



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TITULO:**

**ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTAN  
LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE: SAMANA  
WASI, ACHIK WASI, DEL CANTÓN SARAGURO,  
PROVINCIA DE LOJA**

Tesis previa a la obtención  
del Grado de Ingeniera en  
Administración Turística

**AUTORA:**

ZOILA BEATRIZ CARTUCHI SACA

**DIRECTORA:**

ING. MARÍA FERNANDA NARVÁEZ PEÑA MG.SC

**LOJA – ECUADOR**

**2019**

## CERTIFICACIÓN

### CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS

Ingeniera.

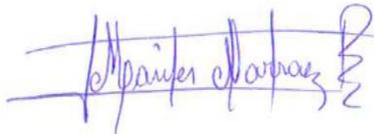
María Fernanda Narváez Peña Mg. Sc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

#### CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado, ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE: SAMANA WASI, ACHIK WASI, DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA, de la autoría de La **Señorita. Zoila Beatriz Cartuchi Saca**, se ha realizado bajo mi dirección, en forma prolija, tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber sido revisado, autorizando su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniera en Administración Turística.

Loja, marzo 2019



Ing. María Fernanda Narváez Peña Mg. Sc.

**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORIA

Yo, Zoila Beatriz Cartuchi Saca declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

**Autora:** Zoila Beatriz Cartuchi Saca

**Firma**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Zoila Beatriz Cartuchi Saca', with a small checkmark at the end.

**Cedula:** 1150039129

**Fecha:** Loja, 28 de junio de 2019

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Zoila Beatriz Cartuchi Saca, declaro se la autora de la tesis titulada ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE: SAMANA WASI, ACHIK WASI, DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA, como requisito para obtener el grado de: Ingeniera en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, publique la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio Digital Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o por la copia de tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 28 días del mes de Junio de dos mil diecinueve. Firma la Autora.

**Autora:** Zola Beatriz Cartuchi Saca

**Firma:** 

**Cedula:** 1150039129

**Dirección:** Saraguro, Barrio Las Lagunas

**Correo electrónico:** zoilasaca@hotmail.com

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

Ing. María Fernanda Narváez Peña Mg. Sc.

**DIRECTORA DE TESIS**

**TRIBUNAL DE GRADO**

Dr. Carlos Escudero Sánchez PhD.

**Presidenta del tribunal.**

Ing. Jefferson Sánchez Ruiz. Mg. SC.

**Miembro del tribunal.**

Ing. María Luisa Díaz López. Mg. Sc.

**Miembro del tribunal.**

## **DEDICATORIA**

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto para lograr cumplir mi objetivo, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres, José Francisco Cartuchi y Zoila Alejandrina Saca

Por motivarme a seguir con mi preparación pero más que nada, por su amor, comprensión y por confiar en mí. Gracias a ellos soy quien soy, orgullosamente agradezco por todo su apoyo brindado durante mi etapa de aprendizaje.

A mi esposo Franklin Macas.

Por todo su apoyo en las buenas y en las malas, por sus consejos, fue quien nunca me abandonó y lo sigue haciendo.

A mis hermanos

Que con sus palabras de aliento me daban ánimos para que pueda seguir avanzando.

Zoila Beatriz Cartuchi Saca

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por guiarme a lo largo de mi preparación por ser mi apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Agradezco a mis padres: José Francisco y Zoila Alejandrina, mi esposo Franklin por ser los principales promotores de mi sueño, por confiar y creer en mí, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Asimismo, a mis hermanos que con sus palabras me hacían sentir orgullosa de lo que soy y de lo que puedo llegar a ser espero algún día yo me convierta en su fortaleza para que puedan seguir avanzando en su camino.

Agradezco a mis docentes de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, a la Ing. Mariuxi Loarte, a mi directora de tesis Ing. María Fernanda Narváez quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los gerentes de los establecimientos: Samana Wasi, Achik Wasi, por darme el espacio para poder desarrollar mi tesis.

**Zoila Beatriz Cartuchi Saca**

## **1 TITULO**

ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE: SAMANA WASI, ACHIK WASI, DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA

## 2 RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general denominado “Análisis de Calidad del Servicio que presta los establecimientos de alojamientos: Samana Wasi, Achik Wasi del cantón Saraguro” y sus objetivos específicos que aportaron con información para el desarrollo de la investigación son: Diagnosticar la situación actual: Samana Wasi, Achik Wasi, establecimientos del Cantón Saraguro; evaluar la calidad del servicio que ofrece los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi, Achik Wasi, del cantón Saraguro y proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de servicios de los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi, Achik Wasi del cantón Saraguro.

Para el cumplimiento del primer objetivo se desarrolló una matriz de diagnóstico que contiene; datos generales de la empresa, el reglamento de la empresa turística y requerimientos de la infraestructura, información realizado al gerente general, para recopilar información adicional se elaboró dos entrevistas, la primera dirigida a los empleados del Hotel Samana Wasi y Hostal Achik Wasi, y la segunda a los gerentes de los dos establecimientos hoteleros para verificar si la información recopilada hasta el momento coincidía, seguidamente se procedió a elaborar la Matriz FODA, pero enfocada a la parte interna de los establecimientos hoteleros es decir las Fortalezas y Debilidades, para el desarrollo del segundo objetivo se constituyó en base al Método Servqual, que permite por este proceso medir las expectativas y percepciones que tiene el cliente acerca del servicio recibido, dentro de cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía), método utilizado para la elaboración de las encuestas a aplicar. Una vez analizada la información de las encuestas, se procedió a elaborar la segunda parte del FODA, enfocada en la parte externa, es decir, en las Oportunidades y Amenazas de los establecimientos hoteleros para posterior cruzarlas y formar el FODA estratégico que ayudará a plantear las estrategias de mejoramiento para las empresas.

Finalmente para el cumplimiento del tercer objetivo, se planteó las estrategias que ayudaran a los establecimientos hoteleros a mejorar su calidad, donde se elaboró un cuadro por cada estrategia, explicando a detalle en que consiste la estrategia, sus características, políticas, indicadores y sus metas.

Por otra parte dentro de los resultados se verifico que el hotel Samana Wasi y el hostel Achik Wasi, cumplen con la mayor parte de los requisitos exigidos por el MINTUR, para alojamientos turísticos pero aún tiene deficiencia en ciertos indicadores como es el caso de la Normativa de la CODANIS, Ministerio del Medio Ambiente, Ministerio de Trabajo, en cuanto a las encuestas, se verifico que un determinado número de clientes no se encuentran satisfechos al 100% con los servicios recibidos,

ya que consideran importante el servicio de alimentación dentro del hotel Samana Wasi, la capacitación a los empleados dentro de los dos establecimientos, la Implementación de las buenas prácticas ambientales, además el diseño de habitaciones y espacios para personas con discapacidad. Por tanto se recomienda a las empresas la implementación de las estrategias planteadas pues son de vital importancia para mejorar la calidad del servicio hacia el cliente.

## **SUMMARY**

The present research work has the general objective of "Analysis of Quality of Service provided by the accommodation establishments: Samana Wasi, Achik Wasi of the Saraguro canton" and their specific objectives that contributed with information for the development of the research are: Diagnose the current situation: Samana Wasi, Achik Wasi, establishments of the Saraguro Canton; evaluate the quality of the service offered by the accommodation establishments: Samana Wasi, Achik Wasi, of the canton Saraguro and propose strategies for the improvement of the quality of services of the accommodation establishments: Samana Wasi, Achik Wasi of the Saraguro canton.

For the fulfillment of the first objective a diagnostic matrix was developed that contains; general data of the company, the regulation of the tourist company and requirements of the infrastructure, diagnosis made to the general manager, to gather additional information, two interviews were elaborated, the first one directed to the employees of the Hotel Samana Wasi and Hostal Achik Wasi, and the second to the managers of the two hotel establishments in order to verify if the information collected so far coincided, then proceeded to develop the SWOT Matrix, but focused on the internal part of the hotel establishments ie Strengths and Weaknesses, for the development of the second objective was based on the Servqual Method, which allows for this process to measure the expectations and perceptions that the client has about the service received, within five dimensions (tangible elements, reliability, sensitivity, security and empathy), used to prepare the surveys to be applied. After analyzing the information from the surveys, the second part of the SWOT was developed, focused on the external part, that is, on the Opportunities and Threats of the hotel establishments to later cross them and form the strategic SWOT that will help to raise the improvement strategies for companies.

Finally, for the fulfillment of the third objective, strategies were proposed to help hotel establishments improve their quality, where a table was elaborated for each strategy, explaining in detail the strategy, its characteristics, policies, indicators and goals.

On the other hand, within the results it was verified that the hotel Samana Wasi and the hostel Achik Wasi, meet most of the requirements demanded by the MINTUR, for tourist accommodation but still has deficiency in certain indicators as is the case of the Regulation of the CODANIS, Ministry of the Environment, Ministry of Labor, regarding the

surveys, it was verified that a certain number of clients are not 100% satisfied with the services received, since they consider the food service within the hotel as important Samana Wasi, the training of employees within the two establishments, the implementation of good environmental practices, and the design of rooms and spaces for people with disabilities. Therefore, it is recommended to the companies the implementation of the proposed strategies because they are of vital importance to improve the quality of the service to the client.

### 3 INTRODUCCIÓN

Actualmente, la calidad se ha convertido en un valor añadido que un establecimiento hotelero brinda a sus huéspedes, donde el trato por parte del personal juega un papel fundamental, al igual que múltiples factores involucrados, tales como: la instauración de sistemas calidad, la unión de métodos tradicionales como tecnologías modernas y la creatividad. Estos elementos, permitirán la satisfacción de un cliente más exigente, quien se encuentra en la búsqueda de un servicio de excelencia (Melo, 2015, pág. 2).

La prestación de servicios de un establecimiento hotelero, involucra un grado elevado de contacto así como, la interacción entre los visitantes el personal y los servicios (Melo, 2015, pág. 3). Este escenario obliga a las empresas turísticas a mejorar sus sistemas de gestión y la calidad de los servicios que ofrecen, a satisfacer las expectativas de los clientes y a mejorar la eficiencia empresarial. En este sentido, la calidad de servicio es una de las herramientas de gestión sobre las que gira la competitividad y la sostenibilidad de las empresas (Rosario, 2010, pág. 2).

La satisfacción del cliente, es tal vez el más importante de los indicadores por los que se efectúa la medición de la calidad de un servicio, pero más allá de lo expresado, las empresas dedicadas a la hotelería, dependen de variables particulares como la percepción de cada cliente y las características específicas del servicio. En el sector hotelero la supervivencia en el mercado es cada vez más compleja, ya que su dependencia radica mayormente en cuan satisfechos quedan los clientes por lo que se torna sumamente importante que se busque no solo satisfacer sus requerimientos, sino también superar las expectativas de los clientes en busca de lograr su fidelización (Benavides, 2017, pág. 1)

El Turismo es un importante motor de la economía de Ecuador de acuerdo al MINTUR, en el 2017 se registraron 1, 617,914 llegadas internacionales al país, lo que representa un crecimiento del 14%. Por

ende la actividad turística es un factor determinante dentro de la actividad económica lo cual genera fuentes de ingreso y empleo.

Al sur del Ecuador se encuentra el cantón Saraguro posee una variedad de recursos naturales y culturales, su paisaje, cultura, tradiciones, costumbres y gastronomía hace que los turistas naciones y extranjeros se sientan atraídos y visiten la localidad. La calidad ha tenido un papel protagónico en las últimas décadas en el gestionar las entidades frente a su competencia y su vinculación con el cliente, lo que ha despertado un gran interés en un considerable número de investigadores de todo el mundo.

La problemática radica que en Saraguro los establecimientos de hospedaje; Samana Wasi, Achik Wasi, no cuenta con estudios sobre la calidad en los que les permita brindar un buen servicio a los visitantes, ocasionado por el desinterés de los propietarios de hoteles en mejorar la calidad, el escaso control de las autoridades y la despreocupación de los representantes de los establecimientos, quienes se encontraban acostumbrados a la alta presencia de turistas, por lo que no vieron la necesidad de prepararse, desconociendo la mayoría de ellos sobre documentación de procesos. Estos problemas traen como consecuencia la insatisfacción de visitantes, que se ve reflejada en una baja de la demanda por parte de turistas internacionales ya que no pernoctan en el cantón, sino que más bien lo ven como un lugar de paso.

Debido a la importancia que tiene actualmente el concepto de calidad en el servicio surge la inquietud de investigar, saber cuál es el promedio de satisfacción por parte del cliente al momento de adquirir un producto, esta propuesta mejorará la calidad de servicios dentro de los establecimientos hoteleros y beneficiara a la localidad, generando mayor demanda, fuentes de trabajo y entrada de divisas. Así con el paso del tiempo el beneficio se verá reflejado para todos los habitantes, pues podrán contar con servicios de calidad idóneos para los momentos de ocio y esparcimiento como turismo interno, los negocios crecerán y así se mejorará la economía, de

la misma forma la calidad de vida de todos los habitantes, también incrementará la actividad turística en la localidad.

Es por ello que se ha planteado el objetivo general: Analizar la calidad de los servicios que prestan en los establecimientos de hospedaje: Samana Wasi, Achik Wasi, del cantón Saraguro, provincia de Loja, y sus objetivos específicos: Diagnosticar la situación actual; Samana, Wasi, Achik Wasi establecimientos de alojamiento del cantón Saraguro, Evaluar la calidad del servicio que ofrecen los establecimiento de alojamiento, Samana Wasi, Achik Wasi del cantón Saraguro y Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de servicios de los establecimientos; Samana Wasi, Achik Wasi, así aumentar el nivel de oferta turística brindado dentro de este destino y la creación de fuentes de empleo dentro de la localidad siendo una aportación tanto en lo económico, social y cultural dentro del área de investigación.

Los alcances que se obtuvo en el desarrollo de la investigación; importancia e interés por parte de los dueños de los establecimientos para analizar la calidad del servicio, accesibilidad a la información, buena acogida por parte de los clientes al momento de aplicar las encuestas. Como limitaciones se obtuvo el desconocimiento de la metodología por parte de los gerentes de los establecimientos hoteleros, al momento de la aplicación del modelo de la encuesta modificada del Servqual, la falta de registro de los usuarios, no hubo cooperación por parte de algunos de los clientes debido al desconocimiento de la encuesta planteada de acuerdo a las dimensiones.

## **4 REVISIÓN LITERARIA**

### **4.1 Marco teórico**

#### **4.1.1 Ley de turismo**

##### **Capítulo I Generalidad**

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

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

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

- a)** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b)** La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c)** El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d)** La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e)** La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

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

- a)** 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;
- b)** Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c)** Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d)** Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e)** Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f)** Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g)** Fomentar e incentivar el turismo interno (MINTUR, 2017, pág. 5)

#### **4.1.2 Actividades Turísticas y clasificación**

##### **Capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen:**

**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:

- a.** Alojamiento;
- b.** Servicio de alimentos y bebidas;
- c.** Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables (MINTUR, 2017, pág. 6)

#### **4.1.3 Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico.**

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico, en el art. 13: Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos.

Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH

#### **4.1.4 Tipos de alojamientos**

**a) Hotel.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones. Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.

**b) Hostal.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

**c) Hostería - Hacienda Turística - Lodge:**

**c.1. Hostería.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

**c.2. Hacienda turística.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

**c.3. Lodge.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

**d) Resort.-** Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas,

bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

**e) Refugio.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.

**f) Campamento turístico.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

**g) Casa de huéspedes.-** Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos. (MINTUR, 2016, pág. 9)

#### **4.1.5 Reglamento de Alojamiento Turístico del Ministerio de Turismo (MINTUR)**

##### **Capítulo I- Sección I Ámbito General**

**Art. 1.- Objeto.-** El objeto del presente Reglamento es regular la actividad turística de alojamiento.

**Art. 2.- Ámbito de aplicación.-** El presente Reglamento será aplicado a nivel nacional.

**Art. 3.-** Definiciones.

**Art. 4.- Ejercicio de la actividad.-** Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley (Ministerio de Turismo, 2014, pág.7).

#### **4.1.6 Derecho y Obligaciones del establecimiento Turístico**

##### **4.1.6.1 Procedimiento y Requisitos de Licenciamiento Anual de Funcionamiento**

En el Art. 11 del Reglamento de Alojamiento Turístico afirma que los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- a) Pago del impuesto predial.
- b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente. Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar

con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped (MINTUR, 2016, pág. 4).

#### **4.1.7 Calidad**

Podemos definir a la calidad como, el conjunto de aspectos y características de un producto y servicios que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades (Hochsman, 2014, pág. 13). De los usuarios y conocer sus percepciones del servicio brindado.

Por consiguiente la calidad es la, satisfacción del cliente significa que un bien o servicio cumple las características deseadas por el comprador y carece de deficiencias (Carmen, 2012, pág. 21) define la calidad como administrar toda la organización de tal forma que ésta supere todas las características de los productos y servicios que resultan importantes para el cliente

Con estos antecedentes se puede definir a la calidad como un proceso de mejoramiento dentro de una empresa, en la cual su único objetivo es satisfacer las necesidades del cliente con la prestación de los servicios ya sean tangibles o intangibles.

#### **4.1.8 Calidad en establecimientos hoteleros**

Actualmente, la calidad se ha convertido en un valor añadido que un establecimiento hotelero brinda a sus huéspedes, donde el trato por parte del personal juega un papel fundamental, al igual que múltiples factores involucrados, tales como: la instauración de sistemas de calidad, la unión de métodos tradiciones con tecnologías modernas y la creatividad. Estos elementos, permitirán la satisfacción de un cliente más exigente, quien se encuentra en la búsqueda de un servicio de excelencia (Melo, 2015, pág. 6)

#### **4.1.9 Calidad de servicios Turísticos.**

El turismo como actividad de servicios diferente de la de producción constituye la esencia del fenómeno turístico y la prestación que el cliente espera recibir además del servicio básico consumible, esto es prestación y consumo simultaneo. El servicio como tal es intangible y su calidad engendra cantidad a corto y largo plazo (Cavassa, 2008, pág. 45).

