FODA	Objetivos Estratégicos para Mejorar la calidad en servicio	Recomendaciones
<p>1-Diseñar material publicitario de los servicios que oferta el hostel. 2-crear una estructura organizacional de la empresa que le permita una mejor gestión interna. 3-Diseñar la misión, visión, y valores del hostel. 4-Implementar un sistema de evaluación formal de servicio al cliente. 5-Realizar convenios con empresas públicas y privadas. 6-Crear una página web del hostel. 7-Potenciar la marca de la empresa mediante rótulos publicitarios. 8-Implementar un plan de capacitación al personal en atención al cliente 9-Realizar campañas publicitarias para ganar posicionamiento en el mercado y enfrentar a posibles nuevos competidores. 10-Implementar promociones de los servicios que ofrece para generar mayor demanda. 11-Gestionar su funcionamiento acorde a las normativas y regulaciones vigentes. 12-Mejorar la infraestructura para personas con capacidades especiales. 13-Contratar más personal para la atención al cliente.</p>	<p>1-Realizar una organización de la empresa que le permita una mejor Gestión Interna. 2-Diseñar los objetivos, misión, visión, y valores del hostel. 3-Implementar un sistema de evaluación formal de servicio al cliente. 4-Crear una página web del hostel. 5-Implementar un plan de capacitación al personal en atención al cliente</p>	<p>1-Diseñar material publicitario de los servicios que oferta el hostel. 2-Potenciar la marca de la empresa mediante rótulos publicitarios. 3-Realizar campañas publicitarias para ganar posicionamiento en el mercado y enfrentar a posibles nuevos competidores. 4-Implementar promociones de los servicios que ofrece para generar mayor demanda. 5-Gestionar su funcionamiento acorde a las normativas y regulaciones vigentes 6-Modernisar la infraestructura para una mejor imagen. 8-Contratar mayor número de personal para atención al cliente</p>

Fuente: *Observación directa*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.3 Desarrollar un plan de mejoras para mejorar la calidad del servicio del hostel “San Luis”

6.3.1 Detección de Problemas

El presente proyecto tiene como objetivo identificar temas actuales que los clientes perciben como posibles problemas en el proceso de servicio del Hostel “San Luis”, con el fin de ofrecer un plan de mejora orientado al servicio que se reflejen en el aumento de la satisfacción del cliente, con base en los resultados de la encuesta del modelo Servqual, decidimos identificar los problemas para en cada dimensión de los términos de los problemas más insatisfactorios.

6.3.2 Principales Causas de Problema

Luego de analizar los pros y los contras de la presente investigación basada en el modelo ServQual, se identificó la razón transcendental de todas las deficiencias o problemas existentes, entre estos podemos destacar la falta de capacitación del personal que labora en el establecimiento e inexistencia de información relevante, promocionar en Distintas plataformas digitales, como redes sociales o en una página web del negocio.

6.3.3 Objetivos de Mejora

- Perfeccionamiento de los empleados y cumplimiento de los valores corporativos en un 90%.
- Optimizar en un 20% la gestión general y política de la organización.
- Mejorar la reputación de la empresa en un 70%.
- Consideración de la eficacia del servicio a través de una herramienta que pueda medir la calidad del servicio brindado a los huéspedes del establecimiento con el fin de conseguir la calidad en el servicio.

Objetivos específicos:

- Incrementar los Valores del negocio en un 30% analizando la cultura de la empresa.
- Robustecer el desarrollo de los trabajadores.
- Fortalecimiento del control sobre la gestión del hostel.
- Optimizar y conservar la satisfacción del cliente en un 70%.

6.3.3.1 Mejoramiento.

Tabla 33. Mejoramiento

Problemas:

- La infraestructura física del servicio no son atractivas.

Estrategia:

- Actualizar el equipamiento de servicio del hostel

Actividades y subactividades	Indicador	Tiempo	Metas	Recursos	Responsable	Presupuesto
-Deficiente señal de la operadora de internet en todas las habitaciones, poco alcance -Adquirir televisores nuevos y modernos con buena conexión de canales para una mejor experiencia del cliente.	-El número de clientes que tienen opiniones positivas sobre el hostel.	-Corto plazo	-Alcanzar que el área de recepción sea atractiva para el cliente y que se siente a gusto en su estadía.	-Económico -Humano -Tecnológico	Gerenta y Propietaria del Hostal San Luis	\$20,00

Fuente: Adaptación a la metodología del MINTUR 2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

6.3.3.2 Falencias Encontrados en el hostel.

Tabla 34. Falencias encontradas

Problemas:

- El hostel no cuenta con personal que brinde una atención personalizada.
- Personal de servicio con deficiente rapidez para hacer algo en cierto tiempo, no lo logra.
- El personal, no desempeña bien el servicio desde la primera vez.

Estrategia para el establecimiento

- Realizar capacitaciones continuas para los colaboradores del hostel.

Actividades y Subactividades	Indicador	Tiempo	Metas	Recursos	Responsable	Presupuesto
Realizar Capacitaciones al personal de servicio, en temas como: Atención al cliente, presentación personal, Hospitalidad, etc., Con asistencia de un convenio con el MINTUR	Cuatro capacitaciones al año, cada tres meses, al 100% del personal de servicio. Capacitación del 100% al personal del hostel	Mediano Plazo	El personal pueda brindar una atención personalizada Generar una mejor percepción de los clientes acerca del servicio prestado por el personal de la empresa.	Económico. Humanos. Tecnológico	Gerenta del hostel Ministerio de Turismo.	Gratuito

Fuente: Adaptación a la metodología del MINTUR 2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

6.3.3.3 Desarrollo de la Propuesta. Gracias al plan de formación, también se podrá mejorar la cualificación del personal y garantizar que la información entregada sea correcta, ya que los colaboradores recibirán formación práctica para fortificar sus conocimientos habilidades y destrezas

Tabla 35. Desarrollo de la Propuesta

Temática	Dirigido	Mes	Tiempo y duración	Horario	Forma /teórico practico	Lugar	Entidad convenio	Conferencia	Precio por capacitación
<ul style="list-style-type: none"> • Expresión oral y escrita con orientación al sector hotelero • Ética profesional y liderazgo • Control y toma de decisiones • Pasos y coordinación para el trabajo en equipo • Seguridad en el trabajo 	A todo el personal	Mayo 2023	1 hora diaria (lunes a jueves) durante 1 mes Total, 16 horas.	En horarios que no dificulte el normal desarrollo de las actividades	Teórico y practico	Salón de la cámara de turismo	Convenio con empresas públicas	Curso otorgado por el MINTUR.	Gratuito para todo el personal
<ul style="list-style-type: none"> • Concepto de administración estratégica aplicada al sector hotelero • Técnicas para el desarrollo organizacional en centros de alojamiento 	Ala gerenta administrativa	Junio 2023	1 hora diaria (martes a viernes) durante 1 mes Total, 16 horas.	En horario que no dificulte el normal desarrollo de las actividades diarias	Teórico y practico	Salón de la cámara de turismo	Convenio con empresas públicas	Curso otorgado por el MINTUR.	Gratuito para todo el personal

<ul style="list-style-type: none"> Técnicas para la aplicación del check in check out. Manejo de páginas de internet de servicios y atractivos locales 	Área de recepción	Julio 2023	1 hora diaria (martes a viernes) durante 1 mes Total, 16 horas.	En horarios que no dificulte el normal desarrollo de las actividades	Teórico y práctico	Salón de la cámara de turismo	Convenio con empresas públicas	Curso otorgado por el MINTUR.	Gratuito para todo el personal
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	------------	--------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	--------------------	-------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------

Fuente: *Observación Directa*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.3.3.4 Problemas.

Tabla 36. Problemas

Problema:

- El hostel no se preocupa por los intereses de los huéspedes.

Estrategia Sugerida:

-Proponer un plan de fidelización para los clientes del hostel.

Actividades y subactividades	Indicador	Tiempo	Metas	Recursos	Responsable	Presupuesto
Ejecutar promociones para fidelizar a los clientes. Dirigido a los servicios de alojamiento que ofrece el hostel. Brindar precios asequibles y cómodos para el bienestar del cliente.	Aumentar la cantidad de Clientes fidelizados en el hostel. Al cabo de 12 meses aumentar las utilidades el número de ventas.	Largo plazo	Lograr que el cliente se sienta más cómodo con el servicio del hostel y se pueda aumentar ventas en el mismo.	Económico Humano	Gerente Personal del hostel	\$650,00

Fuente: *Observación directa*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.3.3.5 Desarrollo del Plan de descuentos para fidelizar clientes.

Tabla 37. Plan de descuentos para fidelización

Área o prototipo	Producto	Segmentos	Mercados	Canales de promoción	Canales de distribución
Alojamiento	Descuentos del 10% grupos mayores de 10 personas en habitación estándar, doble o triple.	Estudiantes Grupos familiares Solteros Empleados públicos y privados Turistas	Colegios y universidades, Institutos de la ciudad Loja Empresas privadas y públicas de la ciudad de Loja	-Anuncios en la radio	- Portal web
				-Afiche en terminales aéreas y terrestres	-Terminales de Loja, Cuenca y Zamora
				-Página privada del hostel	-Blogs
				-Agencias de turismo local	-Agencias de turismo receptivo.
				-Redes sociales	

Fuente: Observación directa

Elaboración: Klever Stalin Jungal

- **Descripción del plan de descuentos para los clientes del hostel.**

Para cumplir con la propuesta de un plan de descuentos se debe tener en cuenta las siguientes características para servicio como se detalla a continuación:

- **Servicio Alojamiento**

Alcanzar una ocupación promedio de 5 Hab/día, con una tarifa promedio de \$ 20,00

- **Estrategias de venta**

Anuncios en radio y publicación de ofertas especiales por redes social.

Tabla 38. Presupuesto Referencial por Año

Mes	Actividad	Costo mensual	Costo anual
Enero hasta Diciembre	Publicar en página web del hostel. Anuncios en la radio (luz y vida) Publicaciones en redes sociales del hostel Elaboración de Afiches	\$ 45.8	\$ 550

Fuente: Observación Directa-Cotización

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Tabla 39. Presupuesto de Medios Publicitarios

Plan de medios del hostel “San Luis”		
Lugar	Canal	Descripción
LOJA	Página web	Solo se lo realizara en la página oficial de la institución. Actualización cada mes.
	Radio	Pautaje en radio boquerón 97.3 Costo \$3.75 más IVA. Duración: 47 segundos 1 Pautaje por semana: 50 cuñas. \$ 150 al año más IVA.
	Redes sociales	Publicaciones en Instagram (página propia) Anuncios en Facebook (\$32 mensuales) para llegar a un aproximado de 10.000 personas. \$ 360 al año
Loja y Cuenca	Afiches	Publicidad en los terminales de Loja, Zamora, Cuenca 1 diseño de afiche: \$22 Impresión de 100 Afiches: \$27

Fuente: Observación Directa-Cotización

Elaboración: Klever Stalin Jungal

6.3.3.5 Detención de Problemas.

Tabla 40. Problemas

Problema:

-El comportamiento del personal, no genera confianza en los huéspedes.

Estrategia:

-Realizar programas para motivar a los empleados del Hostal “San Luis”.

Actividades y subactividades	Indicador	Tiempo	Metas	Recursos	Responsable	Presupuesto
Preferir el mejor empleado cada mes. Dirigida a todos los empleados del hostal para otorgar incentivos. Horas extras bien remuneradas. Vacaciones correspondientes, para que así los empleados ofrezcan la mayor satisfacción al cliente	El número de clientes satisfecho con el servicio personalizado En 6 meses el 50% de los trabajadores aumenten su rendimiento en el trabajo El número de empleados que permanecen prestado sus servicios en el hostal	Mediano plazo	Alcanzar el compromiso de los empleados con la empresa y lograr clientes satisfechos	Económico Humanos	Gerente	\$350,00

Fuente: Adaptación de la metodología del MINTUR

Elaboración: Klever Stalin Jungal

6.3.3.6 Desarrollo de la Propuesta. Para desarrollar con el presente objetivo se realizó una cotización de todos los medios publicitarios y se detalla a continuación:

Tabla 41. Presupuesto referencial por año

Mes	Actividad	Costo Mensual	Costo Anual
De enero a diciembre 12 meses	Establecer y publicar en página web sobre los servicios que brinda el hostel. Publicaciones y creación de redes sociales para el establecimiento	\$ 60,17	\$ 722,04

Fuente: *Observación directa-cotización*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

Tabla 42. Presupuesto de medios publicitarios

Plan de medios del hostel “San Luis”	
Canal	Descripción
Página web	Se realizará en la página oficial del establecimiento por un diseñador. \$100 Actualización cada mes.
	Publicaciones y anuncios en Instagram (página propia) para llegar a 25000 personas. \$250
Redes sociales	Anuncios en Facebook (30 dólares mensuales) para llegar a un aproximado de 10.000 personas. \$ 360 al año
	Twists en Twitter acerca de las promociones y servicios que brinda el hostel San Luis.

Fuente: *Observación directa-cotización*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.3.3.7 Problemas Detectados.

Tabla 43. Problemas

Problema						
-El personal del hostel no da un servicio expedito.						
Estrategia Sugerida:						
-Mejorar la Gestión Administrativa del establecimiento						
-Crear un sistema de evaluación de la calidad de servicio que presta el hostel “San Luis”						
Actividades y subactividades	Indicador	Tiempo	Metas	Recursos	Responsable	Presupuesto
Elaborar manuales de funciones de puesto en ejecución el proyecto. Se debe detallar el perfil necesario para cumplir cada puesto, la dependencia y las funciones que debe realizar, para satisfacer al cliente con calidad y calidez. Implementar un sistema de medición de la calidad de servicio.	Tener el manual de funciones al cabo de 5 meses, para que los clientes obtengan la satisfacción con el servicio brindado. El número de clientes satisfechos.	Mediano y largo Plazo	Lograr que el empleado conozca sus funciones para dar un mejor servicio al cliente. Tener documentado los aspectos importantes Aspectos importantes de la gestión administrativa del hostel	Humano Material Económico	Gerente y personal del hostel	\$150,00

Fuente: Adaptación de la metodología del MINTUR 2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

6.3.3.8 Organigrama de la empresa hostel "San Luis"

El organigrama es la representación gráfica del capital humano de una organización, mostrando la línea de reporte de todos los puestos de los colaboradores. Pieza fundamental para la correcta planeación organizacional.