Cuando hablamos de la presentación de servicios turísticos, La calidad se ha convertido en un constructo que desempeña un papel fundamental en todos los contextos en especial en los servicios, pero de nada serviría disponer de altos niveles de gestión de calidad si no existieran receptores del producto (Molina, 2017, pág. 7).

Es así que el servicio turístico se lo puede definir como un producto que se lo brinda dentro de la empresa ya sean agencias de viajes, restauración, hotelería entre otros, los cuales tienen como objetivo principal ofrecer a los demandantes productos o servicios que satisfagan las necesidades del usuario.

#### **4.1.10 Objetivos de calidad**

Los objetivos básicos de la Gestión de la Calidad son, entre otros.

- Abarcar a todas las actividades que sea realizan dentro de la empresa.
- Alcanzar el compromiso de cada una de las personas integrantes.
- Considerar que cada persona es proveedor y cliente de otras personas.
- Poner énfasis en la prevención, con el objetivo de hacer las cosas bien desde el primer momento (Cortès, 2017, págs. 15-16).

De esta manera se puede resumir que los objetivos de la Gestión de la Calidad son parámetros que se deben cumplir al momento de ofrecer un servicio independientemente de la empresa la cual realice la actividad, además sirve como herramienta para alcanzar la meta como empresa se proponen cumplir y brindar un servicio de calidad a los usuarios.

#### **4.1.11 Cliente**

Alfaro Garcia & Cieza Roc, (2017, pàg.31). Un cliente es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

El cliente es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente, constituye el elemento fundamental por y para la cual se crean productos en las empresas (Boubeta, 2006, pág. 15).

Podemos definir al cliente como una persona que obtiene un producto o servicios por un precio accesible para satisfacer sus necesidades.

#### **4.1.12 Establecimientos de hospedaje**

Olmos & Garcia, (2016, pág.14) Los establecimientos de alojamiento turísticos son empresas dedicadas a prestar el servicio de alojamiento, mediante precio de forma habitual y profesional, con o sin otros servicios complementarios las mismas que pueden ser catalogados como; hoteles, hostales y pensiones.

Balanzà, (2003, pág. 16) Los alojamientos turísticos son los destinados a proporcionar habitación o residencia, con o sin otros servicios complementarios, en épocas y zonas turísticas. Sin embargo, debido a la gran diversidad de empresas de alojamiento que existe, resulta difícil dar una definición única de alojamiento turístico.

Se puede definir como un establecimiento de alojamiento destinado a brindar servicios de habitaciones a usuarios con o sin servicios complementarios.

#### **4.1.13 Metodología SERVQUAL**

##### **Definición**

De acuerdo a Parasuraman, Zeithaml el modelo de Servqual permite la identificación de las cinco dimensiones básicas que permiten la caracterización de un servicio identificado como: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, a más de la discusión de sus propiedades y aplicaciones potenciales derivadas. (Benavides, 2017, pág. 17). Es así como evalúa la calidad del servicio percibida por el usuario al momento de hacer uso de sus servicios.

Los autores del modelo definieron las “expectativas” de una manera amplia y general, expresando que son simplemente los deseos de los clientes. Por otro lado definieron las “percepciones”, como las creencias del consumidor relacionadas con el servicio recibido (Benavides, 2017, pág. 18).

La metodología Servqual nos permite analizar la calidad del servicio que se brinda en diferentes empresas u organizaciones, la cual es calificada por parte del usuario a través de sus expectativas, antes de recibir el servicio y percepciones al momento de que se hace uso del mismo, además una herramienta para al momento de conocer los resultados la misma empresa plantee estrategias de mejoramiento o a su vez de innovación en el servicio que brindan el establecimiento.

##### **4.1.14 Dimensiones**

- Elementos tangibles: Dentro de este criterio se evalúan los criterios como: la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal de contacto y materiales de comunicación, (Benavides, 2017, pág. 18). La cual es calificada de acuerdo a sus expectativas y percepciones de los usuarios.
- Fiabilidad: Está relacionada con la formalidad y exactitud a la hora de desarrollar el servicio, es decir el cumplimiento del servicio en

los términos prometidos de forma segura y cuidados. De acuerdo al servicio que esta por recibir (expectativas) y el servicio recibido (percepción).

- Capacidad de respuesta: Puede traducirse en el deseo de servir pronta y eficazmente, donde la rapidez en la atención al cliente sea lo fundamental. Cumplir con el servicio en el menor tiempo posible.
- Seguridad: Se refiere a la confianza que le infunde al cliente la persona que lo atiende, la cual puede ser determinada por la competencia y el Impacto de las nuevas tecnologías.
- Empatía: Es importante una atención individualizada, que el cliente sienta que se le está atendiendo de manera particular, y que perciba el deseo de la empresa de satisfacer sus necesidades (Benavides, 2017, pág. 19).

#### **4.1.15 Cuestionario**

El cuestionario SERVQUAL consta de tres secciones:

En la primera, se interroga al cliente sobre las expectativas del cliente. Lo que éste opina sobre lo que un servicio determinado debe ser. Esto se hace mediante 22 declaraciones. Sobre ellas, el usuario debe situar, en una escala de 1 a 7, el grado de expectativa para cada una de dichas declaraciones.

En la segunda, se recoge la percepción del cliente respecto al servicio que presta la empresa. Es decir, hasta qué punto considera que la empresa posee las características descritas en cada declaración.

Finalmente, otra sección, situada entre las dos anteriores, cuantifica la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa de los cinco criterios, lo que permitirá ponderar las puntuaciones obtenidas.

Las 22 declaraciones que hacen referencia a las cinco dimensiones de evaluación de la calidad citadas, son agrupadas de la siguiente manera:

Elementos tangibles: Ítems de 1 al 4.

— Fiabilidad: Ítems del 5 al 9.

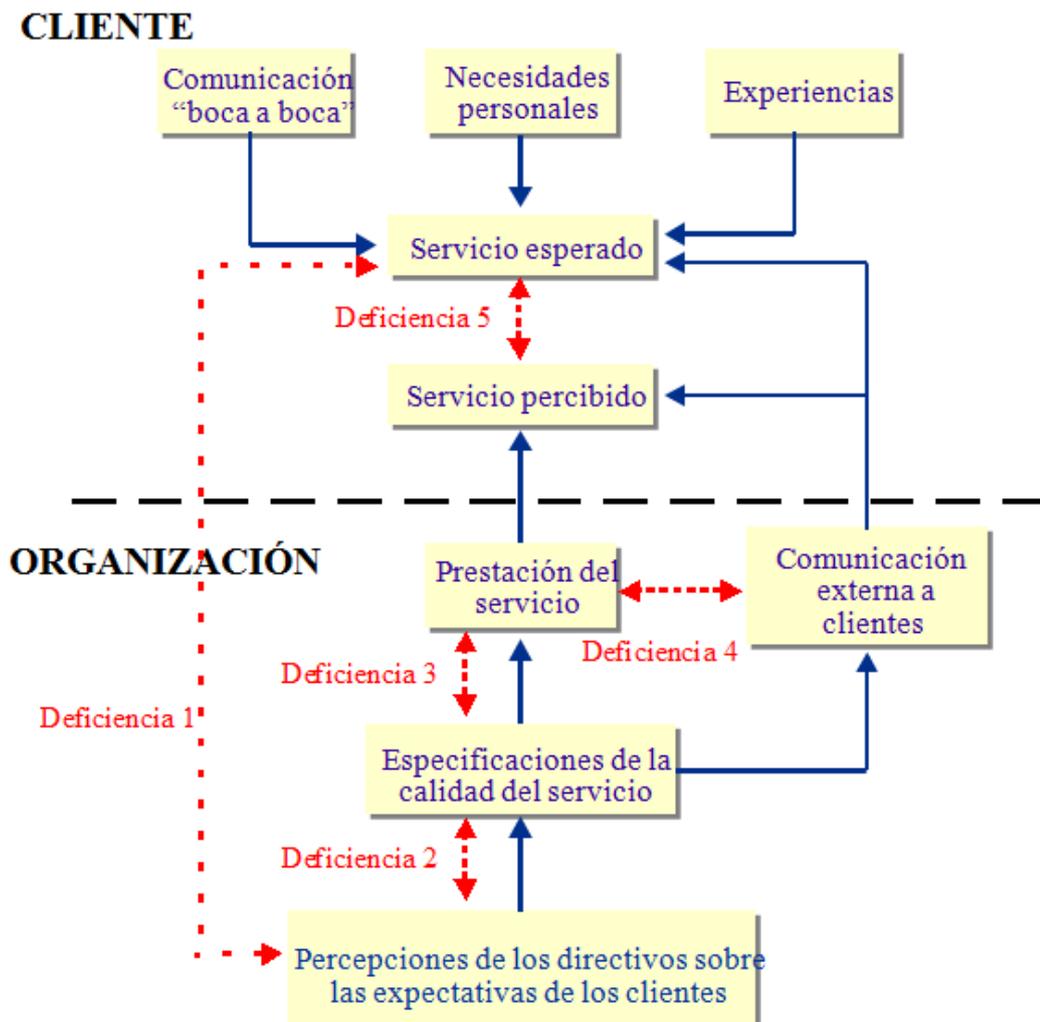
— Capacidad de respuesta: Ítems del 10 al 13.

— Seguridad: Ítems del 14 al 17.

— Empatía: Ítems del 18 al 22 (AITECO, 2018, pág. 4).

#### 4.1.16 Esquema del modelo Servqual

Figura 1 Esquema del modelo Servqual



Fuente: AITECO consultores

Elaboración: Cartuchi Zoila

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio está basado en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad de servicio en el que:

1. Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las percepciones; de manera que éstas superaran a las expectativas, implicaría una elevada calidad percibida del servicio. Ello implicaría una alta satisfacción con el mismo.

2. Señala ciertos factores clave que condicionan las expectativas de los usuarios:

- **Comunicación “boca a oreja”**, es decir, opiniones y recomendaciones de amigos y familiares sobre el servicio.
- **Experiencias con el servicio** que el usuario haya tenido previamente.
- **Comunicaciones externas**. Que la propia institución realice sobre las prestaciones de su servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano tiene sobre las mismas.

3. Identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

- **Fiabilidad**: Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.
- **Capacidad de Respuesta**: Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- **Seguridad**: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
- **Empatía**: Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.
- **Elementos Tangibles**: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación (AITECO, 2018, pág. 6).

#### **4.1.17 Importancia del modelo Servqual**

Esto permite evaluar las opiniones del servicio recibido, los resultados de estas encuestas reflejan: la importancia de cada condición, la aproximación de las expectativas de desempeño relacionadas con la excelencia y a su vez, proporciona una medición de la brecha existente entre el desempeño real y el deseado. Permitiendo a la organización utilizar sus recursos para el mejoramiento de la calidad de servicio.

El SERVQUAL es utilizado en las industrias de servicio, para comprender las expectativas del cliente en cuanto a sus necesidades de servicio, lo que permite medir la calidad del servicio de la organización. Este método es de fácil interpretación y uso, por lo cual es frecuentemente utilizado para medir la calidad del servicio de organismos hoteleros. Permite obtener información útil sobre la percepción de calidad del cliente e identificar los sectores críticos y de esta manera mejorarlos (Villalba, 2016, pág. 15).

#### **4.1.18 Los Sistemas de Gestión de Calidad.**

Los Sistemas de gestión de la Calidad se puede definir como conjunto de actividades de la función general de la que determina las responsabilidades y se implantan por medios tal como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad en el marco de la calidad (Cortès, 2017, pág. 5).

Los requisitos del sistema en cuestión se encuentran claramente especificados en la norma internacional ISO 9001:

- Determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización.
- Determinar la secuencia e interacción de estos procesos.

- Determinar los criterios y los métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces.
- Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos (Sanchez & Oscar, 2012, pág. 32).

Con respecto al sistema de gestión de calidad se entiende que son principios que se desarrollan dentro de una empresa para su debido desarrollo de actividades, capaces de brindar servicios eficientes.

#### **4.1.19 Matriz de estrategias, Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)**

##### **Definición.**

El análisis FODA es un avance al planeamiento que realizan las empresas para lograr una mejor adaptación al ambiente, este análisis más cualitativo que cuantitativo impulsa la generación de ideas con respecto al negocio de la empresa (Lazzari, 2015, pág. 2). De la cual permite determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para plantear posibles estrategias.

El FODA permite obtener información valiosa, de una empresa para así poder adoptar ideas para dar solución a las deficiencias de una empresa. Es necesario señalar que la intuición y la creatividad de los involucrados es parte fundamental del proceso de análisis ya que para los que una determinada situación parece ser una oportunidad, para otros puede pasar desapercibida; del mismo modo esto puede suceder para las amenazas, fortalezas y debilidades que sean examinadas. (Flores, 2013, pág. 89)

Podemos definir el FODA como una herramienta para poder determinar la situación actual de una empresa ayuda a identificar las fortalezas y

debilidades (interno) y las oportunidades y amenazas (externo), así plantear estrategias de mejoramiento o innovación.

#### **4.1.20 Estrategias**

Una estrategia de servicio es una misión, no un planteamiento de una misión, dicho de otra forma según este autor, la estrategia de servicio habitualmente se puede expresar en pocas palabras, su valor está en orientar y dar energía, por tanto las palabras serán eficaces únicamente si reflejan las creencias fundamentales de la empresa, si se mueven en el espíritu humano de la realización, y si son interiorizadas (Berry, 2013, pág. 90).

La planeación estratégica permite a una organización aproximarse a la visualización y construcción de su futuro, y se puede conceptualizar como un proceso para determinar los mayores propósitos de una organización y las estrategias que orientarán la adquisición, uso y control de los recursos (Rojas, 2014, pág. 54). Para así cumplir sus objetivos y metas propuestos.

Las estrategias tienen como objetivo el planteamiento de ideas a corto o largo plazo para dar solución a las debilidades que se encuentran presentes dentro de una empresa, poniendo a consideración al personal administrativo lo impredecible que son la aplicación del mismo para en un futuro obtener resultados.

## 4.2 Marco Referencial

### 4.2.1 Ubicación Geográfica

En Loja se puede conjugar el misticismo de la tradición con la majestuosidad de lo moderno: La puerta de la Ciudad, conventos, templos coloniales, el parque recreacional Jipiro, la Calle Lourdes, son ejemplo de riqueza histórica y de la lucha de los lojanos por conservar su cultura sin obviar a la modernidad. Su posición geográfica es 03°39'55" y 04°30'38" de latitud sur (9501249, N9594638 N); y, 79°05'58" y 79°05'58" de longitud oeste (661221 E711075E).

Este cantón cuenta con un total de 17 parroquias entre urbanas y rurales:

- Parroquias urbanas: El Sagrario, El Valle, San Sebastián y Sucre.
- Parroquias rurales: Chuquiribamba, Chantaco, El Cisne, Gualiel, San Lucas, Santiago, Jimbilla, Taquil, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara.

El cantón Saraguro, está ubicado en el Norte de la provincia de Loja y al sur del Ecuador, cuya superficie es de 1080.70 Km<sup>2</sup> (108270.25 ha); es uno de los cantones más extenso de la provincia de Loja, se ubica a 64 Km de la cabecera provincial (PDOT, 2014, pág. 12).

Los puntos extremos del cantón en coordenadas UTM (WGS84, zona 17s) son:

**Cuadro 1 Coordenadas UTM.**

<b>Norte</b>	<b>672200 9632792</b>
<b>Sur</b>	700592 9588789
<b>Este</b>	711754 9599870
<b>Oeste</b>	666942 9601326

**Fuente:** PDOT, Saraguro 2014  
**Elaboración:** Zoila Cartuchi

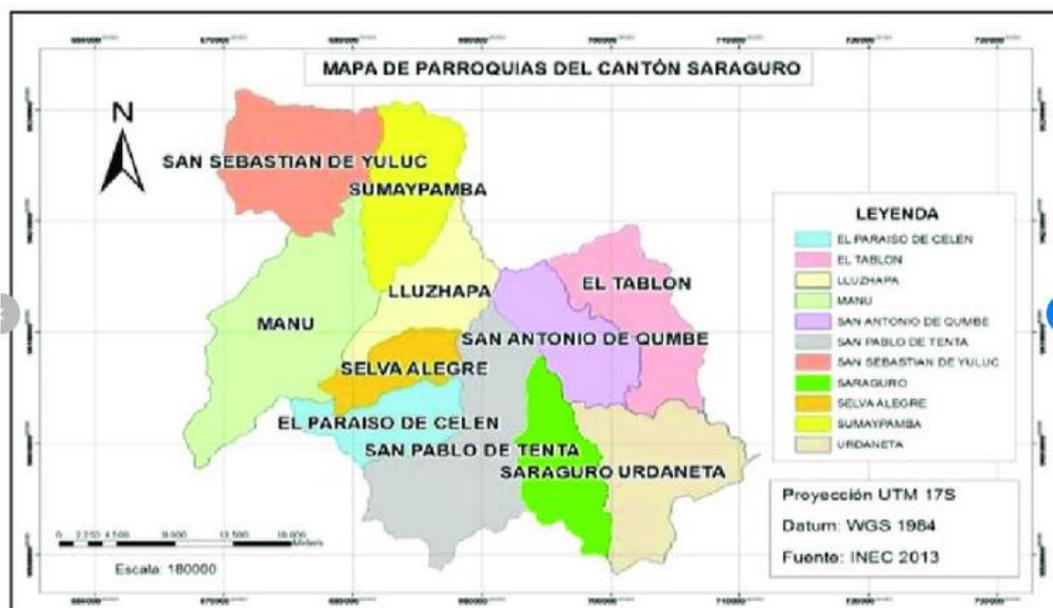
Altitudinalmente varía desde 1000 - 3800 msnm, ocupa una superficie de 108.270,25 ha, el 10,02% de la superficie provincial. Su cabecera cantonal es Saraguro se encuentra a una altitud de 2485 msnm.

#### 4.2.2 División política

Cantón Saraguro, Provincia de Loja, está limitado al Norte con la provincia del Azuay, al sur con el cantón Loja, al este la Provincia de Zamora Chinchipe, y al oeste la Provincia de El Oro.

En la actualidad se encuentra integrado por una parroquia urbana: Saraguro y diez parroquias rurales: San Pablo de Tenta, El Paraíso de Celen, Selva Alegre, Lluzhapa, Manú, San Sebastián de Yúluc, Urdaneta, San Antonio de Cumbe, El Tablón y Sumaypamba. (PDOT, 2014, pág. 14).

**Figura 1** División política, administrativa del Cantón Saraguro



**Fuente:** IGM- SENPLADES 2014 –2018

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Cuadro 2.** Datos generales del Cantón Saraguro.

Nombre del Cantón	<b>Saraguro</b>
Fecha de Creación del Cantón.	10 de junio de 1878 en la convención de Ambato.
Población Total al 2016	30183 habitantes INEC-2010 y Proyección al 2016 son de 32.885 habitantes.
Extensión	1080.70km <sup>2</sup>
Limites	Norte: provincia del Azuay, Sur: Cantón Loja Este: Provincia de Zamora Chinchipe y al Oeste: Provincia de el oro
Rango altitudinal.	1000-3800 msnm
Rango climático	Temperatura de 8° -26°- Precipitación: 400-800mm

**Fuente:** IGM-SENPLADES 2014 y Secretaria general del GADMIS 2014

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

### 4.2.3 Población

La población de Saraguro cuenta con una tasa de crecimiento de 0,82% de habitantes al año. Teniendo como resultado una población potencial para llevar a cabo el proyecto tanto de la demanda actual y la futura para 5 años consecutivos (PDOT, 2014, pág. 27).

## POBLACIÓN DEL CANTON SARAGURO

**Cuadro 3.** Población del Cantón Saraguro

<b>POBLACION año 2010</b>	<b>30.183 habitantes</b>
<b>tasa crecimiento</b>	<b>0,82%</b>

Nº	AÑOS	No. HABITANTES
0	2010	30.183
1	2011	30.431
2	2012	30.680
3	2013	30.932
4	2014	31.185
5	2015	31.441
6	2016	31.699
7	2017	31.959
8	2018	32.221

**Fuente:** Resultados del VII Censo Población 2010-INEC

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

## 5 MATERIALES Y METODOS

### 5.1 Ubicación del área de estudio

El hotel Samana Wasi, se encuentra ubicado en el centro del Cantón Saraguro de la Provincia de Loja en la calle 10 Marzo y Panamericana

Hotel “Samana Wasi” según el Ministerio de Turismo consta en los Catastros de la Provincia de Loja con una clasificación de establecimientos hoteleros como hotel de Tercera Categoría. Hotel “Samana Wasi” ofrece servicios hoteleros enfocados a satisfacer las necesidades de los huéspedes que visitan la ciudad de Saraguro ya sea por turismo, negocios o profesional.

Hostal Achik Wasi, se encuentra ubicado en el Cantón Saraguro, calles Intiñan sector barío la luz, actualmente administrado por la Gerente, Carmen Guailas, representante legal del Hostal, con RUC, N°: 1102104914001, el Hostal Achik Wasi fue creado en, enero del 2008, por la fundación Kawsay, la cual se encuentra registrado a nombre de la Sra., María Asunción Quizhpe como propietaria del establecimiento hotelero.

**Figura 2** Ubicación de los establecimientos hoteleros



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

## **5.2 Materiales y equipos**

### **Materiales de oficina**

#### **Equipos tecnológicos**

- Computadora
- Impresora
- Cámara fotográfica
- Grabadora.

## **5.3 Métodos**

### **5.4 Metodología para el primer objetivo**

“Realizar el diagnóstico situacional: Samana Wasi, Achik Wasi, establecimientos de alojamiento en el cantón Saraguro”.

#### **5.4.1 Diseño de la matriz de diagnostico**

Se elaboró la matriz de diagnóstico para el levantamiento de información la misma que contiene lo siguiente: datos generales de los establecimientos, reglamento de la entidad turística, servicios generales de los establecimientos hoteleros. Ver anexo 2

#### **5.4.2 Aplicación de entrevistas**

Se elaboró y se aplicó una entrevista, a los gerentes y los empleados de los establecimientos hoteleros la misma que permitió, constatar la información que se obtuvo con la matriz de diagnóstico. Ver anexos 3

#### **5.4.3 Observación directa**

Se realizó una visita técnica al Hotel samana Wasi y Hostal Achik Wasi para de esta manera validar la información..

#### **5.4.4 FODA interna**

Con toda la información, se realizó el análisis de fortalezas y debilidades de los establecimientos hoteleros.

## 5.5 Metodología para el segundo objetivo.

“Evaluar la calidad de servicio al cliente brindado por los establecimientos de alojamientos del cantón Saraguro.”

### 5.5.1 Cálculo de la muestra

El cálculo de la muestra se determinó tomando en cuenta los años 2017 y 2018, y el margen de error fue de 0.10, tomando en consideración que los establecimientos en análisis reciben muy pocas visitas en el periodo de un año.

#### Cálculo de la muestra hotel Samana Wasi

En donde:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1.96)<sup>2</sup>

p= probabilidad a favor (0.5)

q= probabilidad en contra (0.5)

e= margen de error de estimación (0.10)

N= Universo.

#### Formula:

$$N = \frac{N * z^2 * P * Q}{[(N - 1)E^2] + (Z^2 * P * Q)}$$

$$N = \frac{432 * (1.96)^2 * 0,50 * 0,50}{[(432 - 1)(0,10)^2] + ((1,96)^2 * 0,50 * 0,50)}$$

$$N = \frac{432 * (3,84) * 0,50 * 0,50}{[(432 - 1)(0,01)] + (03,84) * 0,50 * 0,50)}$$

$$N = \frac{415}{5,277}$$

$$N = 79$$

## Calculo de la muestra Hostal Achik Wasi

$$N = \frac{N * z^2 * P * Q}{[(N - 1)E^2] + (Z^2 * P * Q)}$$
$$N = \frac{1032 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{[(1032 - 1)(0,10)^2] + ((1,96)^2 * 0,50 * 0,50)}$$
$$N = \frac{1032 * (3,84) * 0,50 * 0,50}{[(1032 - 1)(0,01)] + (3,84) * 0,50 * 0,50)}$$
$$N = \frac{991}{11,27}$$
$$N = \mathbf{88}$$

### 5.5.2 Encuesta

Se elaboró una encuesta basada en 34 preguntas, utilizando el cuestionario modificado del modelo Servqual, a través de 5 dimensiones (fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, elementos tangibles). La misma que se aplicó a los clientes del hotel Samana Wasi, (79 clientes), y del hostel Achik Wasi (88 clientes) Ver anexo 4.

Esta herramienta permitió diseñar las preguntas, para ello se utilizó como base el método SERVQUAL, y se utilizó la escala Likert para que facilite la interpretación de los resultados la misma que fue adaptada a la situación real de los establecimientos. Ver anexo 4 y 5.

### 5.5.3 Tabulación utilizando la escala Likert:

Tomamos como referencia esta escala, la cual permitió verificar por rangos en porcentajes el nivel de satisfacción del cliente por pregunta y por dimensión.

**Cuadro 4** Escala de la encuesta

<b>Nivel de Likert</b>	<b>Significado</b>	<b>Rango de porcentaje de satisfacción del cliente (%)</b>
1	Muy insatisfecho	0-20
2	Insatisfecho	20-40
3	Aceptable	40-60
4	Satisfecho	60-80
5	Muy satisfecho	80-100

**Fuente:** Escala de Likert  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

#### **5.5.4 Datos estadísticos**

Para tener una mejor percepción de los resultados, empezamos tabulando con una tabla de frecuencia, así mismo se procedió a sacar datos estadísticos para obtener la (media, desviación estándar, varianza) y de esta forma presentar resultados.

#### **5.5.5 Análisis de los datos**

Se analizó cada pregunta, obteniendo resultados de cada dimensión, de esta forma tener una mejor percepción de las deducciones de los clientes.

#### **5.5.6 FODA externo A/O (amenazas y Oportunidades)**

Este nos permitió obtener toda la información de las encuestas aplicadas, se procedió al análisis de factores externos viendo las amenazas y oportunidades que presenta los establecimientos de alojamiento, de acuerdo a la escala Likert para determinar los resultados de la calificación por parte de los clientes.

#### **5.5.7 FODA CRUZADO**

En este contexto se utilizó toda la información tanto de las F/D (fortalezas y debilidades) y A/O (amenazas y oportunidades), de esta manera se obtuvo el FODA cruzado, permitiéndome de esta forma poder llegar a las

estrategias. Se procedió a cruzar las (oportunidades O1 y Fortalezas F1) y (debilidades D1 y amenazas A1) realizando comparaciones con cada una de ellas y a través del análisis encontrar objetivos estratégicos.

## 5.6 Metodología para el tercer objetivo

“Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi, Achik wasi del cantón Saraguro”

### 5.6.1 Estrategias propuestas

Una vez desarrollado el FODA cruzado, se obtuvo estrategias para el mejoramiento de la calidad con respecto a la satisfacción del cliente.

### 5.6.2 Desarrollo de las estrategias

A través de políticas, indicadores, características, valores se desarrolló cada una de las estrategias.

### 5.6.3 Diseño de estrategias

En el cuadro 4 se presenta la matriz de estrategias que se utilizó para determinar información relevante que permitió una adecuada atención al cliente con la ayuda del siguiente formato esquemático.

**Cuadro 5** Formato de objetivos

<b>Estrategia sugerida</b>	
<b>Características</b>	
<b>Políticas</b>	

<b>Valores</b>	
<b>Indicador</b>	
<b>Metas</b>	
<b>Responsables</b>	

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

## 6 RESULTADOS

### 6.1 Resultados para el primer objetivo.

“Realizar el diagnóstico de la situación actual: Samana Wasi, Achik Wasi, establecimientos de alojamiento del cantón Saraguro”

#### 6.1.1 Datos generales hotel Samana Wasi.

Cuadro 6 Datos generales y ubicación del hotel

Ciudad	Cantón Saraguro
Parroquia	Saraguro
Calles	10 de marzo y panamericana
Nombre Gerente Hotel	Sr. Hernán Montaña
Nº Cedula	1103207823
RUC	1103207823001
Cargo	Gerente propietario
Razón social	Samana wasi hotel
Tipo de empresa	Establecimientos hotelero
Misión / Visión	Estar al servicio de la comunidad para fomentar el turismo de la localidad.
Creación	2002
Nº de empleados	Cuenta con 5 empleados; gerente, recepcionista, camarero, contador.
Categoría	3 estrellas
Nº de plazas	Simple, dobles, triples y matrimoniales
Departamentos	Gerencia, recepcionista, Lavandería, bodega

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

### Reglamentos de la entidad turística

Cuadro 7. Cumplimiento de los requisitos del MINTUR hotel samana Wasi

Requisitos		Cumplimiento		Observación
		Si	No	
L.U.A.F	Licencia Única de Funcionamiento	Si		Enero 2018- Diciembre 2019
R.U.C	Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI)	Si		
Factura	Pago del IVA 12%	Si		
	Pago de servicios 10%			
	Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales	Si		

<b>MUNICIPIO</b>	Carnet de salud para todo el personal		<b>No</b>	
	Permiso del cuerpo de bomberos	<b>Si</b>		
	Registro generador de desechos sanitarios	<b>Si</b>		
<b>HIDROCARBUROS</b>	Transporte de combustible otorgado por la agencia de regulación e hidrocarburos.		<b>No</b>	
<b>GESTION DE RIESGOS</b>	Botiquín de primeros auxilios	<b>Si</b>		
	Megáfono	<b>Si</b>		
	Lámparas de emergencia o internas.	<b>SI</b>		
	Vías de evacuación señalizadas	<b>Si</b>		
	Puertas de emergencia funcionales	<b>Si</b>		
	Señalética.	<b>SI</b>		
	Sistema de alarma/sirena/campana.	<b>Si</b>		
	Zonas de seguridad	<b>Si</b>		
	Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios).		<b>No</b>	
	Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).	<b>Si</b>		
<b>AGENCIA DE REGISTRO SANITARIO</b>	Complimiento de la normativa sanitaria dentro del establecimiento	<b>Si</b>		
	Condición es higiénicas en las habitaciones	<b>Si</b>		
	Condiciones higiénicas en los baños	<b>Si</b>		
	Manipulación de alimentos		<b>No</b>	
<b>MINISTERIO DE TRABAJO</b>	Pagar el 15 % de utilidades a empleados hasta el 15 de Abril de cada año		<b>No</b>	
	Uniformes para el personal, se debe suministrar uniformes anualmente para el personal de la empresa	<b>Si</b>		
	Remuneración a empleados Pagar el último día del mes remuneraciones a empleados.	<b>Si</b>		

	Aportes seguro social empleados hasta el 15 de cada mes		<b>No</b>	
	Repartir 10 % de servicio, presentar la planilla de pago del mismo		<b>No</b>	
	Décimo cuarta remuneración bonificación anual equivalente a una remuneración básica. Hasta el 15 de Agosto		<b>No</b>	
	Décimo tercera remuneración o bono navideño pagar décimo tercer sueldo hasta el 24 de Diciembre de cada año.		<b>No</b>	
<b>GOBERNACION</b>	Registro del establecimiento en la página de Ministerio del Interior.	<b>Si</b>		
	Permiso de uso de suelo. ( municipio)	<b>Si</b>		
	Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas.	<b>Si</b>		
<b>CONADIS (Consejo Nacional para Igualdad de Capacidades)</b>	Rampas para silla de ruedas.	<b>Si</b>		
	Sistema braille.		<b>No</b>	
	Porcentaje de personal capacitado.		<b>No</b>	
<b>MINISTERIO DEL AMBIENTE</b>	Empresa eco eficiente.		<b>No</b>	
	Gestión de desechos	<b>Si</b>		
	Consumo de agua eficiente.	<b>Si</b>		
	Energía, ( panel solar)	<b>Si</b>		
	Geo transporte		<b>No</b>	
	Gestión de compras responsables.		<b>No</b>	
	Gestión papel, Facturación electrónica		<b>No</b>	
Manejo de aguas residuales		<b>No</b>		

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

## INSTALACIONES GENERALES

**Cuadro 8** Requisitos instalaciones generales del hotel samana Wasi

Requisitos		Cumplimiento	
		Si	No
Servicio de estacionamiento temporal para vehículo (embarque y desembarque de pasajeros), frente al establecimiento.		Si	
Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. En caso de contar con el requisito mínimo de habitaciones, deberá haber 3 espacios fijos de estacionamiento.		Si	
Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento.	Si	
	Para servicios comunales básicos: ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes.	Si	
Agua caliente en lavados de cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	Con sistema de válvula de presión	Si	
	Las 24 horas.	Si	
	Centralizada.	Si	
Piscina.			No
Hidromasaje.			No
Baño turco			No
Sauna.			No
Gimnasio.			No
SPA.			No
Servicio de peluquería.			No
Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc.; se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales.			No
Áreas deportivas.			No
Exposición de colección de arte permanente o temporal.		Si	
Salones para eventos.			No
Contar con área de uso exclusivo para el personal	Cuarto de baño y aseo	Si	
	Duchas		No
	Vestidores		No
	Área de almacenamiento de artículos personales	Si	
	Área de comedores		No
	Área administrativa	Si	
Ascensores para uso de huéspedes			No
área de clientes	Internet 24 horas	Si	
Restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento.			No
Servicio de bar dentro del establecimiento.			No
Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.			No
Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado.		Si	
Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.		Si	
Habitaciones insonorizadas.			No
Internet en todas las habitaciones		Si	
Caja de seguridad en habitación.			No
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.		Si	

Cerradura para puerta de acceso a la habitación.	<b>Si</b>	
Almohada extra a petición del huésped.	<b>Si</b>	
Frigobar.		<b>No</b>
Portamaletas.	<b>si</b>	
Clóset y/o armario.	<b>Si</b>	
Escritorio y/o mesa.	<b>Si</b>	
Silla, sillón o sofá.	<b>Si</b>	
Servicio telefónico	Teléfono en habitación	<b>Si</b>
	Teléfono en cuarto de baño y aseo.	
	Sistema de comunicación.	<b>Si</b>
	24 horas	<b>Si</b>
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado.	<b>Si</b>	
Espejo	<b>Si</b>	
Juego de toallas	<b>Si</b>	
Amenites de limpieza	<b>Si</b>	
Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.		<b>No</b>
Servicio de lavandería propio o contratado.		<b>No</b>
Servicio de limpieza en seco propio o contratado.		<b>No</b>
Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.		<b>No</b>
Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		<b>No</b>
Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, conserjería as 24 horas.		<b>No</b>
El establecimiento cuenta con un buzón se sugerencia u otro tipo de evaluación del servicio dirigido al cliente		<b>No</b>
Existe un sistema de evaluación		<b>No</b>
El establecimiento cuenta con certificaciones adicionales	<b>Si</b>	
El establecimiento cuenta con un buzón se sugerencia u otro tipo de evaluación del servicio dirigido al cliente		<b>No</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