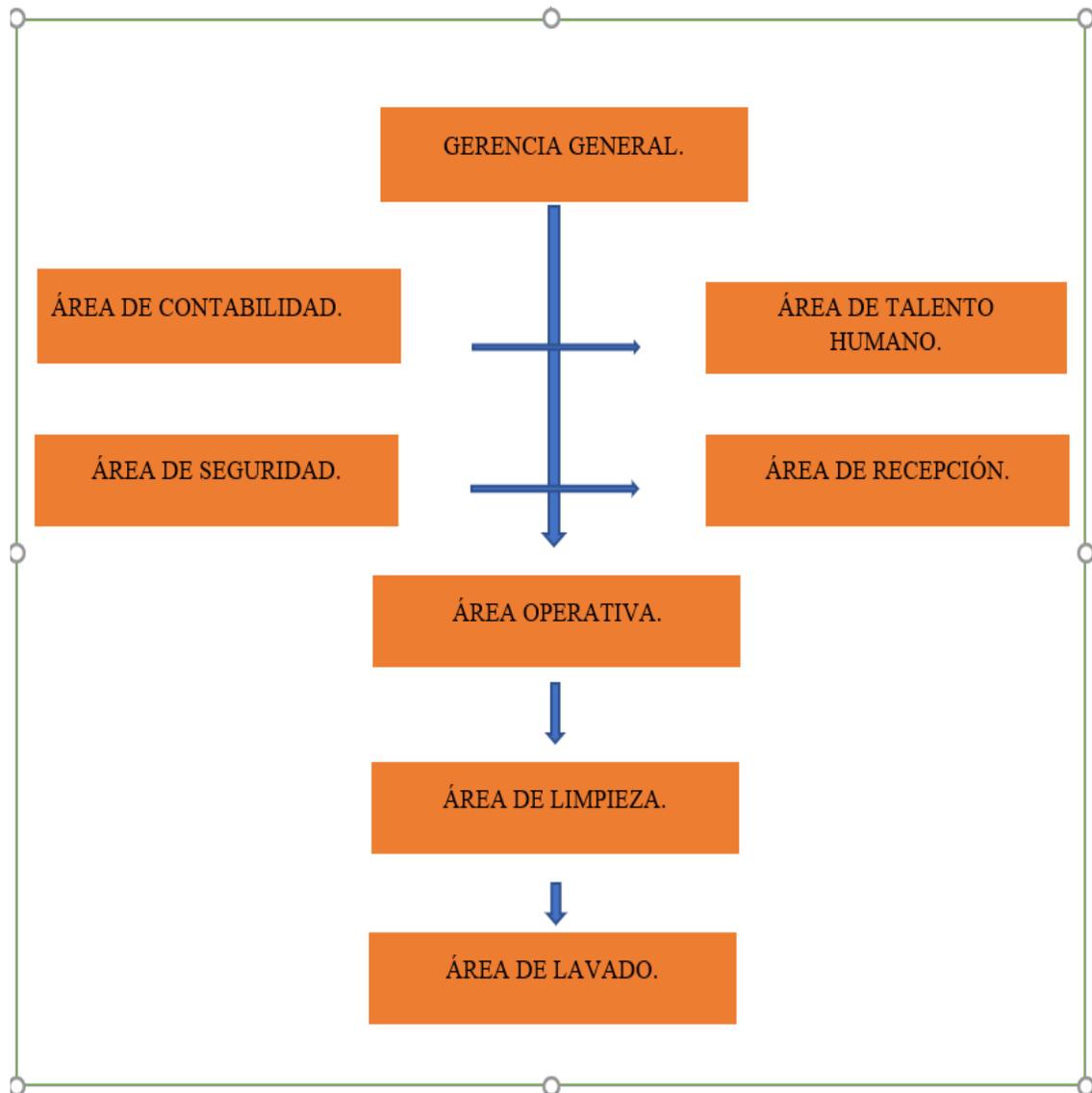


Figura 20. Organigrama de la empresa hostel "San Luis"
Fuente: *Hostal "San Luis" 2023*

6.3.4 Estrategia dos Misión

Brindar un servicio eficiente y de calidad en el mercado hotelero, ofrecer a los clientes una asistencia personalizada que genere y satisfaga la necesidad del huésped y se caracterice por dar un servicio diferente en la ciudad de Loja.

6.3.5 Estrategia tres Visión

Conseguir hasta el año 2026, mejoramiento continuo, alcanzando los estándares de calidad necesarios para el servicio al huésped, llevando las ventajas de generaciones al mercado local, donde el nombre del establecimiento será uno de los primeros hostales de nuestra ciudad.

6.3.6 Estrategia cuatro Objetivos

- Asumir como propósito único el mejoramiento de los servicios brindados por el establecimiento, y así garantizar los estándares de calidad en el servicio.
- Capacitar constantemente al personal que brinda el servicio con el objetivo de mantenerlos motivados e incentivados y así ver como resultado una atención personalizada con el huésped.
- Participar constantemente en programas que aporten con la responsabilidad social y sobre todo con el cuidado del medio ambiente
- Honestidad: es significativo que nuestra sociedad este inmersa en la honestidad y poder mostrar transparencia en los objetivos a cumplir en la parte comprometida.

6.3.7 Estrategia cinco Valores

Dentro de los valores que se emplearan dentro de a la empresa Hostal San Luis y que le aportaran a poder conseguir el progreso necesario que aporte al adelanto de la empresa en el campo del hospedaje son:

- **Calidez:** La calidez para el hostel debe ser la carta más importante de presentación con el cliente, brindando afectividad, responsabilidad, gentileza, y cordialidad en cada momento de interacción. Construyendo así, puentes de confianza entre la organización sus clientes.
- **Confort:** Mantener constantemente un enfoque de bienestar para el cliente y para el Hostal, contando con instalaciones dotadas de elementos necesarios para generar comodidad, ambiente y tranquilidad agradable a los huéspedes.
- **Innovación:** Buscar activamente las ocasiones para mejorar los servicios, afinando detalles en soluciones de problemas y promoviendo mejoras continuas. Aprovechando las

oportunidades para actualizar constantemente los conocimientos, para innovar en las instalaciones y los servicios brindados por el hostel.

- **Cumplimiento:** El hostel es un establecimiento que debe trabajar con responsabilidad en pro al cumplimiento de los compromisos con sus huéspedes, satisfaciendo sus necesidades con prontitud, generando confianza y fidelización.
- **Honestidad:** La honestidad debe ser representativa en la empresa, garantizando confianza, seguridad e integridad en las relaciones interpersonales. Ofreciendo conductas de ética, discerniendo claramente entre lo que es correcto y lo que es erróneo.
- **Amabilidad:** La amabilidad es la primera impresión que debe brindarse a los clientes, atendiéndolos con satisfacción y fervor, poniendo el corazón constantemente a los servicios.

6.3.8 Estrategia seis Políticas Para huéspedes del hostel ‘San Luis’

- **Check in:** la hora de ingreso de los huéspedes es a partir de las 12h00 del medio día.
- **Check out:** la hora de salida de los huéspedes es a las 12h00 del siguiente día.
- **La tarifa de pago incluye:** hospedaje, internet, parqueadero, y uso de las instalaciones.
- **Política de proveedores:** se aceptan a los proveedores de lunes a sábado, y para la selección de los mismos, se basan en la calidad y certificación de los productos.
- **Cuide el agua** cierre la llave por el bien del medio ambiente
- **Su derecho de hospedaje** en la habitación es hasta las 12h00 horas; pasada de esta hora se cobrará por otro día.
- **Sus objetos de valor** encomiéndelos en recepción el hostel cuenta con servicio de caja fuerte.
- **Al momento de salir** del establecimiento la llave de su habitación debe dejarla en recepción.
- **Cualquier daño** perpetrado en las instalaciones del hostel que hayan sido ocasionadas por el cliente se le cobrará el valor a pagar.
- **Prohíbo** ingerir bebidas alcohólicas en las habitaciones del establecimiento.

6.3.9 Manual de funciones para cada cargo del hostel "San Luis"

El Manual de Funciones y de capacidades laborales es un instrumento de gestión de talento humano que permite establecer las funciones y competencias laborales de los cargos que conforman la planta de personal de las empresas, así como los requerimientos de conocimiento, experiencia para cada obligación.

Tabla 44. Manual para Gerencia

Manual de funciones para la gerencia general	
Perfil de cargo	
Nombre del cargo	Gerente
Dependencia	Gerente
Requisitos para el cargo	<ul style="list-style-type: none">-Título profesional ing. Administración de Empresas, Hotelería y turismo o carreras afines.-Tener títulos de postgrados relacionados con administración y gerencia de empresas turísticas.- Sexo masculino o femenino-Experiencia mínima 3 años
Perfil del cargo	<ul style="list-style-type: none">-Persona encargada de planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención-Contar como mínimo de 5 años de experiencia en cargos gerenciales en los que haya manejado empresas del sector turístico o afines.
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none">-Planear y desarrollar metas a mediano y largo plazo junto con los objetivos anuales del hostel.-Evaluar periódicamente el desempeño y cumplimiento de los objetivos de cada una de las áreas del establecimiento.-Representar a la organización frente a los clientes, proveedores y demás importantes colaboradores de la empresa.-Identificar áreas de oportunidad dentro y fuera de la empresa, que le permita ser más competitiva en el mercado.-Suscribir los certificados de aportación-Administrar la empresa de manera adecuada, profesional y ética, apegado a los estatutos y orientado a la consecución de las metas y objetivos de la empresa.-Suscribir la correspondencia y compromisos de la empresa.	

- Contratar y remover a empleados de la empresa, así como determinar los deberes y funciones, remuneraciones, vacaciones y permisos.
- Planear, ejecutar, dirigir, la gestión administrativa y operativa.
- Manejo de la relación con los diferentes proveedores que venden al hostel.
- Desarrollar las estrategias de compras anuales y proyecciones del hostel.
- Llevar el control administrativo u disciplinario del personal y coordinar toda la actividad de producción del hostel.
- Realizar la programación, organización, control y registro contable de los actos administrativos.
- Supervisar las actividades de las unidades administrativas contables y fiscalizar las rendiciones de cuentas que realicen por pago de salarios, gastos e inversiones.

Fuente: *Observación directa*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

Tabla 45. Manual de funciones para recepcionista

Manual de funciones para el cargo de recepcionista

Perfil de cargo	
Nombre del cargo	Recepcionista
Dependencia	Gerencia general Profesional en el área de turismo o afines
Requisitos de formación	Experiencia de 1 año Sexo femenino Persona ágil, carismática, con actitud de servicio al cliente, que tenga conocimiento en realizar check-in y check-out tanto manual como sistemático. Debe ser organizada en sus labores.
Perfil	TENER CONOCIMIENTOS EN: - Contabilidad general - Tributación - Relaciones humanas - Buen nivel de inglés - Buen nivel de cultura general.