## 6.1.2 Datos generales hostel Achik Wasi

Cuadro 9 Datos generales y ubicación del hostel

Ciudad	Cantón Saraguro
Parroquia	Saraguro
Calles	Barrio la luz y calle Inti ñan
Nombre Gerente Hotel	Sra, Carmen Guailas
Nº Cedula	1102104914
RUC	1102104914001
Cargo	Gerente administrativo
Razón social	Hostal Achik Wasi
Tipo de empresa	Establecimientos presta servicio turísticos
Misión / Visión	No cuenta

<b>Creación</b>	Año 2008
<b>Nº de empleados</b>	Cuenta con 7 empleados; Gerente general, recepcionista, contador, camarero, Cocinero
<b>Categoría</b>	Segunda categoría
<b>Nº de plazas</b>	Simple, dobles, triples y matrimoniales
<b>Departamentos</b>	Recepción, Marketing, lavandería, mantenimiento, cocina, bodega compras, ama de llaves

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

## Reglamentos de la entidad turística

Cuadro 10 Cumplimiento de requisitos del MINTUR

Requisitos		Cumplimiento		Observación
		Si	No	
<b>L.U.A.F</b>	Licencia Única de Funcionamiento	Si		Fecha de emisión de Enero 2018- Diciembre 2019
<b>R.U.C</b>	Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI)	Si		
<b>Factura</b>	Pago del IVA 12%			
	Pago de servicios 10%	Si		
<b>MUNICIPIO</b>	Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales	<b>Si</b>		
	Carnet de salud para todo el personal		<b>No</b>	
	Permiso del cuerpo de bomberos	<b>Si</b>		
	Registro generador de desechos sanitarios	<b>Si</b>		
<b>HIDROCARBUROS</b>	Transporte de combustible otorgado por la agencia de regulación.	<b>SI</b>		
<b>GESTION DE RIESGOS</b>	Botiquín de primeros auxilios	<b>Si</b>		
	Megáfono	<b>Si</b>		
	Lámparas de emergencia o internas.	<b>S</b>		
	Vías de evacuación señalizadas	<b>Si</b>		
	Puertas de emergencia funcionales	<b>Si</b>		
	Señalética.	<b>S</b>		
	Sistema de alarma/sirena/timbre/campana.	<b>Si</b>		
	Zonas de seguridad	<b>Si</b>		

	Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios).		<b>No</b>	
	Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).	<b>Si</b>		
<b>AGENCIA DE REGISTRO SANITARIO</b>	Complimiento de la normativa sanitaria dentro del establecimiento	<b>Si</b>		
	Condición es higiénicas en las habitaciones	<b>Si</b>		
	Condiciones higiénicas en los baños	<b>Si</b>		
	Manipulación de alimentos	<b>SI</b>		
<b>MISNISTERIO DE TRABAJO</b>	Pagar el 15 % de utilidades a empleados hasta el 15 de Abril de cada año	<b>SI</b>		
	Uniformes para el personal, se debe suministrar uniformes anualmente para el personal de la empresa	<b>Si</b>		
	Remuneración a empleados Pagar el último día del mes remuneraciones a empleados.	<b>Si</b>		
	Aportes seguro social empleados hasta el 15 de cada mes		<b>No</b>	
	Repartir 10 % de servicio, presentar la planilla de pago del mismo		<b>No</b>	
	Décimo cuarta remuneración bonificación anual equivalente a una remuneración básica. Hasta el 15 de Agosto	<b>Si</b>		
	Décimo tercera remuneración o bono navideño pagar décimo tercer sueldo hasta el 24 de Diciembre de cada año.	<b>Si</b>		
<b>GOBERNACION</b>	Registro del establecimiento en la página de Ministerio del Interior.	<b>Si</b>		
	Permiso de uso de suelo. ( municipio)	<b>Si</b>		
	Declaración juramentada de los fondos y activos	<b>Si</b>		

	utilizados que no proviene de actividades ilícitas.			
<b>CONADIS (Consejo Nacional para la Igualdad de Capacidades)</b>	Rampas para silla de ruedas.	<b>Si</b>		
	Sistema braille.		<b>No</b>	
	Porcentaje de personal capacitado.		<b>No</b>	
<b>MINISTERIO DEL AMBIENTE</b>	Empresa eco eficiente.		<b>No</b>	
	Gestión de desechos	<b>Si</b>		
	Consumo de agua eficiente.	<b>Si</b>		
	Energía, ( panel solar)	<b>Si</b>		
	Geo transporte		<b>No</b>	
	Gestión de compras responsables.		<b>No</b>	
	Gestión papel, Facturación electrónica		<b>No</b>	
Manejo de aguas residuales	<b>si</b>			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

## INSTALACIONES GENERALES

Cuadro 11 Requisitos instalaciones generales del hostel Achik Wasi

Requisitos		Cumplimiento	
		Si	No
Servicio de estacionamiento		<b>Si</b>	
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial		<b>Si</b>	
Señalética, salida de emergencia, entrada, salida.			
Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:	Cuartos de baño y aseo	<b>Si</b>	
	Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	<b>Si</b>	
	Área de comedor.	<b>Si</b>	
Una entrada principal de clientes y otra de servicio.			<b>No</b>
Cuenta con rampas para silla de ruedas		<b>Si</b>	
Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.		<b>Si</b>	
Cuenta con cuarto de baño privado		<b>Si</b>	
Habitaciones compartidas con cuarto de baño privado.			<b>No</b>
Servicio telefónico	Nacional e internacional desde la recepción con transferencia de llamadas al teléfono en cada habitación.	<b>Si</b>	
	Idioma Ingles	<b>Si</b>	
Seguridad caja fuerte en habitaciones		<b>Si</b>	
Área para fumadores		<b>Si</b>	
Cerradura para puerta de acceso a la habitación.		<b>Si</b>	
Area de clientes	Agua caliente	<b>Si</b>	

	Las 24 horas	<b>Si</b>	
	Centralizada	<b>Si</b>	
Juego de toallas para huéspedes		<b>Si</b>	
Amenites de limpieza	Champú	<b>Si</b>	
	Jabón	<b>Si</b>	
	Vaso por huésped	<b>Si</b>	
	Papel higiénico de repuesto	<b>Si</b>	
Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers.			<b>No</b>
Cuenta con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.		<b>Si</b>	
Cuenta (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		<b>Si</b>	
Cuenta con alcantarillado o pozo séptico		<b>Si</b>	
El establecimiento cuenta con un buzón de sugerencia u otro tipo de evaluación del servicio dirigido al cliente			<b>No</b>
Personal certificado		<b>Si</b>	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

### 6.1.3 Resultados de la entrevista aplicada.

#### Hotel Samana Wasi

Cuadro 12 Entrevista aplicada al gerente Hotel Samana Wasi

Pregunta	Respuesta
1. Como está organizada el personal administrativa del hotel?	Gerente General, Asesoría contable, recepcionistas polivalentes
2. Que herramienta de marketing utiliza para ofertar los servicios del hotel?	Utilizan las redes sociales como: Facebook e Instagram
3. Se siente satisfecho por el trabajo realizado por sus trabajadores?	si
4. Con que frecuencia se capacita al personal del hotel?	Cada seis meses, especialmente al momento que entran a trabajar en el hotel
5. ha pensado incrementar algún servicio adicional al hotel?	Si, el servicio de alimentación, salón de eventos.
6. El hotel trabaja conjuntamente con otras empresas?	Si trabaja con restaurantes como: — Shamuico Gastronomic Spain — La muguna — restaurante Tupay
7. Porque cree que los clientes prefieren los servicios que presta su hotel.	— La ubicación — Accesibilidad — Precios

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

Cuadro 13 Entrevista aplicada a los empleados del hotel

Pregunta	Respuesta
1. Como se siente desarrollando las actividades en su puesto de trabajo?	El personal se siente contento pero consideran que el gerente debería considerar subir el sueldo.
2. Recibe capacitación constante sobre su puesto de trabajo	Al momento de ingresar a trabajar en el hotel si reciben charlas o indicaciones.
3. Desde su punto de vista los clientes se sienten satisfechos con los servicios que ofrece el hotel?	Los clientes se sienten satisfechos, aunque en ocasiones existen quejas sobre la falta del servicio de alimentación dentro del hotel
4. Que clientes y en que temporada visitan el hotel?	Los clientes que más frecuentan el hotel son estudiantes, trabajadores del municipio y turistas en general.
5. Considera usted que el sueldo compensa el trabajo realizado	En parte si, ya que a los recepcionistas les falta estar capacitados para realizar bien sus funciones y por falta de conocimientos es que consideran el sueldo sea bajo en muchos casos.

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

## Hostal Achik Wasi

Cuadro 14 Entrevista aplicada al gerente hostel Achik Wasi

Pregunta	Respuesta
1. Como está organizada el personal administrativa del hostel?	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Gerente General</li> <li>— Asesoría contable,</li> <li>— Recepcionistas,</li> <li>— Cocinero</li> <li>— Camarero</li> <li>— Personal de limpieza habitaciones y restaurante</li> </ul>
2. Que herramienta de marketing utiliza para ofertar los servicios del hostel?	Utilizan las redes sociales como: Facebook e Instagram, páginas en Trivago y Booking
3. Se siente satisfecho por el trabajo realizado por sus trabajadores?	El gerente se siente completamente satisfecho ya que los empleados tienen el conocimiento necesario para realizar sus funciones en diferentes departamentos.
4. Con que frecuencia se capacita al personal del hostel?	Cada seis meses, en caso de que contraten personal nuevo estaría a prueba y una semana de capacitaciones.
5. ha pensado incrementar algún servicio adicional al hotel?	Si, juegos recreativos para niños.
6. El hostel trabaja conjuntamente con otras empresas?	<p>Si trabaja con restaurantes como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Shamuico Gastronomic Spain</li> <li>— La muguna</li> <li>— restaurante Tupay</li> </ul> <p>Operadoras de turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Saraurku.cia.ltda</li> <li>— Runa Xtreme</li> </ul> <p>Establecimientos hoteleros:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Hotel Grand Victoria</li> <li>— Hostal Inty Wasi</li> </ul>
<b>7. Porque cree que los clientes prefieren los servicios que presta su hostel.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Accesibilidad</li> <li>— Precios</li> <li>— vista panorámica</li> <li>— Personal eficiente</li> <li>— Diseño rustico</li> <li>— Servicios completos</li> </ul>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

**Cuadro 15** Entrevista aplicada a los empleados del hostel Achik wasi

Pregunta	Respuesta
<b>1. Como se siente desarrollando las actividades en su puesto de trabajo?</b>	El personal se siente totalmente satisfecho cumpliendo sus funciones dentro del hostel
<b>2. Recibe capacitación constante sobre su puesto de trabajo</b>	El personal recibe capacitaciones cada 6 meses
<b>3. Desde su punto de vista los clientes se sienten satisfechos con los servicios que ofrece el hostel?</b>	Los clientes se sienten satisfechos, ya que el hostel Achik Wasi brinda servicios completos como: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Guianza</li> <li>— Alimentación</li> <li>— hospedaje</li> </ul>
<b>4. Que clientes y en que temporada visitan el hostel?</b>	Los clientes que más frecuentan el hotel son turistas extranjeros, grupos de estudiantes a nivel nacional e internacional, grupo de personal o equipos de trabajadores como doctores, ejecutivos entre otros. Temporadas en la cual tiene un mayor porcentaje de visitantes son: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Diciembre</li> <li>— Junio</li> <li>— Marzo</li> </ul>
<b>5. Consideran usted que el sueldo compensa el trabajo realizado</b>	Los empleados se encuentran totalmente de acuerdo con la remuneración que cada uno tiene por el momento.

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

#### **6.1.4 Análisis de FODA (Factor Interno)**

El análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) de los establecimientos hoteleros se realizó en base a la matriz de diagnóstico, entrevistas aplicadas al personal del hotel y el hostel, como se detalla en el cuadro 16 y 17

**Cuadro 16** Análisis FODA del hotel Samana Wasi.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p><b>F1.</b> Cuenta con el permiso de Licencia única de Funcionamiento</p> <p><b>F2.</b> Cumplimiento del 75% con respecto a permisos de municipio.</p> <p><b>F3.</b> Cumple con el 75% de acuerdo al requisito exigido por Gestión de riesgos.</p> <p><b>F4.</b> Cumple con el registro en la página del MINTUR.</p> <p><b>F5.</b> Dispone del 50% de servicios establecidos de acuerdo al MINTUR.</p> <p><b>F6.</b> Precios accesibles.</p> <p><b>F7.</b> Medios publicitarios, Facebook Instagram</p> <p><b>F8.</b> Buena ubicación del hotel</p> <p><b>F9.</b> Alianzas y convenios estratégicos con restaurantes de la localidad.</p>	<p><b>D1.</b> Cumplimiento de un 40% con respecto a requisitos por parte de la Agencia de registro sanitario.</p> <p><b>D2.</b> El 30% de cumplimiento de los requisitos con respecto al Ministerio de trabajo.</p> <p><b>D3.</b> CONADIS 10% de cumplimiento.</p> <p><b>D4.</b> Dispone del 30% de requisitos del Ministerio del Ambiente.</p> <p><b>D5.</b> El personal no se encuentra satisfecho con el salario recibido.</p> <p><b>D6.</b> No cumple con remuneración estipulada en el código del trabajo.</p> <p><b>D7.</b> Falta de personal capacitado en el idioma inglés.</p> <p><b>D8.</b> Falta del servicio de alimentación en el hotel.</p>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Cuadro 17** Análisis FODA del hostel Achik Wasi

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p><b>F1.</b> Dispone del Permiso de Licencia única de funcionamiento.</p> <p><b>F2.</b> Cumple con un 90% de requisitos exigidos por el Municipio.</p> <p><b>F3.</b> Dispone del permiso de Hidrocarburos.</p> <p><b>F4.</b> El 90% de requisitos con respecto a Gestión de riesgos.</p> <p><b>F5.</b> Dispone de los requerimientos de la Agencia de registro sanitario.</p> <p><b>F6.</b> Cumplimiento del 70% de acuerdo a los requerimientos del Ministerio de trabajo.</p> <p><b>F7.</b> El 50% del personal domina el idioma inglés.</p>	<p><b>D1.</b> Carece valores institucionales, misión y visión</p> <p><b>D2.</b> Cumplimiento del 50% con respecto a los requerimientos del Ministerio del Ambiente.</p> <p><b>D3.</b> Carece del 75 % de los requerimientos de acuerdo al CONADIS.</p> <p><b>D4.</b> Ubicación no estratégica</p>

<p><b>F8.</b> Dispone del 85% de servicios según lo establece el MINTUR.</p> <p><b>F9.</b> personal capacitado</p> <p><b>F10.</b> Alianzas estratégicas con otros establecimientos hoteleros y restaurantes.</p> <p><b>F11.</b> Brinda servicios con relación a actividades turísticas en general.</p>	
--	--

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

## **6.2 Resultados para el segundo objetivo**

“Evaluar la calidad de servicio que ofrecen los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi, Achik Wasi, del cantón Saraguro”

### **6.2.1 Resultados de la aplicación de la encuesta**

En este cuadro se puede apreciar la matriz de frecuencia como se desarrolló, paso a paso para obtener resultados de las encuestas exactas dentro de esta tabla se puede visualizar el nivel de satisfacción desde el rango desde el (1 al 5) siendo 1 totalmente insatisfecho y 5 muy satisfecho como se muestra en el siguiente .