Funciones esenciales

- Efectuar el requerimiento, controlar y distribuir materiales de la empresa, cuidando la integridad y conservación de los mismos.
- Custodiar y ordenar los archivos, registros, sellos y demás documentos pertenecientes al Hostal “San Luis”.
- Sostener una comunicación agradable con el huésped.
- Registrar controlar el ingreso y salida de los huéspedes (check in – check out).
- Realizar cambios de habitaciones solicitados por los huéspedes.
- Autorizar la prolongación de estadías y realizar las reservas fuera del horario normal de atención.
- Mantener una fluida comunicación con los departamentos de gerencia y contabilidad.
- La recepcionista le dará la bienvenida al huésped en forma atenta y cordial.
- Le preguntará si tiene reserva confirmada y a nombre de quien está la misma.
- Reconfirmará con el huésped los datos y contenidos en la reserva.
- Luego preguntará quien se hará cargo de los gastos ocasionados durante la estadía.
- Verificará si quedo algo pendiente y completará los datos faltantes en la ficha de ingreso.
- En caso de Ingreso de un grupo. La reserva de un grupo debe realizarse con unos días de anticipación para facilitar la llegada de los mismos, de esta manera la recepcionista podrá tener todo organizado.
- Luego entregará las llaves de las habitaciones a cada integrante del grupo.
- Verificar las reservas si se encuentran garantizadas, y en caso de haber otorgado algún descuento que este se encuentre con la autorización correspondiente.
- Mediante la observación del Plano de Habitaciones, tomará conocimiento de las habitaciones que se encuentran ocupadas, bloqueadas, habitaciones libres, habitaciones con check out en el día.
- Atención al cliente
- Información del servicio que presta el hotel a clientes
- Recepción de llamadas
- Organizar archivos de eventos programados
- Facturación de servicios que presta el hostal
- Reservas de estadía

Fuente: *Observación directa*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

Tabla 46. Manual para Camareras/o

Manual de funciones para el cargo camareras /o de pisos	
Perfil de cargo	
Nombre del cargo	Camarera/o
Dependencia	Gerencia General
Requisitos de formación	Título de Bachillerato o título técnico certificado en administración hotelera. Experiencia de 1 año en cargos como camarera o supervisora de camareras en los que haya manejado empresas del sector turístico o afines.
Perfil	Persona encargada de hacer la limpieza de las habitaciones, es responsable de velar por el perfecto estado de estas, cumpliendo con los estándares de calidad, siguiendo el paso a paso del manual de funciones estipulado en el establecimiento. Se requiere que sea atenta /o y organizada para el desarrollo de sus labores, además de ello debe tener conocimiento en suministro de aseo limpieza y desinfección.
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none">- Limpiar áreas comunes.- Arreglar habitaciones.- Atender al huésped durante su permanencia.- Reportar a recepción los objetos olvidados por los huéspedes.- Brindar el servicio de buen trato a los clientes.- Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato superior, dentro de su campo de acción.- Tocar a la puerta antes de entrar- Dejar la puerta abierta.- Dejar el aviso de "camarera en servicio" en la perilla exterior de la puerta de entrada para informar de su presencia.- Abrir ventanas y puertas de balcones para una mejor ventilación de la habitación.- Verificar que la habitación no tenga ningún daño (muebles quemados, cortinas rotas, vidrios rotos, etc.).- Colgar la ropa del huésped en el closet, ordenar y acomodar revistas o libros, etc.	

- Sacar la basura del cuarto y del baño al carrito y cambiarle la bolsa. plástica al basurero si estuviera sucia.

- Despolvar la habitación y sus muebles.

- Tender las camas, en caso de que las sábanas estén muy sucias o en mal estado, cambiarlas. Siguiendo la política del hostel.

- Limpiar mesas de noche, escritorio, cuadros, lámparas y teléfono de la habitación.

- Limpiar y sacudir el closet y verificar el número de perchas.

Barrer y limpiar el piso.

- Verificar el funcionamiento de luces y lámparas.

- Regar y verificar que las plantas de la habitación se encuentren en buen estado.

- Limpiar la puerta exterior y asegurarse de cerrarla perfectamente.

- Anotar en su reporte el estado de la habitación (vacío y limpio, ocupado, etc.).

- Limpieza del baño, lo que implica:

- Probar la ducha.

- Limpiar puerta de vidrio de ducha.

- Limpiar y secar las manijas de control de la ducha.

-Limpiar espejos.

- Limpiar el lavamanos y las manijas del mismo.

- Colocar todos los suministros (papel, jabón, toallas, ambientales, etc.).

- Limpiar el piso del baño.

- Colocar la alfombra del baño.

- Apagar luces del baño.

- Realizar otras actividades tales como:

- Revisar su carrito para renovarlo de lo necesario

- Limpieza de baños en áreas públicas.

- Limpieza de las demás áreas del Centro, según programación de actividades

Fuente: *Observación directa*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

Tabla 47. Manual para lavandera

Manual de Funciones para el personal de lavandería

Perfil de cargo

Nombre del cargo

Lavandería

Dependencia

Gerenta

- Bachillerato

- Sexo femenino

Requisitos para el cargo

-Título de bachiller

Perfil del cargo

Persona encargada de, coordinar y controlar las actividades del aseo de blancos del hostel, así como tambien el doblado de toalla y demás útiles del establecimiento

Funciones esenciales

- Se asegura de que las prendas que llegan a la lavandería estén identificadas con su código correspondiente para poder retornarlas al destino correctamente.

- Codificar las prendas sin identificación.

- Clasificar los artículos según color, tejido y tratamiento requerido.

- Identifica los posibles daños o manchas.

-Carga y descarga las lavadoras y secadoras.

- Se ocupa de programar lavadoras, eligiendo el programa de lavado y los detergentes y suavizantes más adecuados.

- Programa las secadoras, definiendo los tiempos y temperatura de secado más adecuados para cada prenda.

- Se puede encargar de las operaciones de planchado y zurcido si no existen otros responsables.

- Cuenta y clasifica los artículos antes de devolverlos a los clientes o dependencias.

- Se ocupa de doblar, empaquetar y presentar las prendas una vez lavadas y planchadas.

- Se ocupa del cuidado y mantenimiento de la maquinaria de lavandería.

- Controlar y custodiar los stocks de lencería del hotel.

- Controlar la entrada de ropa sucia a la lavandería

-Cuadrar con recepción la facturación diaria de ropa de clientes

-Realizar los inventarios de los gastos.

Fuente: *Observación directa*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.3.10 Establecer un sistema de calidad de los servicios que presta el hostel “San Luis”

Para conseguir este objetivo es necesario implementar un calificador de calidad de servicio que permita medir la satisfacción de los huéspedes que se hospedan en el hostel “San Luis”



Imagen Calificador de Calidad del servicio recibido para el hostel

Fuente: Google digitales

El evaluador de servicios es una herramienta que le permite evaluar el nivel de atención del personal de servicio y conocer cómo perciben los clientes los servicios del Hostel.

Nivel de cualificación.

- Excelente.
- Bien.
- Regular.
- Malo.

Características.

- La entrada de conexión USB.
- Su diseño facilita su instalación y conexión.
- Colocación sobre una superficie de trabajo o mesa.
- La sincronización del pc.
- software relacionado con pc.
- Costo del calificador \$160,00 dólares

6.3.11 Presupuesto del plan de mejoras

Tabla 48. Presupuesto total

Rubros	Cantidad	Voluntario	Subtotal
Estrategia			
Rediseño del área de recepción	1	\$1500,00	\$1500,00
Problema 2. Encontrado			
Capacitación a trabajadores	7	\$350,00	\$350,00
Problema 3. Encontrado			
Plan de fidelización	12	\$45,80	\$550,00
Problema 4. Encontrado			
Incentivos a empleados	7	\$120,00	\$840,00
Problema 5. Encontrado			
Plan estratégico	12	\$60,00	\$720,00
Problema 6. Encontrado			
Sistema de evaluación (App)	1	\$150,00	\$150,00
Problema 7 encontrado			
Modernización de la Infraestructura del edificio	1	\$12,000	\$12,000
Otros gastos -			
Imprevistos	1	\$100,00	\$100,00
TOTAL			\$16.210,00

Fuente: *hostal "San Luis"*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

6.3.12 Socialización con la gerente general de la empresa Hostal "San Luis"

Luego de haber cumplido con la realización de los tres objetivos trazados en esta investigación se procedió a realizar una socialización con la Ingeniera Doris Castillo gerente general del hostal San Luis, quien desde su punto de apreciación supo manifestar que el proyecto le aportara a mejorar en ciertas áreas donde están los problemas encontrados y les dará soluciones en lo que este dentro de su alcance posible, además supo manifestar que lleva un costo económico que por tal motivo lo realizara de manera paulatina, y también agradece porque le permitió tener una idea clara de las carencias que tiene la empresa.

7. Discusión

El turismo no está alejado de estar inmerso en la evolución de la calidad en los servicios, cada vez los retos son ascendentes, substancialmente entre la competencia de las empresas, lo que permite afrontar la alta demanda, tanto a nivel local, nacional, e internacional la buena calidad es un denominador común que debe tener todo servicio para obtener mayor beneficio en su actividad y estabilidad, cumpliendo con normas y reglas necesarias para efectuar con las necesidades del cliente, la calidad dentro de una empresa es un factor significativo que produce satisfacción a sus clientes, empleados y propietarios, y otorgar de herramientas prácticas para una gestión integral, en la actualidad es necesario cumplir con los estándares de calidad para poder competir en un mercado cada vez más exigente; por ello se debe buscar, la mejora continua, la satisfacción de los clientes, la estandarización y el control de los procesos diarios.

Mediante la aplicación del modelo ServQual contribuyo a conseguir la evaluación de la calidad tanto de las expectativas como de las percepciones de los servicios que ofrece el Hostal “San Luis”. En la investigación realizada en la empresa antes mencionada de acuerdo a los resultados obtenidos se puede indicar que los servicios que ofrece el establecimiento cumplen en cierta parte con la expectativa del cliente mas no en su totalidad con la percepción, en base a estos resultados podemos sugerir cambios en la eficiencia y eficacia, como tambien en la infraestructura interna y externa del edificio donde funciona la empresa esto con el fin de alcanzar la completa satisfacción de los huéspedes, así mismo para poder conseguir un excelente posicionamiento del hostal.

Mediante la aplicación la aplicación de la matriz de diagnóstico de la situación actual del hostal, se comprobó que cumple la mayor parte de los requisitos y normativa para ofrecer un servicio buen servicio, sin embargo, existen parámetros no obligatorios pero que sirven para diferenciar de la competencia como no tener un sistema braille, ni las rampas necesarias para los discapacitados. Dentro de otro parámetro de incumplimiento se puede mencionar la no evaluación del cliente al momento de hacer uso de los servicios ofrecidos por el hostal yaqué esto lo realizan de manera empírica , de acuerdo al autor Romero Fernández (2017), menciona que la satisfacción de los clientes debe estar concebida dentro de las principales estrategias de las empresas y esta debe ser evaluada, sobre todo aquellas cuyo producto final es el servicio, los clientes son los que

deciden el futuro de las organizaciones, pues son su razón de ser y principal mecanismo de publicidad de sus productos y servicios.

Dentro del presente estudio de acuerdo a los resultados obtenidos podemos ostentar que las expectativas del cliente recibieron una calificación, de 4,20 puntos sobre 5, mientras la percepción fue de 2,11 sobre 5 puntos. Se observa que la calificación de los servicios percibidos es correspondiente importante en lo referente a expectativa y en percepción es equivalente a mínimamente importante, sin embargo, posee aspectos positivos dignos de rescatar. Relacionando el tema con otra investigación de similar medición podemos contrastar de acuerdo a su autora. Al respecto Adriana Marriuxi Calva Jiménez autora de la investigación denominada Evaluación de la Calidad de Servicios y la Satisfacción del cliente de Servicios de alimentos y bebidas del Jardín Hotel restaurante puyo 2020, realiza el análisis cuantitativo de calidad de servicios nos dice que el índice de calidad tanto en expectativas como en la percepción, presenta resultados diferentes para cada dimensión, esto se debe a que los clientes mostraron altas expectativas y percepciones de la calidad ante el servicio esperado y que éste no ha sido satisfecho, revelando dimensiones con menor puntuaciones a confiabilidad, seguido por capacidad de respuesta, debido a la ineficiencia del personal, por el extenso tiempo de espera ante un inquietud o pedido del producto, sin embargo también se evidencia resultados positivos como lo son las dimensiones de tangibilidad, seguridad y empatía en la que los clientes sean sentido satisfechos y mostraron estar satisfechos con el servicio recibido. Además, mediante el análisis de brechas se evidencia que el nivel de satisfacción que mostraron los clientes es muy bueno con una puntuación del 96% en el análisis general de satisfacción, lo que da a notar que el establecimiento si cuenta con servicios en los que se denotan estándares de calidad, sin embargo, se reflejan aspectos negativos y estos inciden en los resultados de satisfacción por parte de los consumidores. Mediante el análisis de la comprobación de hipótesis, el alfa de Cronbach, se concluye que hay una confiabilidad con los 22 ítems y las respuestas de las encuestas, es decir existe concordancia entre los ítems y el promedio obtenido, teniendo una puntuación de 0.863, así mismo con la correlación de Pearson de 1, con una significancia ,000, lo que representa una relación perfecta pero que sin embargo muestra una significación pobre es decir, una relación mínima, con esto se puede precisar que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente tienen relación con la manera de cómo se ofrece/vende el servicio esto influye directamente en la pérdida de divisas, clientes y competitividad en el mercado.

La evaluación de la calidad del hostel San Luis permitió definir los principales problemas que ocurren en la prestación del servicio. Al respecto Nieto Álvarez & Pacheco Quizhpilema (2015), redacta sobre su investigación realizada del Hotel Zahir 360 que los aspectos tangibles buscan mayor comodidad a los huéspedes en las habitaciones y con el propósito de brindar mayor confort a los huéspedes y que para cerrar la brecha deben colocarse los equipos y servicios tangibles en cada una de las habitaciones, siendo decisión del cliente el uso o no de las mismas.

Vale destacar la importancia de utilizar el modelo Servqual en este estudio y puede ser de gran utilidad para medir la calidad del servicio, a través de 22 preguntas sobre cinco aspectos: factores tangibles, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y confiabilidad, para el autor Ekinci el modelo SERVQUAL es de gran interés para los investigadores. La escala y los cinco atributos comunes que definen la calidad del servicio son los factores que conducen al uso generalizado de este modelo para estudiar la calidad del servicio en diferentes áreas de la empresa de servicios (Mazón Paredes et al. events, 2020). Este modelo tiene las características que es posible medir ya que, conociendo los puntos débiles en la calidad de servicio del hostel, brinda las herramientas para mejorar sus servicios y con el propósito de brindar un servicio oportuno con calidad, responsabilidad, eficiencia, para lograr la fidelización de huéspedes.

Para poder el cambio anhelado conlleva realizar un hábito donde la calidad se cristianice en un valor constante al momento de ofrecer los servicios del hostel, poner en marcha elementos que aporten a el cambio continuo como herramientas que aporten a la calidad entre estas podemos mencionar: capacitación constante al personal, planeación diaria, estrategias de venta constates, objetivos trazados a corto plazo etc.

8. Conclusiones

Luego de haber culminado con la presente Investigación se pudo obtener las siguientes conclusiones:

- La empresa cumple con todos los requisitos exigidos por la ley, pero no tiene una estructura organizacional del hostel.
- El establecimiento no cuenta con rampas para sillas de ruedas requeridas y sistemas braille, un requisito que el hostel actualmente no cumple y se convertirá en un punto débil para la empresa.
- El hostel obtuvo una calificación en la expectativa de 4,20 sobre 5, superior a las percepciones de 2,11 sobre 5 del cliente. Se observa que la calificación de la totalidad de las dimensiones de la percepción es calificada como muy en desacuerdo.
- Últimamente, al evaluar la calidad del servicio del establecimiento, se pueden identificar los problemas en todos los aspectos y se puede desarrollar un plan de mejora enfocado en el servicio que apoyará la toma de decisiones, lo que aumentará la eficacia del servicio y la satisfacción del cliente.