**Cuadro 18** Frecuencia por preguntas hotel Samana Wasi

Nº	PREGUNTAS	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	satisfecho	Muy satisfecho	TOTAL/encuestas
		1	2	3	4	5	79
1	Cuando promete hacer algo en cierto tiempo y lo debe cumplir	0	5	10	25	39	79
2	Los empleados concluyen el servicio en el tiempo prometido.	0	10	10	25	34	79
3	Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlos.	0	5	15	24	35	79
4	Los empleados cumplen su función al momento de la atención al cliente.	0	5	15	19	40	79
5	Como califica el ambiente dentro del establecimiento.	0	10	15	23	31	79
6	Considera usted que la ubicación del establecimiento es la adecuada.	0	5	18	32	24	79
7	Esta de acuerdo con los servicios adicionales que ofrecen en el establecimiento.	0	10	15	22	32	79
8	La empresa insisten en mantener registros exentos de errores.	0	5	11	25	38	79
9	Cuál fue su grado de satisfacción con la vista de la habitación	0	0	15	30	34	79
10	Cree que el clima es un impedimento para cumplir con las diferentes actividades.	0	0	12	17	50	79
11	Los empleados deben de estar dispuestos a ayudarlos.	0	5	15	17	42	79
12	Los precios son accesibles	0	0	18	25	36	79
13	Los precios y pagos son comunicadas a tiempo.	0	0	0	35	44	79
14	Considera como un valor añadido a la belleza del paisaje presente en el lugar.	0	0	9	19	51	79
15	El empleado esta siempre dispuesto a ayudar al huésped	0	5	11	33	30	79
16	Considera usted que el establecimientos tiene competencia directa con otros establecimientos.	0	0	15	21	43	79
17	Los empleados del hotel inspiran confianza al brindar el servicio	0	0	11	27	41	79
18	Las instalaciones del hotel se muestran seguros.	0	0	15	17	47	79
19	Los empleados brindan confianza.	0	0	13	15	51	79
20	Los empleados cuidan el interés de los huéspedes	0	3	14	25	37	79

21	Considera que el cantón Saraguro es un lugar tranquilo, libre de delincuencia.	0	11	22	42	4	79
22	Los empleados tienen conocimiento para responder las dudas de los clientes.	0	4	15	25	35	79
23	La empresa de dar atención personalizada a los clientes.	0	13	22	34	10	79
24	La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal a cada uno de los clientes.	0	12	30	23	14	79
25	La empresa debe preocuparse por sus mejores intereses.	0	5	22	24	28	79
26	Los empleados dan a sus clientes atención personalizada.	0	7	25	18	29	79
27	La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	0	0	0	43	36	79
28	Está satisfecho con la limpieza de las habitaciones y la limpieza general de las instalaciones.	0	16	31	20	12	79
29	La empresa debe tener equipos de aspectos modernos.	0	6	19	25	29	79
30	Está satisfecho con las instalaciones del bar/cafetería, restaurante.	0	41	11	10	17	79
31	El establecimiento tiene equipos de apariencia moderna.	0	5	18	32	24	79
32	Las instalaciones físicas de las empresas son visualmente atractivas	0	22	8	34	15	79
33	Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	0	17	5	22	35	79
34	Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.	0	6	22	15	36	79

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Cuadro 19** Frecuencia por preguntas hostel Achik Wasi

Nº	PREGUNTAS	Muy insatisfecho	insatisfecho	Aceptable	satisfecho	Muy satisfecho	Total/encuestas
		1	2	3	4	5	
1	Cuando promete hacer algo en cierto tiempo y lo debe cumplir	0	0	5	25	58	88
2	Los empleados concluyen el servicio de alimentos en el tiempo prometido.	0	0	15	29	44	88
3	Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlos.	0	0	10	34	44	88
4	Los empleados cumplen su función al momento de la atención al cliente.	0	0	17	28	43	88
5	Como califica el ambiente dentro del restaurante.	0	0	25	30	33	88
6	Considera usted que la ubicación del establecimiento es la adecuada.	0	0	5	28	55	88
7	Esta de acuerdo con los servicios adicionales que ofrecen en el establecimiento.	0	0	12	33	43	88
8	La empresa insisten en mantener registros exentos de errores.	0	0	0	34	54	88
9	Cuál fue su grado de satisfacción con la alimentación (desayuno, almuerzo, cena)	6	12	18	24	28	88
10	Cree que el clima es un impedimento para cumplir con las diferentes actividades.	0	0	13	32	43	88
11	Los empleados deben de estar dispuestos a ayudarlos.	0	0	18	31	39	88
12	Los precios son accesibles en cuanto al menú.	0	0	8	33	47	88
13	Los precios y pagos son comunicadas a tiempo.	0	0	14	26	48	88
14	Considera como un valor añadido a la belleza del paisaje presente en el lugar.	0	5	13	27	43	88
15	El empleado esta siempre dispuesto a ayudar al huésped	0	0	17	28	43	88
16	Considera usted que el establecimientos tiene competencia directa con otros establecimientos.	0	0	17	28	43	88
17	Los empleados del hotel inspiran confianza al brindar el servicio de alimentos.	0	0	12	23	53	88

18	Las instalaciones del hotel se muestran seguros.	0	0	19	27	42	88
19	Los empleados brindan confianza.	0	6	16	24	42	88
20	Los empleados cuidan el interés de los huéspedes	0	7	25	32	24	88
21	Considera que el cantón Saraguro es un lugar tranquilo, libre de delincuencia.	0	5	24	26	33	88
22	Los empleados tienen conocimiento para responder las dudas de los clientes.	0	9	19	28	32	88
23	La empresa de dar atención personalizada a los clientes.	0	12	34	22	20	88
24	La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal a cada uno de los clientes.	0	10	19	34	25	88
25	La empresa debe preocuparse por sus mejores intereses.	0	12	24	21	31	88
26	Los empleados dan a sus clientes atención personalizada, alimentación a la habitación.	0	0	15	29	44	88
27	La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes, sobre promociones, festividades entre otros.	0	0	14	33	41	88
28	Está satisfecho con la limpieza del restaurante, mantelería, cristalería y cubiertos.	0	5	16	24	43	88
29	La empresa debe tener equipos de aspectos modernos.	0	0	15	29	44	88
30	Está satisfecho con las instalaciones del bar/cafetería, restaurante.	0	0	19	31	38	88
31	Está satisfecho con el servicio brindado dentro de la Cafetería o restaurante.	0	0	18	37	33	88
32	Las instalaciones físicas de las empresas son visualmente atractivas	0	0	15	24	49	88
33	Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	0	0	8	21	59	88
34	Considera que el personal de servicio de alimentación realiza su función adecuadamente.	0	0	5	32	51	88

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

En la siguiente tabla se puede observar el total de los puntos de las encuestas, así mismo el promedio o media por pregunta en la encuesta aplicada.

**Cuadro 20** frecuencia con promedio o media esperada por pregunta Hotel Samana Wasi

Nº	PREGUNTAS	Muy insatisfecho	insatisfecho	Acceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	TOTAL PUNTOS	PROMEDIO /MEDIA
		1	2	3	4	5		
1	Cuando promete hacer algo en cierto tiempo y lo debe cumplir	0	10	30	100	195	335	4,24
2	Los empleados concluyen el servicio en el tiempo prometido.	0	20	30	100	170	320	4,05
3	Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlos.	0	0	10	96	175	281	3,56
4	Los empleados cumplen su función al momento de la atención al cliente.	0	0	10	76	200	286	2,86
5	Como califica el ambiente dentro del establecimiento.	0	0	20	92	155	267	2,67
6	Considera usted que la ubicación del establecimiento es la adecuada.	0	0	25	128	120	273	2,73
7	Esta de acuerdo con los servicios adicionales que ofrecen en el establecimiento.	0	0	20	88	160	268	2,68
8	La empresa insisten en mantener registros exentos de errores.	0	0	25	100	190	315	3,15
9	Cuál fue su grado de satisfacción con la vista de la habitación	0	0	0	120	170	290	2,90
10	Cree que el clima es un impedimento para cumplir con las diferentes actividades.	0	0	0	68	250	318	3,18
11	Los empleados deben de estar dispuestos a ayudarlos.	0	0	10	68	210	288	2,88
12	Los precios son accesibles	0	0	0	100	180	280	2,80
13	Los precios y pagos son comunicadas a tiempo.	0	0	0	140	220	360	3,60
14	Considera como un valor añadido a la belleza del paisaje presente en el lugar.	0	0	0	27	255	282	2,82
15	El empleado esta siempre dispuesto a ayudar al huésped	0	0	10	33	132	175	1,75

16	Considera usted que el establecimientos tiene competencia directa con otros establecimientos.	0	0	0	45	84	129	1,29
17	Los empleados del hotel inspiran confianza al brindar el servicio	0	0	0	33	108	141	1,41
18	Las instalaciones del hotel se muestran seguros.	0	0	0	68	235	303	3,03
19	Los empleados brindan confianza.	0	0	0	39	255	294	2,94
20	Los empleados cuidan el interés de los huéspedes	0	0	6	100	185	291	2,91
21	Considera que el cantón Saraguro es un lugar tranquilo, libre de delincuencia.	0	22	66	168	20	276	2,76
22	Los empleados tienen conocimiento para responder las dudas de los clientes.	0	8	45	100	175	328	3,28
23	La empresa de dar atención personalizada a los clientes.	0	26	66	136	50	278	2,78
24	La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal a cada uno de los clientes.	0	24	90	92	70	276	2,76
25	La empresa debe preocuparse por sus mejores intereses.	0	10	66	96	140	312	3,12
26	Los empleados dan a sus clientes atención personalizada.	0	14	75	72	145	306	3,06
27	La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	0	0	0	172	180	352	3,52
28	Está satisfecho con la limpieza de las habitaciones y la limpieza general de las instalaciones.	0	32	93	80	60	265	2,65
29	La empresa debe tener equipos de aspectos modernos.	0	12	57	100	145	314	3,14
30	Está satisfecho con las instalaciones del bar/cafetería, restaurante.	0	82	33	40	85	240	2,40
31	El establecimiento tiene equipos de apariencia moderna.	0	10	54	128	120	312	3,12
32	Las instalaciones físicas de las empresas son visualmente atractivas	0	44	24	136	75	279	2,79
33	Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	0	34	15	88	175	312	3,12
34	Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.	0	12	66	60	180	318	3,18

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

**Cuadro 21** frecuencia con promedio o media esperada por pregunta hostel Achik Wasi

Nº	PREGUNTAS	Muy insatisfecho	insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	TOTAL PUNTOS	PROMEDIO/MEDIA
		1	2	3	4	5		
1	Cuando promete hacer algo en cierto tiempo y lo debe cumplir	0		0	132	275	407	4,63
2	Los empleados concluyen el servicio de alimentos en el tiempo prometido.	0	0	15	100	290	405	4,60
3	Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlos.	0	0	0	116	220	336	3,82
4	Los empleados cumplen su función al momento de la atención al cliente.	0	0	0	136	220	356	3,56
5	Como califica el ambiente dentro del restaurante.	0	0	0	112	215	327	3,27
6	Considera usted que la ubicación del establecimiento es la adecuada.	0	0	0	120	165	285	2,85
7	Esta de acuerdo con los servicios adicionales que ofrecen en el establecimiento.	0	0	0	112	275	387	3,87
8	La empresa insisten en mantener registros exentos de errores.	0	0	0	132	215	347	3,47
9	Cuál fue su grado de satisfacción con la alimentación (desayuno, almuerzo, cena)	0	0	0	136	270	406	4,06
10	Cree que el clima es un impedimento para cumplir con las diferentes actividades.	0	24	54	96	140	314	3,14
11	Los empleados deben de estar dispuestos a ayudarlos.	0	0	0		215	215	2,15
12	Los precios son accesibles en cuanto al menú.	0	0	0	124	195	319	3,19
13	Los precios y pagos son comunicadas a tiempo.	0	0	0	132	235	367	3,67
14	Considera como un valor añadido a la belleza del paisaje presente en el lugar.	0	0	0	42	240	282	2,82
15	El empleado esta siempre dispuesto a ayudar al huésped	0	0	10	39	108	157	1,57
16	Considera usted que el establecimientos tiene competencia directa con otros establecimientos.	0	0	0	51	112	163	1,63

17	Los empleados del hotel inspiran confianza al brindar el servicio de alimentos.	0	0	0	51	112	163	1,63
18	Las instalaciones del hotel se muestran seguros.	0	0	0	92	265	357	3,57
19	Los empleados brindan confianza.	0	0	0	57	210	267	2,67
20	Los empleados cuidan el interés de los huéspedes	0	0	12	96	210	318	3,18
21	Considera que el cantón Saraguro es un lugar tranquilo, libre de delincuencia.	0	14	75	128	120	337	3,37
22	Los empleados tienen conocimiento para responder las dudas de los clientes.	0	10	72	104	165	351	3,51
23	La empresa de dar atención personalizada a los clientes.	0	18	57	112	160	347	3,47
24	La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal a cada uno de los clientes.	0	24	102	88	100	314	3,14
25	La empresa debe preocuparse por sus mejores intereses.	0	20	57	136	125	338	3,38
26	Los empleados dan a sus clientes atención personalizada, alimentación a la habitación.	0	24	72	84	155	335	3,35
27	La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes, sobre promociones, festividades entre otros.	0	0	45	116	220	381	3,81
28	Está satisfecho con la limpieza del restaurante, mantelería, cristalería y cubiertos.	0	0	42	132	205	379	3,79
29	La empresa debe tener equipos de aspectos modernos.	0	10	48	96	215	369	3,69
30	Está satisfecho con las instalaciones del bar/cafetería, restaurante.	0	0	45	116	220	381	3,81
31	Está satisfecho con el servicio brindado dentro de la Cafetería o restaurante.	0	0	57	124	190	371	3,71
32	Las instalaciones físicas de las empresas son visualmente atractivas	0	0	54	148	165	367	3,67
33	Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	0	0	45	96	245	386	3,86
34	Considera que el personal de servicio de alimentación realiza su función adecuadamente.	0	0	24	84	295	403	4,03

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

## 6.2.2 Análisis e interpretación de datos.

Para el análisis de datos se aplicó encuestas enfocadas al modelo SERVQUAL, con la finalidad de determinar la satisfacción de los clientes de los establecimientos hoteleros, Samana Wasi, Achik Wasi.

Para poder entender cada una de las tablas y gráficos, empezaremos hablando a cerca de la escala de Likert, que consta de niveles del 1 al 5, estos niveles indican los porcentajes en relación a la satisfacción de los clientes como podemos visualizar en el cuadro 4.

### Dimensión de Fiabilidad

Los procesos de medición de fiabilidad se lo realizo por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

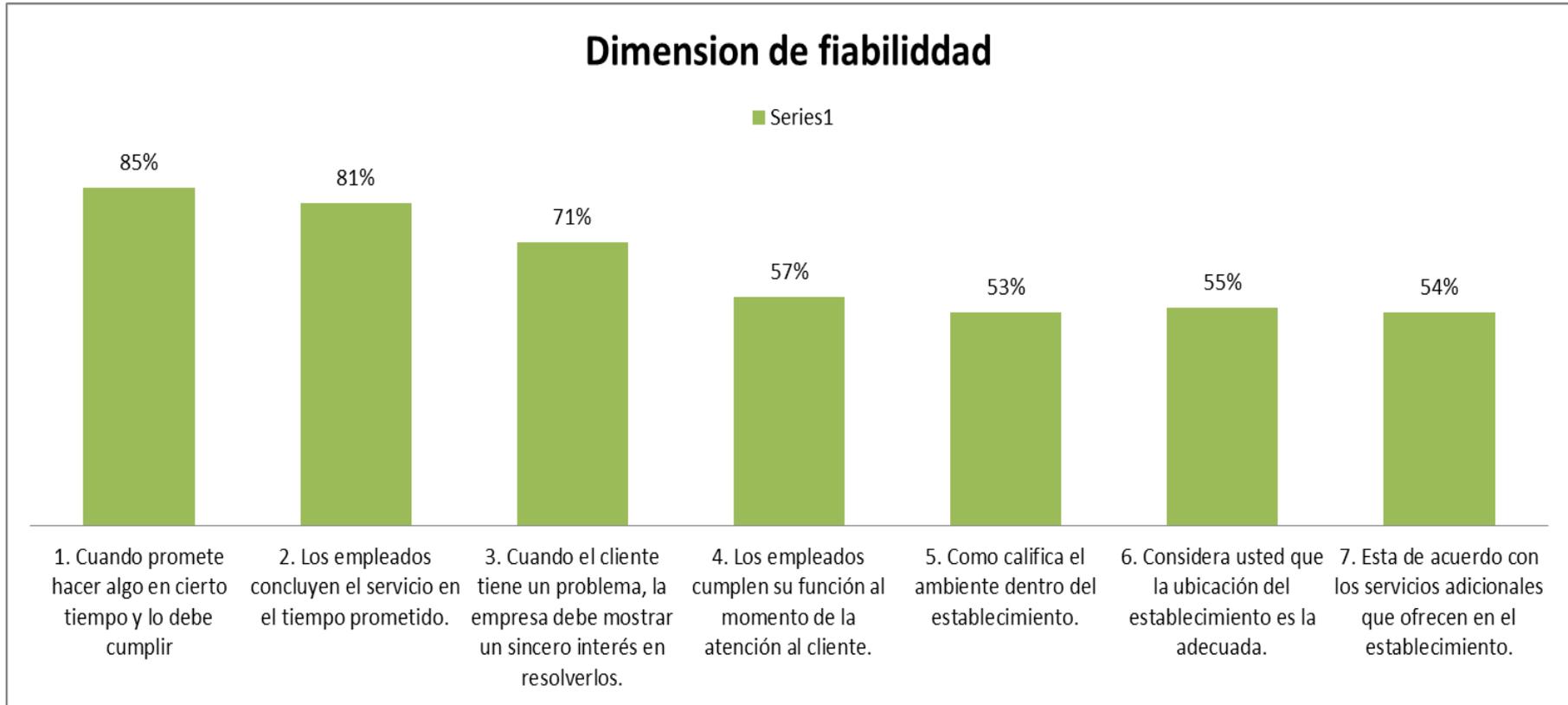
**Cuadro 22** Dimensión de fiabilidad del hotel Samana Wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
1.Cuando promete hacer algo en cierto tiempo y lo debe cumplir	4,24	5	0,76	85%
2 .Los empleados concluyen el servicio en el tiempo prometido.	4,05	5	0,95	81%
3.Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlos.	3,56	5	1,44	71%
4. Los empleados cumplen su función al momento de la atención al cliente.	2,86	5	2,14	57%
5. Como califica el ambiente dentro del establecimiento.	2,67	5	2,33	53%
6. Considera usted que la ubicación del establecimiento es la adecuada.	2,73	5	2,27	55%
7. Esta de acuerdo con los servicios adicionales que ofrecen en el establecimiento.	2,68	5	2,32	54%
8. La empresa insisten en mantener registros exentos de errores.	3,15	5	1,85	63%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

Figura 2 Escala de resultados obtenidos dimensión fiabilidad.



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

De acuerdo a la figura N° 2 representado en la media estadística, se observa que las preguntas 1, 2 y 3 contienen más de un 70% lo que nos indica que se encuentran en un nivel “satisfecho” a diferencia de las preguntas 4, 5, 6 y 7 con menos de un 60% que nos demuestra que los clientes se encuentran en un rango de aceptable” según la escala de Likert.