9. Recomendaciones

De acuerdo a la investigación realizada en el hostel San Luis se recomienda lo siguiente:

- A la gerencia general se le sugiere considerar la presente investigación ya que contribuyera directamente a mejorar la calidad del servicio que brinda el hostel San Luis.
- Implementar una gestión administrativa eficiente para cada área del hostel y ser reconocidos estandarizando el servicio con normas ISO.
- Se recomienda orientarse en mejorar las percepciones de los clientes ya que en todas las 5 dimensiones las calificaciones son muy bajas por parte de los huéspedes.
- Se sugiere medir la satisfacción del cliente mediante un calificador de calidad, después de que el cliente haya utilizado el servicio, para que sea más clara su retroalimentación, esto favorecerá a que la empresa tenga una medida de la calidad de su servicio.
- La gerencia general del hostel “San Luis” debe capacitar a su personal para brindar un mejor servicio y trato a los clientes, así como modernizar la infraestructura del establecimiento.

10. Bibliografía

- García Sánchez, J., Aguilera Terrats, J., & Castillo Rojas, A. (2011). Guia Tecnica para la construccion de escalas de actitud. Revista electronica de pedagogia, 04.
- Gómez, D. (2022). Gestion de Clientes. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/buen-servicio-a-clientes>
- Alfonso, Y. (2023). Marketing Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/servicio-que-es-caracteristicas-clasificacion-y-tipos>
- Antonietti, B. (2018). Carrera de Turismo y Hoteleria/Universidad Tecnologica Nacional. Servicios Turisticos , 01.
- Arellano , D. (2017). L a calidad en el servicio como ventaja competitiva. Dominio de las ciencias.
- Ariza, F., & Ariza, J. (2016). Marketing y Comercio Informacion y atencion al cliente.
- Asamblea Nacional . (2018). 35.
- Asamblea Nacional . (2020). 41.
- Asamblea Nacional. (2020). 37.
- Asamblea Nacional. (2020). 42-43.
- Asamblea Nacional. (2020). 46.
- Banco del Central Ecuador. (2023). 1.
- Blanco, S. (Miercoles de Enero de 2023). CEUPE. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/necesidades-de-los-clientes.html>
- Bonilla Jurado , D. (2018). Metodod para medir la calidad del servicio turistico en empresas de Alojamiento. Revista cientifica, 169.

- Bonilla Jurado, D. (2018). Metodo para medir la calidad del servicio turiticoen empresas de alojamiento. Revista cientifica, 169.
- Castellucci, D. (2009). La Calidad de los servicios Turisticos en destinos Turiticos maduros. Obtenido de Universidad Nacional de la Plata.
- Cruz, I. R. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente,un pilar en la gestion empresarial. El Buzon de Pacioli, 04.
- Di Pierro, V. (2019). Tecnologias de la Informacion y la comunicacion Aplicadas al Turismo. 122.
- DI, P., Bombeli, E., & Fernandez. (2019). Tecnologias de La Informacion y la Comunicacion Aplicadas al Turismo. 117.
- Dis, C. (2010). La mejora de la calidad de los servicios a travez de su medicion. Revistad e la facultad de Ingenieria Industrial.
- Douglas da, S. (Martes de Septiembre de 2020). Blog de Zendesk. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/importancia-calidad-servicio-cliente/>
- Ecuador, M. d. (2022). Art.1.-. 4.
- Escuela Europea de Excelencia . (2015).
- Garcia Lopez, T., & Cono Flores, M. (2015). El Contexto de la Planeacion en las Organizaciones. Investigadoras del I.I.E.S.C.A. .
- Gonzalez, H. (Abril de 2014). Calidad & Gestion – Consultoría para Empresas. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2014/04/08/gestion-de-la-calidad-de-los-servicios/>
- Guevara, T. (2023). America Latina. 02.
- Hernandez, M. (2010). Planes de Mejora. Procedimiento para el diseño y seguimiento/ Universitas, 03.

INATEC. (2015). Manual para el estudiantegestion de la calidad modulo transversal al sitema
especialidades de educacion tecnica. INATEC Tecnologico Nacional, 08.

INEC. (2023). 01.

INEC. (2023). 01.

INEC. (2023).

Martinez, M. (2019). El nuevo marco juridico en materia ambiental en Ecuador estudio sobre el
codigo organico del ambiente. 01.

Mejia, L. (2009). Tecnicas para perfeccionar la actitud en el servicio al cliente .

Melara, M. (Marzo de 2020). Service Design y Marketing de Servicios . Obtenido de
<https://marlonmelara.com/que-es-la-percepcion-del-cliente/>

MINTUR. (2018).

MINTUR. (2019). Ministerio de Turismo. 145.

MINTUR. (2022).

MINTUR. (2023). 48.

MINTUR. (2023). 33.

MINTUR. (2023). 35.

Navarro, C. (2019). Tendencias en el sector del Turismo. 87.

Navas, M., Ortega, M., & Sanchez, G. (2017). Guia del Joven Profesional "Normas de Calidad".
Argentina.

Niebles, W., & Pacheco, C. (2020). Calidad de Servicio como elemento clave de la
responsabilidad social en pequenas y medianas Empresas.

OMT. (2016).

ONU . (2023).

ONU. (2020). Organizacion de Naciones Unidas. 04.

ONU. (2023).

Plan de Gobierno Guillermo Laso. (2021). 58.

Plan de Gobierno Guillermo Laso. (2021). 57.

Plan de Gobierno Guillermo Laso. (2021). 56.

Plan de Gobierno Guillermo Laso. (2021). 106.

Planifica Ecuador. (2019). Secretaria Tecnica Planifica Ecuador. 116.

Ponce Talancon, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Mexico.

Quispe , G., & Ayaviri, V. (2016). Medicion de la Satisfacion del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperacion al Desarrollo.

Rivadeneira , P. (2020). Programa estadistico SPSS Stadistical Package for the Social Sciencies.

Rodriguez, S. (2023). Centro Europeo de Postgrado. Obtenido de <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=ceupe>

Sarli, R., Gonzalez, R., & Ayres, S. (2015). Análisis FODA : una herramienta necesaria .

Secretaria Tecnica Planifica Ecuador. (2023).

Torres, L. (2021). Fiabilidad de las escalas: Interpretacion y limitaciones del Alfa de Crobach.

Tschohl,, J. (2016). Service Quality Institute Latin America. Ciudad de Guatemala.

Universidad de Murcia. (2016). Escuela de Turismo de Murcia.

11. Anexos

Anexo-1: Autorización de la empresa

 HOSTAL SAN LUIS	
CERTIFICACIÓN:	
Loja 20 de Enero del 2023	
<p>A pedido del Sr Tesista Klever Stalin Jungal estudiante de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, quien ha solicitado autorización a nuestra empresa para realizar su proyecto de titulación denominado ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE OFRECE EL "HOSTAL SAN LUIS DEL CANTÓN, LOJA Y PROVINCIA DE LOJA", esta empresa informa al respecto que el sr estudiante podrá contar la toda información que sea necesaria para la realización del mencionado proyecto el cual contribuirá y fortalecerá la calidad del servicio que ofrece el Hostal San Luis, es todo cuanto puedo certificar en honor ala verdad.</p>	
Att.	HOSTAL "SAN LUIS" RUC: 1104702178001 <i>Doris Katherine Castillo Cabreza</i> Dir: Sucre 04-56 - Loja-Ecuador
 _____ Ing. Doris Katherine Castillo Gerente general de "Hostal San Luis"	

Hostal San Luis Dirección: Sucre 04-56 entre Embajadora y Quito frente al Ministerio del Ambiente Teléfono: 072-570-170

Anexo-2: Oficio de designación de la directora del trabajo de titulación



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Carrera de Administración Turística
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA**

Presentada el día de hoy, 08 de noviembre del 2022, a las 08h25.- Evacuada la diligencia otórguese lo solicitado por la persona interesada e incorpórese al expediente académico.- **LO CERTIFICO.**

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD
JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 08 de noviembre del 2022, a las 08h30.- En cumplimiento a las competencias otorgadas en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por corresponder a su campo de conocimiento y especialista en la materia. Designese a el/la **Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, para que el término que establece la normativa (ocho días), informe de pertinencia sobre la estructura y coherencia del proyecto de tesis intitulado: "**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE OFERTA EL HOSTAL SAN LUIS EN LA CIUDAD DE LOJA**" previo a la obtención del Grado de Ingeniero en Administración Turística, del/la aspirante: estudiante **JUNGAL JUNGAL KLEVER STALIN** Egresado de la Carrera de Administración Turística.- **NOTIFÍQUESE, para que surta los efectos de ley que corresponde.**

Ing. Rubén Dario Román Aguirre, MAE.
**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Loja, 08 de noviembre del 2022, a las 08h35.- Notifico con el Decreto y la providencia que antecede con la designación legal y formal para que emita el informe de pertinencia de estructura y coherencia, al/la Docente: **Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.** para el efecto deberá observarse estrictamente los términos y plazos establecidos en los artículos 134 del RRA-UNL.- Para constancia firman en unidad de acto, para los fines que se persiguen.