### Dimensión de sensibilidad

En el presente cuadro se podrá visualizar información veraz de los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas para una mejor interpretación. Los procesos de medición de sensibilidad se lo realizo por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

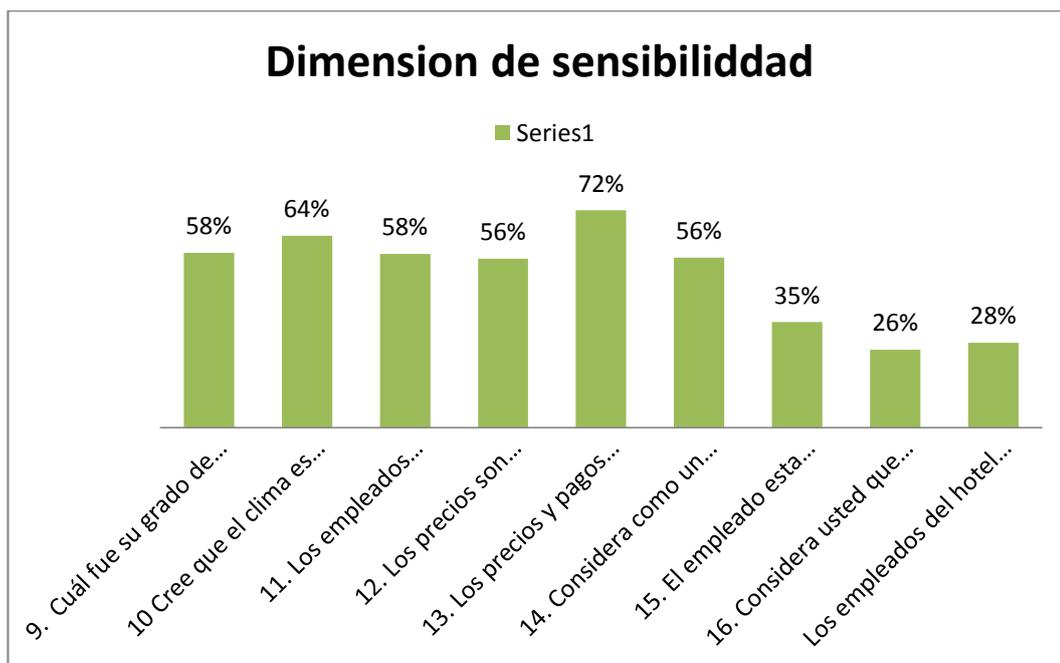
**Cuadro 23** Dimensión de sensibilidad del hotel Samana Wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
9. Cuál fue su grado de satisfacción con la vista de la habitación	2,90	5	2,10	58%
10. Cree que el clima es un impedimento para cumplir con las diferentes actividades.	3,18	5	1,82	64%
11. Los empleados deben de estar dispuestos a ayudarlos.	2,88	5	2,12	58%
12. Los precios son accesibles	2,80	5	2,20	56%
13. Los precios y pagos son comunicadas a tiempo.	3,60	5	1,40	72%
14. Considera como un valor añadido a la belleza del paisaje presente en el lugar.	2,82	5	2,18	56%
15. El empleado esta siempre dispuesto a ayudar al huésped	1,75	5	3,25	35%
16. Considera usted que el establecimientos tiene competencia directa con otros establecimientos.	1,29	5	3,71	26%
17. Los empleados del hotel inspiran confianza al brindar el servicio	1,41	5	3,59	28%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

**Figura 3** Escala de resultados obtenidos dimensión sensibilidad.



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

En la figura 3 se puede evidenciar las preguntas correspondientes a la dimensión de sensibilidad la preguntas, 9,10,11,12,13,14, se encuentran por encima del 50% dando como resultado que los clientes se encuentran satisfechos, a diferencia de las preguntas, 15, 16 y 17 están por debajo del 40% demostrando que los clientes se encuentran insatisfecho

### Dimensión de seguridad

El proceso de medición de seguridad se lo realizó por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

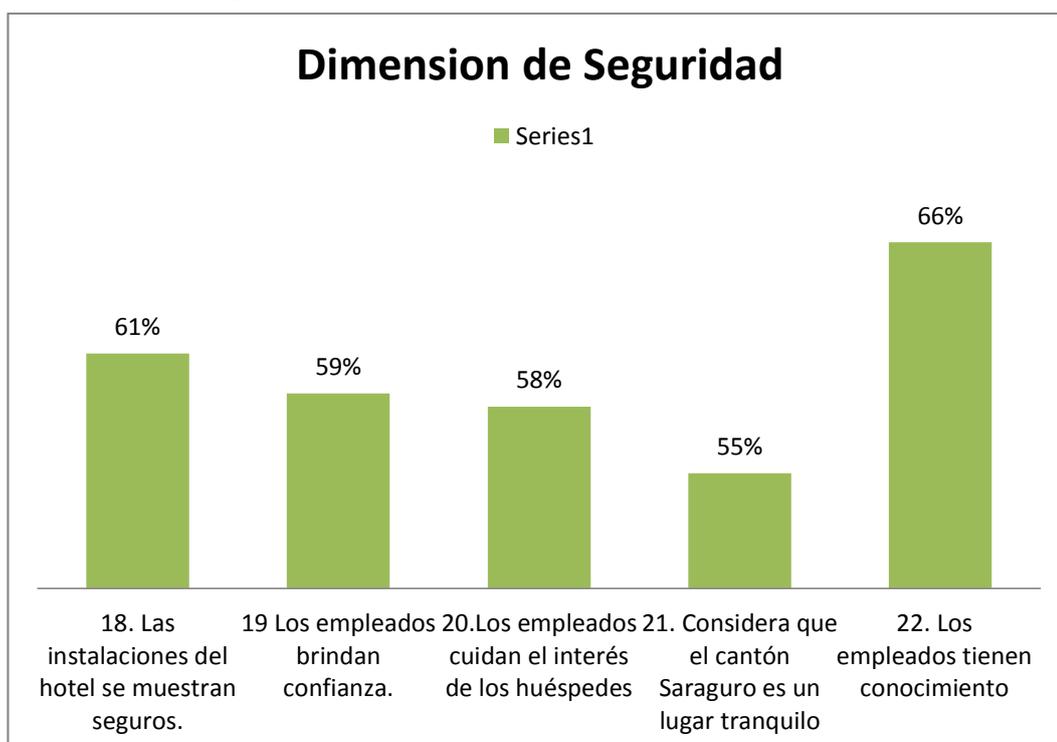
**Cuadro 24** Dimensión de seguridad hotel Samana Wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
18. Las instalaciones del hotel se muestran seguros.	3,03	5	1,97	61%
19. Los empleados brindan confianza.	2,94	5	2,06	59%

20. Los empleados cuidan el interés de los huéspedes	2,91	5	2,09	58%
21. Considera que el cantón Saraguro es un lugar tranquilo, libre de delincuencia.	2,76	5	2,24	55%
22. Los empleados tienen conocimiento para responder las dudas de los clientes.	3,28	5	1,72	66%

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

Figura 4 Escala de resultados obtenidos dimensión seguridad



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

En el grafico 4, de acuerdo a los resultados del cliente, constituido en la media estadística se observa que la dimensión de seguridad muestra más de un 50% considerando como aceptable según la escala de Likert

### Dimensión empatía

Los procesos de medición de empatía se lo realizo por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo

esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

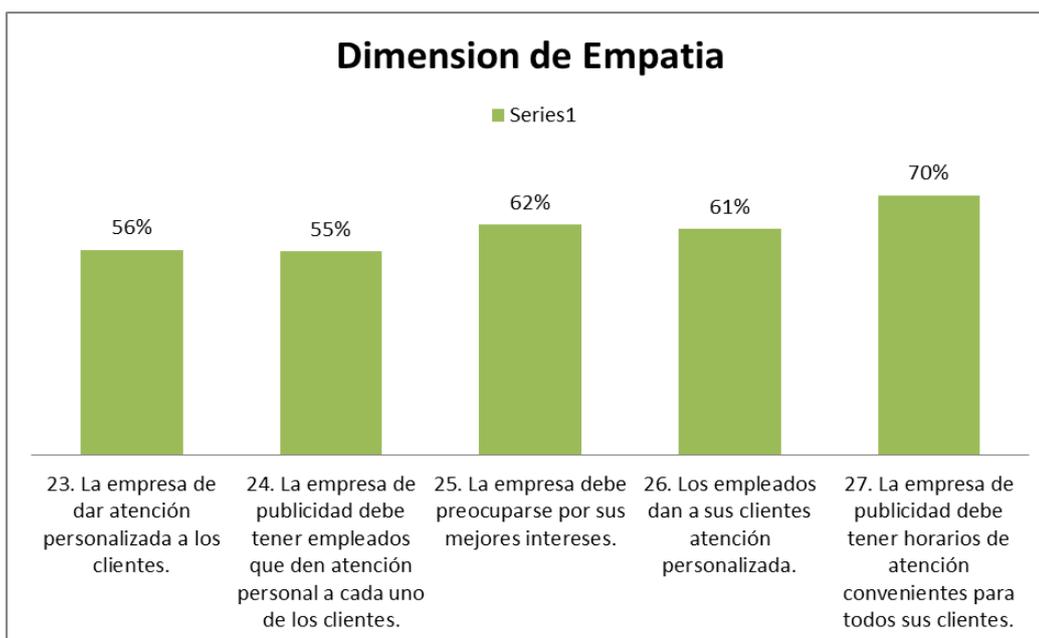
**Cuadro 25** Dimensión de empatía

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
23. La empresa de dar atención personalizada a los clientes.	2,78	5	2,22	56%
24. La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal a cada uno de los clientes.	2,76	5	2,24	55%
25. La empresa debe preocuparse por sus mejores intereses.	3,12	5	1,88	62%
26. Los empleados dan a sus clientes atención personalizada.	3,06	5	1,94	61%
27. La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	3,52	5	1,48	70%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

**Figura 5** Escala de resultados obtenidos dimensión empatía



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

En la figura N°13, se evidencia de acuerdo a la dimensión de empatía, representado en la media estadística se puede visualizar que en tres de

sus preguntas muestran un nivel de satisfacción “aceptable” con más de un 50%, a lo contrario de las pregunta 27 cuenta con un 70% que se considera como “satisfechos”, según la escala de Likert.

### Dimensión elementos tangibles

El proceso de medición de elementos tangibles se realizó por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

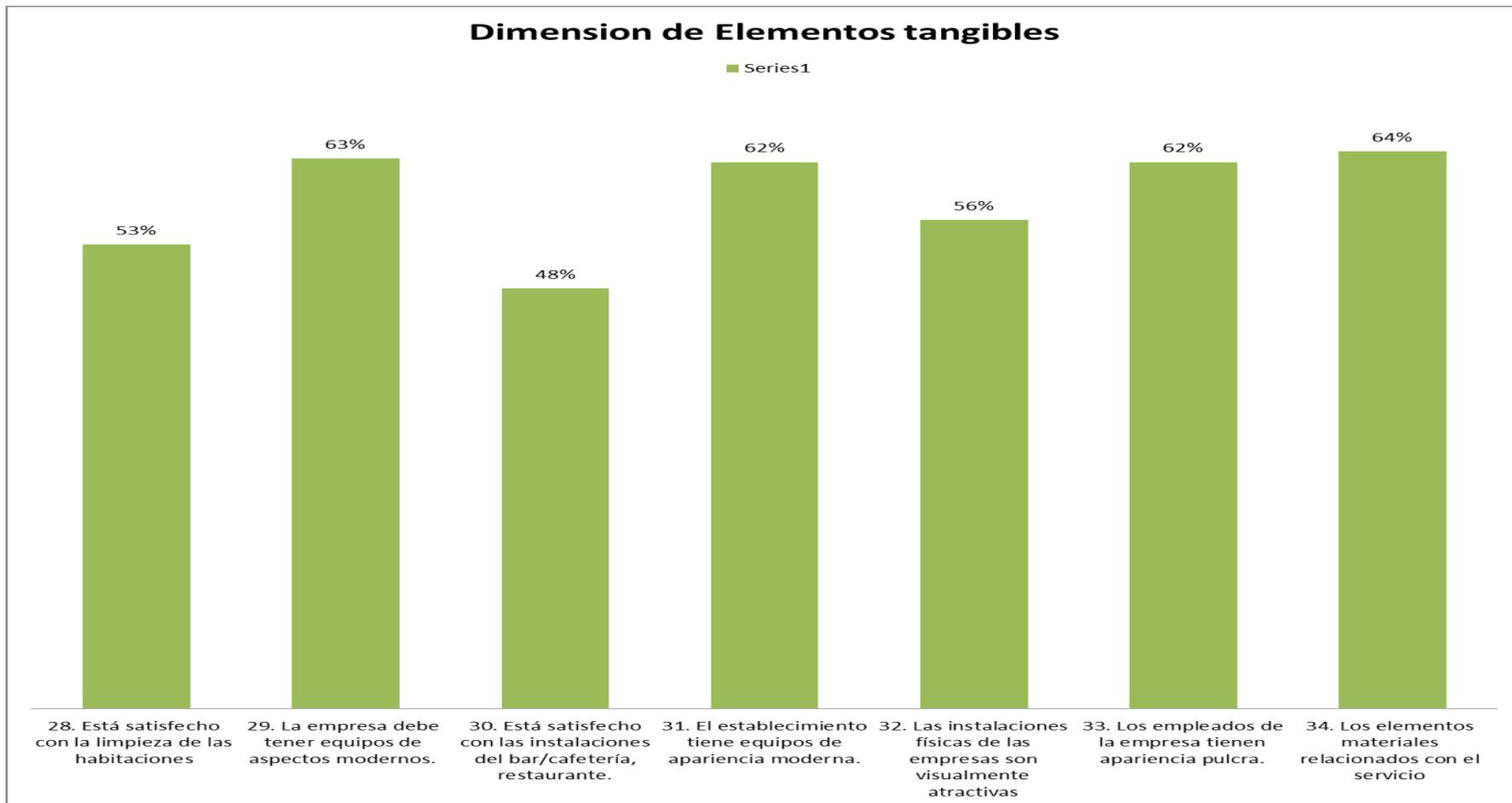
**Cuadro 26** Dimensión elementos tangibles hotel Samana Wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
28. Está satisfecho con la limpieza de las habitaciones y la limpieza general de las instalaciones.	2,65	5	2,35	53%
29. La empresa debe tener equipos de aspectos modernos.	3,14	5	1,86	63%
30. Está satisfecho con las instalaciones del bar/cafetería, restaurante.	2,40	5	2,60	48%
31. El establecimiento tiene equipos de apariencia moderna.	3,12	5	1,88	62%
32. Las instalaciones físicas de las empresas son visualmente atractivas	2,79	5	2,21	56%
33. Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	3,12	5	1,88	62%
34. Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.	3,18	5	1,82	64%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

Figura 6 Escala de resultados obtenidos dimensión elementos tangibles



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

Como se puede apreciar en la figura N° 6 en la dimensión de elementos tangibles , representado en la media estadística básicamente en todas las preguntas tiene más de un 40% teniendo como resultado que los clientes se encuentran en un rango de “aceptable” con los servicio.

## Hostal Achik Wasi

### Dimensión de fiabilidad

Los procesos de medición de fiabilidad se lo realizo por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

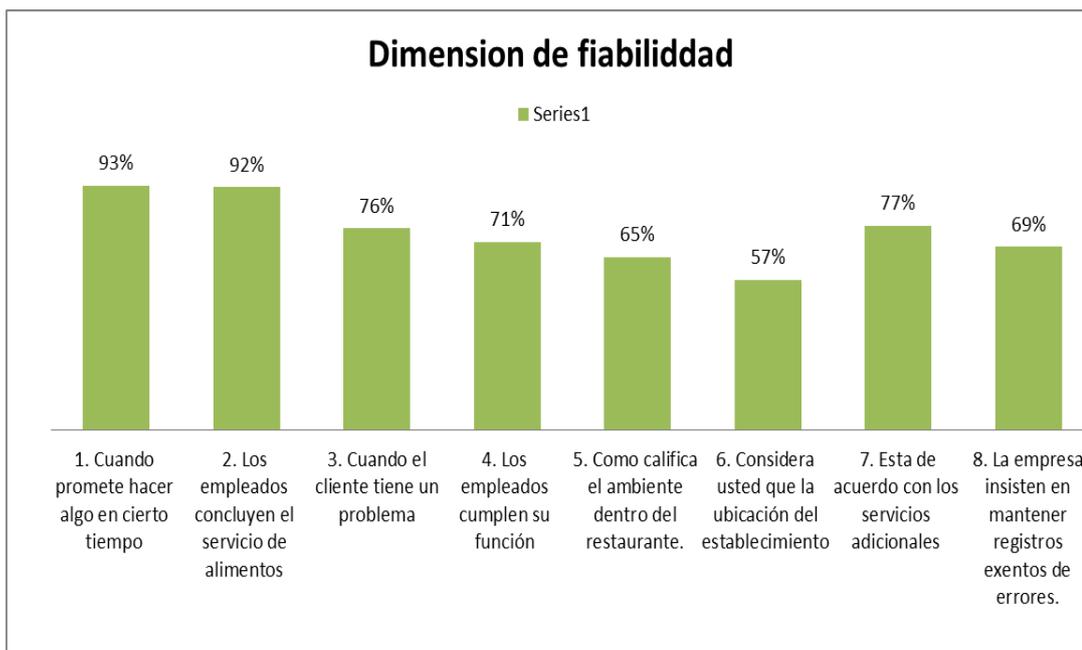
**Cuadro 27** Dimensión de fiabilidad hostel Achik Wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
1. Cuando promete hacer algo en cierto tiempo	4,63	5	0,37	93%
2. Los empleados concluyen el servicio de alimentos	4,60	5	0,40	92%
3. Cuando el cliente tiene un problema	3,82	5	1,18	76%
4. Los empleados cumplen su función	3,56	5	1,44	71%
5. Como califica el ambiente dentro del restaurante.	3,27	5	1,73	65%
6. Considera usted que la ubicación del establecimiento	2,85	5	2,15	57%
7. Esta de acuerdo con los servicios adicionales	3,87	5	1,13	77%
8. La empresa insisten en mantener registros exentos de errores.	3,47	5	1,53	69%

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Figura 7** Escala de resultados obtenidos dimensión Facilidad



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

Como se puede apreciar en la figura N° 7 los resultados obtenidos de acuerdo a la media estadística en las preguntas 1 y 2 tiene un porcentaje mayor al 90% dando como resultado que los clientes se encuentran “Muy satisfechos” a diferencia de las preguntas 3, 4,5,6,7 y 8 un rango por encima del 60% de clientes satisfechos según la escala de Likert.

### **Dimensión de sensibilidad**

En el presente cuadro se podrá visualizar información veraz de los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas para una mejor interpretación. Los procesos de medición de sensibilidad se lo realizo por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

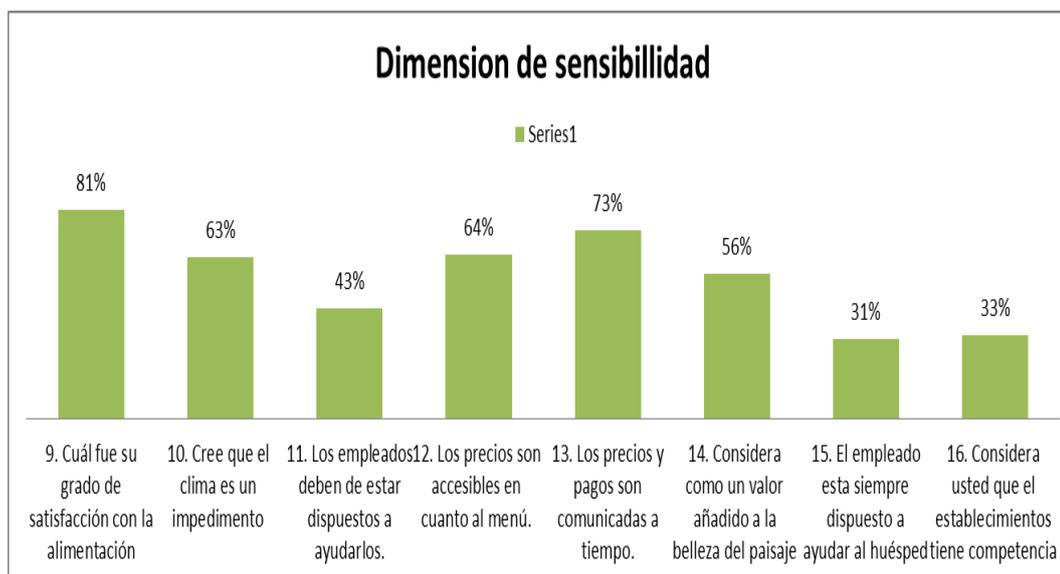
**Figura 8** Dimensión sensibilidad hostel Achik wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
9. Cuál fue su grado de satisfacción con la alimentación	4,06	5	0,94	81%
10. Cree que el clima es un impedimento	3,14	5	1,86	63%
11. Los empleados deben de estar dispuestos a ayudarlos.	2,15	5	2,85	43%
12. Los precios son accesibles en cuanto al menú.	3,19	5	1,81	64%
13. Los precios y pagos son comunicadas a tiempo.	3,67	5	1,33	73%
14. Considera como un valor añadido a la belleza del paisaje	2,82	5	2,18	56%
15. El empleado esta siempre dispuesto a ayudar al huésped	1,57	5	3,43	31%
16. Considera usted que el establecimientos tiene competencia	1,63	5	3,37	33%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

**Figura 9** Escala de resultados dimensión sensibilidad



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

De acuerdo a la figura N° 9 representado en la media estadística, se observa que los clientes determinan que las preguntas 9 y 13 contienen más de un 70% lo que nos indica que se encuentran en un nivel “satisfechos” a diferencia de las preguntas, 10, 11, 12, 14 con más de un

50% que nos demuestra que los clientes se encuentran en un rango de “aceptable”, las preguntas 15 y 16 menos del 40% teniendo como resultado “insatisfecho” según la escala de Likert.

### Dimensión de seguridad

El proceso de medición de seguridad se lo realizó por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

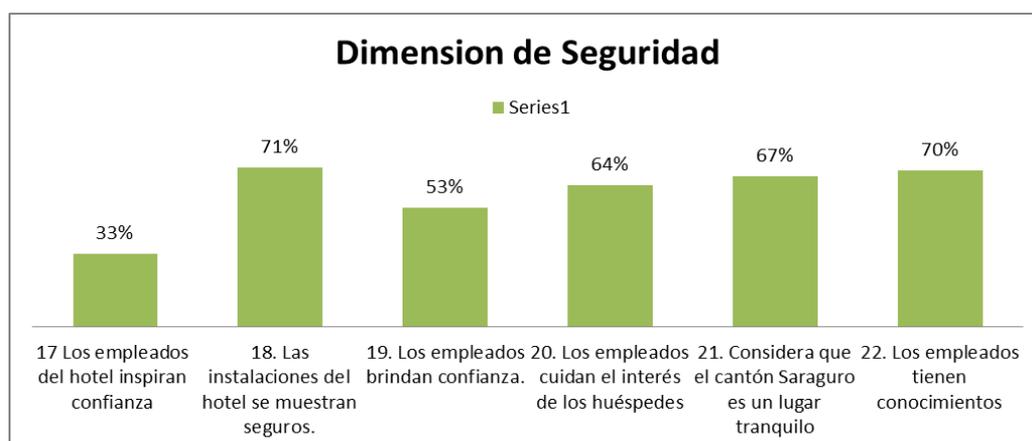
**Cuadro 28** Dimensión seguridad hostel Achik Wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
17 Los empleados del hotel inspiran confianza	1,63	5	3,37	33%
18. Las instalaciones del hotel se muestran seguros.	3,57	5	1,43	71%
19. Los empleados brindan confianza.	2,67	5	2,33	53%
20. Los empleados cuidan el interés de los huéspedes	3,18	5	1,82	64%
21. Considera que el cantón Saraguro es un lugar tranquilo	3,37	5	1,63	67%
22. Los empleados tienen conocimientos	3,51	5	1,49	70%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

**Figura 10** Escala de resultados obtenidos dimensión seguridad



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

En la figura N° 10 se puede evidenciar los resultados obtenidos de acuerdo la media estadística se observa que la dimensión de seguridad muestra más de un 60% en las preguntas 18, 20, 21, 22 a diferencia de la pregunta 17 menor al 40% teniendo como resultado que el clientes se encuentra “Insatisfecho” y la pregunta 19 mayor al 50% “aceptable” según la escala de Likert.

### Dimensión de empatía

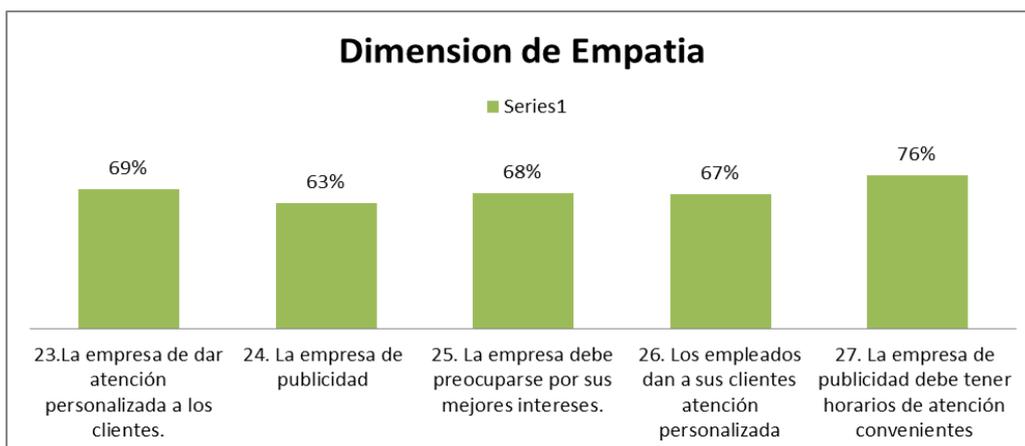
Los procesos de medición de empatía se lo realizo por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

**Cuadro 29** Dimensión de Empatía Hostal Achik Wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
23. La empresa de dar atención personalizada a los clientes.	3,47	5	1,53	69%
24. La empresa de publicidad	3,14	5	1,86	63%
25. La empresa debe preocuparse por sus mejores intereses.	3,38	5	1,62	68%
26. Los empleados dan a sus clientes atención personalizada	3,35	5	1,65	67%
27. La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes	3,81	5	1,19	76%

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

**Figura 11** Escala de resultados obtenidos dimensión empatía



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

Es evidente que en la figura N°11, de acuerdo a la dimensión de empatía, representado en la media estadística se puede visualizar que los clientes se encuentran “satisfechos” con más de un 60%, según la escala de Likert.

### Dimensión elementos tangibles

El proceso de medición de elementos tangibles se realizó por pregunta, se considera el promedio de respuestas por pregunta, el nivel máximo esperado que es 5, la diferencia del promedio por pregunta y el máximo esperado y finalmente el porcentaje de la media de cada una de las preguntas.

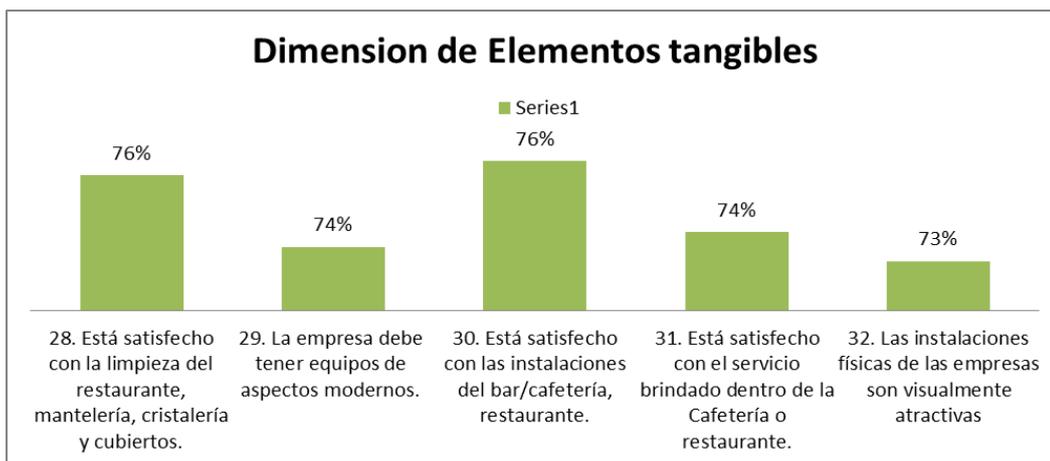
**Cuadro 30** Dimensión de Elementos tangibles Hostal Achik Wasi

PREGUNTA	PROMEDIO POR PREGUNTA	MAXIMO ESPERADO	DIFERENCIA	% MEDIA
28. Está satisfecho con la limpieza del restaurante, mantelería, cristalería y cubiertos.	3,79	5	1,21	76%
29. La empresa debe tener equipos de aspectos modernos.	3,69	5	1,31	74%
30. Está satisfecho con las instalaciones del bar/cafetería, restaurante.	3,81	5	1,19	76%
31. Está satisfecho con el servicio brindado dentro de la Cafetería o restaurante.	3,71	5	1,29	74%

<b>32. Las instalaciones físicas de las empresas son visualmente atractivas</b>	3,67	5	1,33	73%
<b>33. Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.</b>	3,86	5	1,14	77%
<b>34. Considera que el personal de servicio de alimentación realiza su función adecuadamente.</b>	4,03	5	0,97	81%

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

Figura 12 Escala de resultados obtenidos dimensión elementos tangibles



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

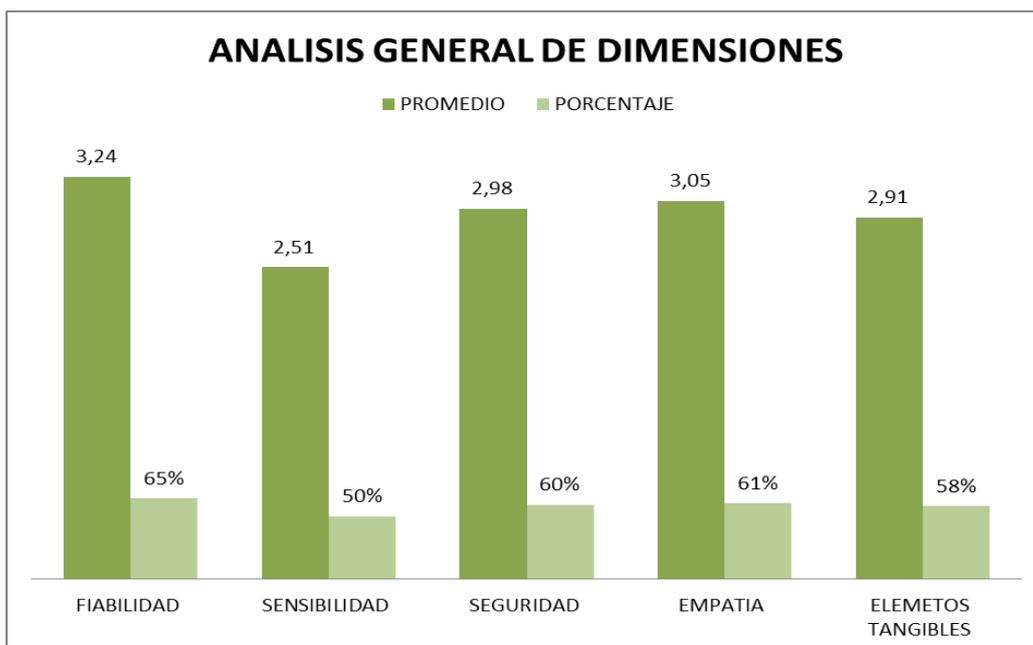
En la figura N°12 en la dimensión de fiabilidad, representado en la media estadística básicamente en dos de sus preguntas se visualiza más de un 70 % de clientes “satisfechos”, en todas las preguntas según la escala de Likert.

Cuadro 31 Dimensiones del hotel Samana Wasi

ANALISIS GENERAL DE DIMENSIONES		
DIMENSIONES	PROMEDIO	PORCENTAJE
FIABILIDAD	3,24	65%
SENSIBILIDAD	2,51	50%
SEGURIDAD	2,98	60%
EMPATIA	3,05	61%
ELEMETOS TANGIBLES	2,91	58%
TOTAL	14,70	294%

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

**Figura 13** Análisis general de Dimensiones hotel Samana Wasi



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

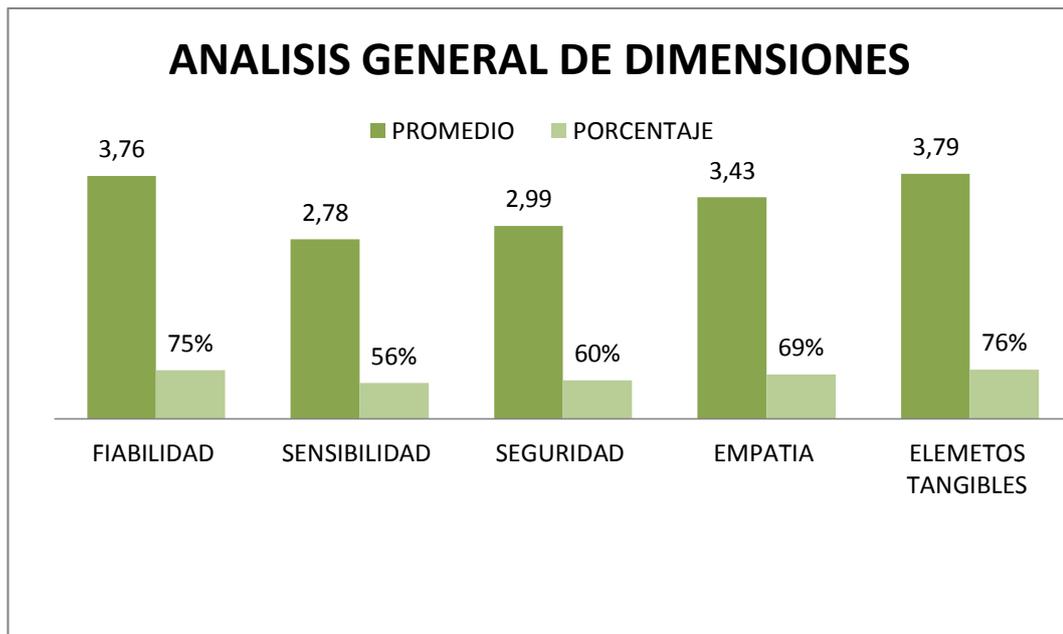
En las 5 dimensiones que propone el modelo SERVQUAL, y de acuerdo a la escala de Likert se visualiza que el grado de satisfacción de los clientes acerca de la percepción de los servicios adquiridos se encuentran en un rango de 50% a 60%, determinando como “aceptable”, las dimensiones deberían encontrarse en más de un 80% para mantener a sus clientes “muy satisfechos”.