Ing. Rubén Dario Román Aguirre, MAE.
DIRECTOR DE LA CAT

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.
DOCENTE

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD
JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Elaborado por: Soledad Medina G.

Anexo-3 Oficio de pertinencia de la directora del trabajo de titulación



FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE
TURISMO

Memorando Nro. UNL-FJSA-CTUR- GASJ-2023- 004

Loja, 23 de enero de 2023

PARA: Rubén Román Aguirre

DIRECTOR ACADEMICO DE LA CARRERA DE TURISMO

ASUNTO: Informe de Pertinencia Sr. Klever Stalin Jungal Jungal

Por medio de la presente reciba un atento saludo y a la vez los mejores deseos de éxitos al frente de la Dirección Académica de Carrera de Turismo de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la UNL.

A la vez, cumpro en remitir a su persona el informe de pertinencia, del tema titulado **"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE OFRECE EL HOSTAL SAN LUIS EN EL CANTÓN LOJA PROVINCIA DE LOJA"**, presentado por el estudiante **Klever Stalin Jungal Jungal**, estudiante del Régimen 2009, me permito hacer constar que luego de las tutorías y correcciones la propuesta presentada, es **PERTINENTE**.

Es todo cuanto puedo manifestar sobre la propuesta de investigación. Sin otro particular me suscribo a Usted, con sentimientos de consideración y estima

Atentamente,

Ing. Alexandra Suárez Jaramillo Mg Sc
Docente de la Carrera de Turismo

C/c: estudiante Sr. Klever Stalin Jungal Jungal

Tabla 22. Normativa de establecimientos turísticos

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN NORMATIVA EMPRESAS HOTELERAS			
VARIABLES	DEFINICION	CUMPLE	
		SI	NO
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO			
Registro Único de Contribuyente para empresas. RUC Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI).			
Facturas	Pago de IVA 12%	X	
	Pago de servicios 10%		X
	F. Electrónica		X
	F. Papel	X	
	Factura automáticamente		X
MUNICIPIO DE LOJA			
Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales		X	
Carnet de salud de todo el personal		X	
Permiso del cuerpo de bomberos		X	
AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL HIDROCARBURÍFERO (ARCH)			
Gas industrial	Cilindros de 45 kg. Utilizarán en conjunto técnico industrial autorizado por el INEN.	X	
	Cantidad de carga		X
	tiempo de carga		X
	permiso de transporte		X
	Señalética (Peligro gas inflamable, Prohibido fumar, Prohibida la entrada sin autorización, Colocar aristas llamas.	X	X
	Infraestructura de almacenamiento		X
SECRETARIA GESTIÓN DE RIEGOS			
Plan de contingencia	Botiquín de primeros auxilios.	X	
	Lámparas de emergencia o internas.	X	
	Vías de evacuación señalizadas.	X	
	Puertas de emergencia funcionales.		X
	Señalética	X	
	Sistema de alarma/sirena/timbre/campana.	X	
	Zonas de seguridad.		X

	Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios).		X
	Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).	X	
	Riesgos estructurales (instalaciones eléctricas, estructura del edificio)	X	
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA)			
Vestimenta adecuada			X
Condiciones sanitarias para el personal			X
MINISTERIO DEL INTERIOR – INTENDENCIA			
Controles rutinarios por parte de la intendencia de policía	Registro del establecimiento en la página de Ministerio de Interior.		X
	Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas		X
	Permiso de cuerpo de bomberos		X
	Nro. de clausura		X
CONADIS			
Accesibilidad	Rampas para silla de ruedas.	X	
	Sistema braille.		X
	Baños adecuados.	X	
	Espacios adecuados para alojarse.	X	
Personal capacitado	Porcentaje de personal capacitado para atender necesidades especiales.		X
MINISTERIO DEL AMBIENTE			
Reconocimiento de las buenas prácticas ambientales	Registro ambiental		X
	Gestión de desechos.		X
	Gestión de papel.		X
	Consumo de agua.		X
	Energía y transporte.		X
	Gestión de compras responsables.		X
	Capacitación del personal en aspectos ambientales.		X
	Manejo de aguas residuales		X
MINISTERIO DEL TRABAJO			
	Pago de sueldos	X	
	Seguridad en el trabajo	X	
	Registro de los trabajadores		X
	Proporciona adecuadas herramientas para desarrollar el trabajo	X	

Art. 42 del código de Trabajo Obligaciones del empleador	Permisos por ausencia sujetas al reglamento	X	
	Trato adecuado	X	
	Otorgamiento de certificados relativos a su trabajo	X	
	Atiende reclamos	X	
	Facilita la inspección y vigilancia de autoridades competentes	X	
	Vestimenta adecuada	X	
Art. 69.- Vacaciones anuales .15 días de vacaciones		X	
Art. 86.- A quién y dónde debe pagarse. - Rol de pagos con firmas de los trabajadores		X	
Art. 87.- Pago en moneda de curso legal. Efectivo		X	
Art. 96.- Pago en días hábiles. - Pago a inicio del mes		X	
111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideño - Rol de pagos		X	
Afiliación al seguro de trabajadores	Aporte patronal 12,15%.	X	
	Aporte personal 9,45%.	X	

Fuente: *Reglamento del Mintur 2023*

Elaboración: *Klever Stalin Jungal*

Anexo-5: Ficha de levantamiento de información normativa hostales de 1 estrella

Tabla 21. *Requisitos para hostales de una estrella*

EMPRESAS			
REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LA TIPOLOGÍA QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADOS COMO CATEGORÍA ÚNICA.			
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLE	
		SI	NO
CONDICIONES MINIMAS.		X	
REQUISITOS GENERALES			
	Cuenta con sistema de iluminación de emergencia	X	
	Zonas de evacuación		X
	Puntos de encuentro		X
	Salidas de emergencia		X
	Extintores y mangueras	X	
	Señalética identificadas y señalizadas, según las disposiciones de la Autoridad competente	X	
	Cuenta en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente	X	
	Cuenta con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes	X	
	Cuenta, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento		X
	En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento		X
	Cuenta con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos	X	
	Cuenta con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas		X
	Cuenta con áreas con facilidades para personas con capacidades especiales debidamente identificadas		X
	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal		X
	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal		X
	Cuenta con el número de piso debidamente identificado y señalizado	X	
	Cuenta con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas		X

Cuenta con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas	X	
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción		X
Cuenta con personal uniformado (con distintivo o atuendo)	X	
Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped	X	
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo	X	
Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911	X	
Cuenta con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo	X	
Cuenta con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se preverá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato	X	

Cuenta con filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera		X
INFRAESTRUCTURA SERVICIOS		
Cuenta con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con capacidades especiales. Se sujeta a la normativa de accesibilidad universal vigente		X
Cuenta con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento	X	
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas.	X	
Cuenta con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento	X	
Cuenta con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con capacidades especiales. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deben contar con personal entrenado que permita dar el servicio.	X	
Cuenta con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor	X	
En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco		X
Cuenta con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros)	X	

Cuenta con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros	X		
Cuenta con servicio de agua las veinticuatro horas	X		
Cuenta con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio	X		
Cuenta con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento	X		
Cuenta con servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas	X		
Cuenta con servicio diario de limpieza	X		
HABITACIONES			
Cuenta con un mínimo de 5 habitaciones	X		
Contar con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso	X		
Cuenta con camas de acuerdo a las dimensiones determinadas por el Reglamento.	X		
Las habitaciones deben contar con el siguiente equipamiento:			
Colchón; Protector de colchón; Sábanas; Cobija(s); Cubrecama, edredón o plumón duvet; Almohada(s) por plaza; Protector de almohada; Al menos un velador o mesa de noche; Basurero, Contar con cobija extra a petición del huésped Contar con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes	X		
Cuenta con teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.		X	
Cuenta con informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación	X		
REQUISITOS PARA HOSTALES			
VARIABLE	DESCRIPCION	CUMPLE	
		SI	NO
INSTALACIONES GENERALES			
Cuenta con estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento.	X		
Cuenta con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natura			X
El establecimiento debe contar con áreas de uso exclusivo para el personal:			
1) Cuartos de baño y aseo			X
2) Área de almacenamiento de artículos personales			X
3) Área de comedor			X

ACCESOS		
Cuenta con una entrada principal de clientes y otra de servicio.		X
AREA DE CLIENTES		
General		
Cuenta con un área de recepción con mobiliario	X	
Habitaciones		
Cuenta con habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido, y/o habitaciones compartidas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.	X	
Cuenta con sistema de comunicación telefónico	X	
Cuenta con casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.		X
Cuenta con cerradura para puerta de acceso a la habitación	X	
Cuenta con clóset, armario o colgador de ropa.	X	
Cuenta con cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana	X	
Cuarto de baño y aseo privado		X
Cuenta con agua caliente.	X	
Cuenta con espejo sobre el lavamanos	X	
SERVICIOS		
Cuenta (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento		X
Cuenta (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		X
Cuenta con red pública de alcantarillado o al menos pozo séptico	X	

Fuente: Reglamento de MINTUR2023

Elaboración: Klever Stalin Jungal

Anexo-6: Modelo de las encuestas de perfil del cliente y Servqual



FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ENCUESTA DE EVALUACION DE LOS SERVICIOS DEL HOSTAL “SAN LUIS”

Estimado Señor (a):

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrea de Administración Turística, se está realizando la investigación **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE OFRECE EL HOSTAL “SAN LUIS” DE LA CIUDAD, CANTÓN, PROVINCIA DE LOJA”**, y con el objetivo de conocer la percepción de la calidad del servicio que ofrece el hostel por lo que se le solicita de carácter anónimo se digne en contestar las siguientes preguntas:

Datos Generales

1. Nacionalidad

Ecuatoriano () Extranjero ()

2. Edad:

De 18-25 ()

De 26-33 ()

De 34-41 ()

De 42-49 ()

De 50 en adelante ()

3. Género:

Masculino () Femenino ()

4. Ocupación:

Estudiante ()

Profesional ()

Libre ejercicio ()

Otro ()

5. Lugar de residencia: _____

6. ¿Cómo califica los servicios turísticos existentes actualmente en el hostel?

Muy Buena () Buena () Regular () Mala () Muy Mala ()

7. ¿Considera usted que el personal que brinda los servicios turísticos es calificado para ejercer su trabajo?

Si () No ()

8. ¿Cómo califica el trato al cliente por parte del personal?

Excelente () Bueno () Regular () Malo () Deficiente ()

9. ¿Con qué frecuencia visita el hostel San Luis?

Semanal () Mensual () Ocasional () Anual ()

10. ¿A través de que medios obtiene información de los servicios que oferta el hostel San Luis?

Radio () Televisión () Prensa local () Redes sociales () Familiares Amigos ()

El siguiente grupo de afirmaciones según el Modelo Servqual, indica lo que usted espera del hostel San Luis y de lo que usted recibió. Usted puede seleccionar el valor según la característica descritas, y valorarlas de acuerdo a:

<i>Escala de valoración numérica</i>				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Afirmaciones	Expectativa (lo que espera del hostel)					Percepción (lo que recibió del hostel)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Elementos tangibles											
Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Las instalaciones físicas del servicio son atractivas	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El personal del servicio tiene una apariencia pulcra.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5

Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
<i>Empatía</i>											
El hostel presta atención individualizada a sus requerimientos.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El hostel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El hostel se preocupa por sus intereses.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El personal atiende a sus necesidades específicas.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5

El hostel tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Seguridad											
El comportamiento del personal, infunde confianza en Ud.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El personal, es cortés de manera constante con Uds.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta											
El hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El personal del hostel da un servicio rápido.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El personal, está dispuesto a ayudar.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Fiabilidad											

Cuando el personal de servicio promete	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.											
Cuando tiene un problema, el personal demuestra interés en resolverlo	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
El hostel proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos.	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5

Anexo-7: Modelo de la entrevista aplicada a la gerente del hostel "San Luis"


GERENCIA GENERAL HOSTAL SAN LUIS
Ing. Doris Castillo

La Universidad Nacional de Loja como institución de educación superior está realizando la investigación "ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE OFRECE EL HOSTAL SAN LUIS DE LA CIUDAD, CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA

Para lo cual le pedimos contestar con sinceridad las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es su nombre y que función desempeña en el Hostel San Luis?
Doris Castillo, Gerente-Administradora del establecimiento.
2. ¿Qué tipo de cliente visita el Hostel San Luis?
Diferentes tipos: Provedores y turistas nacionales e internacionales.
3. ¿Cree que la evaluación de la calidad del servicio es importante? ¿Por qué?
Sí, porque puedo establecer índices de cuán satisfechos están mis clientes.
4. ¿Usted mide la satisfacción del cliente?
Sí, empíricamente.
5. ¿A través de qué medios mide la satisfacción de sus clientes?
Únicamente a través del regreso continuo de los mismos.
6. ¿Identifica las debilidades del Hostel, en cuanto al servicio enáles?
Sí deterioro de instalaciones.
7. ¿El Hostel aplica alguna forma de evaluar el desempeño del personal?
NO, empíricamente en revisión de actividades que realizan diariamente.
8. ¿Con qué frecuencia y en qué temas o áreas se capacita al personal de servicio?
cada año./ atención al cliente.
9. ¿Cuáles son los elementos diferenciadores del Hostel "San Luis" frente a la competencia (establecimientos que prestan el mismo servicio)?
Precios accesibles y de calidad en servicio.
10. ¿Existen ofertas o promociones para atraer mayor afluencia de público?
NO, son precios que no cambian ni en baja u alta temporada. ¡Gracias por su tiempo!

Anexo-8: Modelo de la entrevista al personal de servicio del hostel “San Luis”



Entrevista al personal de servicio

Estimado personal colaboradores del hostel “San Luis”

Nuestra institución está realizando la investigación **“Análisis de la calidad del servicio que ofrece el hostel “San Luis” de la ciudad, catón Loja, provincia de Loja”**.

Para lo cual le pedimos contestar con sinceridad las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es su nombre y que función desempeña en el Hostel Inca?

.....

2. Cree que existe algún aspecto negativo del hostel en cuanto al servicio en: ¿y cuál sería?

.....

3. ¿Ha recibido capacitaciones por parte de la gerencia del hostel San Luis?

.....

4. ¿Considera que la imagen personal es la educada para llegar al cliente de manera positiva?

.....

5. ¿Cuáles son los problemas con mayor frecuencia que se encuentra en el servicio al cliente y cómo los suele resolver?

.....

6. ¿Piensa que los clientes están satisfechos con el servicio que brindada el hostel?

.....

7. ¿Cuáles serían las sugerencias que usted cree conveniente para mejorar la calidad del servicio en el hostel?

.....

¡Gracias por su tiempo!

Anexo-9: Fotografías que respaldan el proceso de investigación realizado



Fuente: *hostal "San Luis"*

Elaboración: *Klever Jungal*



Fuente: *hostal "San Luis"*

Elaboración: *Klever Jungal*



Fuente: *hostal San Luis*

Elaboración: *Klever Jungal*



Fuente: *hostal "San Luis"*

Elaboración: *Klever Jungal*



Fuente: *hostal San Luis*

Elaboración: *Klever Jungal*



Fuente: *hostal "San Luis"*

Elaboración: *Klever Jungal*

Anexo-10: Certificado del Abstract

Certificación del Abstract

Loja 5 mayo del 2023

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

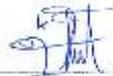
Yo Klever Stalin Jungal Jungal con cedula 110436644-6 y con nivel cuatro de ingles realizado en el Instituto Tecnológico Superior "Bolívariano" con título de Tecnólogo en Gestión Microempresarial, con número de registro 3402-2018-1998092 en la SENECYT en el año 2018.

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma ingles de resumen del presente estudio investigativo denominado "Análisis de la Calidad del servicio que ofrece el hostel "San Luis" en el Cantón Loja y Provincia de Loja de mi persona **KLEVER STALIN JUNGAL JUNGAL** con cedula **110436644-6** estudiante de la carrera de Administración Turística de la facultad jurídica social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja. Dicho estudio se encontró bajo la dirección de la Ing. Gladis Alexandra Suarez Mg. Sc, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración Turística.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente proyecto de investigación para lo que creyera conveniente.

Atentamente,



Klever Stalin Jungal Jungal

CI:110436644-6