**Cuadro 32** Dimensiones del hostel Achik Wasi

ANALISIS GENERAL DE DIMENSIONES		
DIMENSIONES	PROMEDIO	PORCENTAJE
FIABILIDAD	3,76	75%
SENSIBILIDAD	2,78	56%
SEGURIDAD	2,99	60%
EMPATIA	3,43	69%
ELEMETOS TANGIBLES	3,79	76%
<b>TOTAL</b>	<b>3,35</b>	<b>67%</b>

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Figura 14** Análisis general de Dimensiones hostel Achik Wasi



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

En las 5 dimensiones que propone el modelo SERVQUAL, y de acuerdo a la escala de Likert se visualiza que el grado de satisfacción de los clientes acerca de la percepción de los servicios adquiridos se encuentran en un rango de 50% a 70%, determinando como “satisfechos”, las dimensiones deberían encontrarse en más de un 80% para mantener a sus clientes “muy satisfechos”.

### 6.2.3 Análisis e interpretaciones resultados

### 6.2.4 Análisis de factor externo

**Cuadro 33** Factor externo FODA, hotel Samana Wasi

<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p><b>A1.</b>Falta de servicios adicionales, (alimentación)</p> <p><b>A2.</b>Los clientes consideran que el clima del cantón es un impedimento para realizar diferentes actividades.</p> <p><b>A3.</b> Insatisfacción de clientes.</p> <p><b>A4.</b> Falta de capacitación al personal</p> <p><b>A5.</b>cm</p> <p><b>A6.</b>Carece de publicidad de los servicios.</p> <p><b>A7.</b>Falta de instalaciones como restaurante y cafetería.</p>	<p><b>O1.</b> Empleados disponibles a ayudar al huésped.</p> <p><b>O2.</b> Precios accesibles.</p> <p><b>O3.</b> Instalaciones del hotel se muestran seguras y confiables.</p> <p><b>O4.</b> El hotel cuenta con quipos modernos y atractivos.</p> <p><b>O5.</b> Presencia de recursos y atractivos turísticos dentro del cantón las mismas que atraen al turista.</p> <p><b>O6.</b> Personal con buena actitud de servicio.</p> <p><b>O7.</b> Empleado cuida su apariencia física.</p>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Cuadro 34** Factor externo FODA, hostel Achik Wasi

<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p><b>A1.</b> Ubicación</p> <p><b>A2.</b> Personal ineficiente</p> <p><b>A3.</b>Competencia con otros establecimientos hotelero.</p> <p><b>A4.</b> El personal no cuida la integridad de sus clientes.</p> <p><b>A5.</b> Los clientes no se sienten seguros</p> <p><b>A6.</b> Incremento de hostales dentro de la localidad.</p> <p><b>A7.</b> Cambio de preferencia de los clientes</p> <p><b>A8.</b> Crisis económica del país.</p>	<p><b>O1.</b> Actividad turística en desarrollo dentro de la localidad.</p> <p><b>O2.</b> Instalaciones seguros.</p> <p><b>O3.</b> El hostel cuenta con publicidad mediante redes sociales.</p> <p><b>O4.</b> Cliente satisfecho</p> <p><b>O5.</b> El hostel mantiene una limpieza adecuada de restaurante y habitaciones.</p> <p><b>O6.</b> Cuenta con instalaciones de restaurante y cafetería.</p> <p><b>O7.</b> Instalaciones atractivas.</p> <p><b>O8.</b> Presencia de recursos naturales y culturales en la localidad.</p> <p><b>O9.</b> Consumidores que cada vez apuestan más por el turismo rural.</p>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

## 6.2.5 Matriz de estrategias hotel Samana Wasi

Cuadro 35 Matriz de estrategias del Hotel Samana Wasi

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<p><b>F1.</b> Cuenta con el permiso de Licencia única de Funcionamiento</p> <p><b>F2.</b> Cumplimiento del 75% con respecto a permisos de municipio.</p> <p><b>F3.</b> Cumple con el 75% de acuerdo al requisito otorgado por Gestión de riesgos.</p> <p><b>F4.</b> Permiso de gobernación.</p> <p><b>F5.</b> Dispone del 50% de servicios establecidos de acuerdo al MINTUR.</p> <p><b>F6.</b> Precios accesibles.</p> <p><b>F7.</b> Medios publicitarios, Facebook Instagram</p> <p><b>F8.</b> Buena ubicación del hotel</p> <p><b>F9.</b> Trabajadores satisfechos.</p> <p><b>F10.</b> Alianzas y convenios estratégicos con restaurantes de la localidad.</p>	<p><b>D1.</b> Cumplimiento de un 40% con respecto a requisitos por parte de la Agencia de registro sanitario.</p> <p><b>D2.</b> El 30% de cumplimiento de los requisitos con respecto al Ministerio de trabajo.</p> <p><b>D3.</b> CONADIS 10% de cumplimiento.</p> <p><b>D4.</b> Dispone del 30% de requisitos del Ministerio del Ambiente.</p> <p><b>D5.</b> El personal no se encuentra satisfecho con el salario recibido.</p> <p><b>D6.</b> No cumple con remuneración estipulada en el código del trabajo.</p> <p><b>D7.</b> Falta de personal capacitado en idioma inglés.</p> <p><b>D8.</b> Falta del servicio de alimentación en el hotel.</p>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO. Estrategias</b>	<b>DO. Estrategias</b>

<p><b>O1.</b> Empleados disponibles a ayudar al huésped.</p> <p><b>O2.</b> Precios accesibles.</p> <p><b>O3.</b> Instalaciones del hotel se muestran seguras y confiables.</p> <p><b>O4.</b> El hotel cuenta con quipos modernos y atractivos.</p> <p><b>O5.</b> Presencia de recursos y atractivos turísticos dentro del cantón las mismas que atraen al turista.</p> <p><b>O6.</b> Personal con buena actitud de servicio.</p> <p><b>O7.</b> Empleado cuida su apariencia física.</p>	<p><b>F8, F10, O1, O2, O3, O6,</b> Planificar capacitaciones para el personal así ofrecer un servicio de calidad a los clientes.</p>	<p><b>D2, D5, D6, O1, O4, O5</b></p> <p>Implementación de un manual de funciones para una gestión más eficiente</p> <p>Implementación de buenas prácticas ambientales.</p>
<p><b>AMENAZA</b></p>	<p><b>FA. Estrategias</b></p>	<p><b>DA. Estrategias.</b></p>
<p><b>A1.</b>Falta de servicios adicionales, (alimentación)</p> <p><b>A2.</b>Los clientes consideran que el clima es un impedimento para realizar diferentes actividades.</p> <p><b>A3.</b>Los precios y pagos no son comunicados a tiempo.</p> <p><b>A4.</b>Insatisfacción de clientes.</p> <p><b>A5.</b> Falta de capacitación al personal</p> <p><b>A6.</b>Empresas hoteleras con mejores servicios y completos de calidad</p> <p><b>A7.</b>Carece de publicidad de los servicios.</p> <p><b>A8.</b>Falta de instalaciones como restaurante y cafetería.</p>	<p><b>F5, F7, F8, F10 A1, A7</b> Implementar servicios adicionales como el de restauración.</p>	<p><b>D1, D3, D6, A3, A6, A8,</b> Acondicionar las instalaciones para personas con discapacidad como también capacitar al personal para su atención.</p>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado:** Cartuchi Zoila.

## 6.2.6 Matriz de estrategias hostel Achik Wasi

**Cuadro 36** Matriz de estrategias del Hostal Achik Wasi.

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<p><b>F1.</b> Dispone de permiso del Permiso de Licencia única de funcionamiento.</p> <p><b>F2.</b> Cumple con un 90% de requisitos otorgado por el Municipio.</p> <p><b>F3.</b> Dispone del permiso de Hidrocarburos.</p> <p><b>F4.</b> El 90% de requisitos con respecto a Gestión de riesgos.</p> <p><b>F5.</b> Dispone de los requerimientos de la Agencia de registro sanitario.</p> <p><b>F6.</b> Cumplimiento del 70% de acuerdo a los requerimientos del Ministerio de trabajo.</p> <p><b>F7.</b> El 50% del personal domina el idioma inglés.</p> <p><b>F8.</b> Dispone del 85% de servicios según lo establece el MINTUR.</p> <p><b>F9.</b> personal capacitado</p> <p><b>F10.</b> Alianzas estratégicas con otros establecimientos hoteleros y restaurantes.</p> <p><b>F11.</b> Brinda servicios completos.</p>	<p><b>D1.</b> Carece valores institucionales, misión y visión</p> <p><b>D2.</b> Cumplimiento del 50% con respecto a los requerimientos del Ministerio del Ambiente.</p> <p><b>D3.</b> Carece del 75 % de los requerimientos de acuerdo al CONADIS.</p> <p><b>D4.</b> Ubicación.</p>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO. Estrategias</b>	<b>DO. Estrategias</b>

<p><b>O1.</b> Personal capacitado  <b>O2.</b> Servicios adicionales.  <b>O3.</b> Precios accesibles.  <b>O4.</b> Instalaciones seguros.  <b>O5.</b> El hostel cuenta con publicidad mediante redes sociales.  <b>O6.</b> Cliente satisfecho  <b>O7.</b> El hostel mantiene una limpieza adecuada de restaurante y habitaciones.  <b>O8.</b> Contar con instalaciones de restaurante y cafetería.  <b>O9.</b> Instalaciones atractivos.  <b>O10.</b> Presencia de recursos naturales y culturales en la localidad.  <b>O11.</b> Consumidores que cada vez apuestan más por el turismo rural.</p>	<p><b>O2, O4, O5, O5, F3, F6, F9,</b> implementación de servicios adicionales y promocionales con valor añadido.</p>	<p><b>D1, D2, O2, O4, O8,</b> Creación de buenas prácticas ambientales en el establecimiento.</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p>	<p><b>FA. Estrategias</b></p>	<p><b>DA. Estrategias</b></p>
<p><b>A1.</b> Ubicación  <b>A2.</b> Personal ineficiente  <b>A3.</b> Competencia con otros establecimientos hotelero.  <b>A4.</b> El personal no cuida la integridad de sus clientes.  <b>A5.</b> Los clientes no se sienten seguros  <b>A6.</b> Incremento de hostales dentro de la localidad  <b>A7.</b> Cambio de preferencia de los clientes  <b>A8.</b> Crisis económica del país.</p>	<p><b>F2, F3, F4, F5, A6, A7,</b> Creación de un buzón para quejas y sugerencias</p>	<p><b>D3, A4, A5, A6,</b> Acondicionar las instalaciones para personas con discapacidad como también capacitar al personal para su atención.</p>

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Zoila Cartuchi

**6.3 Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de servicios de los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi, Achik Wasi del cantón Saraguro.**

**Estrategias hotel Samana Wasi**

- Planificar capacitaciones para el personal así ofrecer un servicio de calidad a los clientes.
- Implementación de un manual de funciones para una gestión más eficiente
- Implementación de buenas prácticas ambientales.
- Implementar servicios adicionales como el de restauración.
- Acondicionar las instalaciones para personas con discapacidad como también capacitar al personal para su atención.

**Estrategias hostel Achik Wasi**

- Implementación de servicios adicionales y promocionales con valor añadido.
- Creación de buenas prácticas ambientales en el establecimiento.
- Creación de un buzón para quejas y sugerencias
- Acondicionar las instalaciones para personas con discapacidad como también capacitar al personal para su atención.

### 6.3.1 Primer objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi

Cuadro 37 Plan de capacitaciones para el hotel Samana Wasi

<b>Estrategia sugerida</b>	Planificar capacitaciones para el personal así ofrecer un servicio de calidad a los clientes.
<b>Características</b>	Talleres de capacitación para el personal administrativo del hotel los mismo que serán de diferente temas: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Atención al cliente</li> <li>— hospitalidad</li> <li>— Idioma Ingles</li> <li>— Recursos humanos</li> </ul> Horarios convenientes para los empleados. <ul style="list-style-type: none"> <li>— En las tardes de 17h00pm a 19h00pm.</li> <li>— Lunes a Viernes.</li> </ul>
<b>Políticas</b>	Proyectar una buena imagen y reputación de nuestro hotel es tener un personal suficientemente capacitado y motivado, capaz de ser eficiente en la prestación de un mejor servicio y que piense más allá de su retribución.
<b>Valores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Calidad</li> <li>— Responsabilidad</li> <li>— Ética profesional</li> </ul>
<b>Indicador</b>	Después de haber presentado el proyecto en el transcurso de 6 meses contara con el 100% de personal capacitado en las áreas indicadas.
<b>Metas</b>	Dentro del hotel Samana Wasi el personal cuenta con la respectiva capacitación.
<b>Responsables</b>	Gerente del hotel Samana Wasi

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Cartuchi Zoila

**Cuadro 38** Desarrollo del plan estratégico capacitación

Temática	Talleres	Dirigido a
<b>Atención al cliente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Buenos hábitos al momento de recibir al cliente, la importancia del saludos.</li> <li>— Como evitar, encontrar y solucionar las fallas en el servicio</li> <li>— toma de reservaciones y llamadas telefónicas.</li> <li>— El buen uso del uniforme.</li> </ul>	Recepcionistas
<b>Hospitalidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Estar siempre disponible para el cliente.</li> <li>— Expresión corporal al momento de recibir al cliente.</li> <li>— Dar información precisas que ayude al cliente.</li> <li>— Ser pacientes y respetar al cliente.</li> </ul>	Administrador Recepcionistas Camareros
<b>Idioma ingles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Curso de Inglés básico relacionado con servicio turístico.</li> </ul>	Recepcionistas
<b>Recursos humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Trabajo en equipo</li> <li>— Personal calificado para cada departamento.</li> <li>— Derecho y deberes de los empleados.</li> </ul>	Todo el personal

Fuente: Trabajo de camp

Elaboración: Cartuchi Zoila

**Cuadro 39** Presupuesto del plan de capacitaciones para el hotel Samana Wasi

<b>N</b>	<b>CURSO</b>	<b>DIRIGIDO A</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>LUGAR Y MES</b>	<b>HORA</b>	<b>COSTO</b>	<b>N</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	Atención al cliente	Recepcionistas(2)	40 horas	Hotel S.W Julio	17h00 19h00	20,00(cada participante)	2	\$40,00
2	Hospitalidad	Administrador, recepcionistas, CamarerOs	40 horas	Agoto	17h00 19h00	20,00(cada participante)	3	60,00
3	Idioma Ingles	Recepcionistas Camarero	40 horas	Septiembre	17h00 19h00	20,00 (cada participante)	3	60,00
4	Recursos Humanos	Todo el personal	40 horas	Octubre	17h00 19h00	20,00 (cada participante)	5	100,00
	<b>TOTAL</b>							<b>\$260</b>

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

### 6.3.2 Segundo objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi

**Cuadro 40** Desarrollo del plan estratégico implementación de un manual de funciones para una gestión más eficiente

<b>Estrategia sugerida</b>	Implementación de un manual de funciones para una gestión más eficiente
<b>Características</b>	Para desarrollar esta propuesta se tomará en cuenta datos como: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Definir las funciones para el personal de cada departamento.</li> <li>— Principales tareas del trabajo</li> <li>— Política de redistribuciones y salarios.</li> </ul>
<b>Políticas</b>	Garantizar por medio de las funciones y salarios que el personal que labora dentro del hotel determine sus funciones y responsabilidades para una mejor organización.
<b>Valores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Calidad</li> <li>— Responsabilidad</li> <li>— Ética profesional</li> <li>— Calidad eficacia y</li> <li>— excelencia</li> </ul>
<b>Indicador</b>	Luego de haber presentado el proyecto de tesis, al cabo de 6 meses el hotel cuente con el 75% de personal con el de funciones y salarios establecido para su personal.
<b>Metas</b>	Dentro del hotel el personal cuente con todas las funciones internas establecidas.
<b>Responsables</b>	Gerente del hotel Samana Wasi.

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

## MANUAL DE FUNCIONES

**Hotel "Samana Wasi" ofrece servicios hoteleros enfocados a satisfacer las necesidades de los huéspedes que visitan la ciudad de Saraguro ya sea por turismo, negocios o profesional.**



Documento que especifica:

- ⇒ Requisitos
- ⇒ Perfil
- ⇒ Política de redistribuciones y salarios.
- ⇒ Funciones

### REGLAS

- Reconocer al cliente como una parte fundamental de la empresa.
- Preservación y mantenimiento de los equipos de la empresa.
- Tener una buena comunicación empresarial, respeto, ética profesional.
- Hacer un buen manejo de los recursos de la organización Ser honesto, responsable y eficaz en la realización de las funciones.
- Cumplir con los horarios y parámetros establecidos.
- Presentarse adecuadamente a la empresa, incumpliendo con presentación personal. Tener un conocimiento previo acerca de los servicios de la comunicación.

### DERECHOS DE LOS TRABAJADORES

- A el contrato de trabajo y sus distintas modalidades (a tiempo parcial, temporal, de alta dirección, del servicio doméstico).
- Remuneración, salarios, pagas extraordinarias; régimen jurídico de los

trabajadores autónomos; seguridad e higiene en el trabajo. — Seguridad Social.	
<b>FUNCIONES GENERALES PARA EL GERENTE GENERAL</b>	
Nombre	Gerente general
Requisitos de formación	Licenciatura de 4-5 años en administración de empresas, administración de hoteles y restaurantes.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Administrar el hotel a través de un enfoque práctico, motivando a los empleados, asegurando el desarrollo del hotel.</li> <li>— Ser responsables de todos los servicios del hotel.</li> <li>— Experiencia en el campo laboral</li> </ul>
Política de redistribuciones y salarios.	Según la Comisión: Turismo y Alimentación, Acuerdo Ministerial No. 195 de 27 de Diciembre de 2017 - Ministerio del Trabajo dispone un salario mínimo destinado a gerente para hoteles de 3ra categoría de \$ 392,09
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Recluta, contrata, entrena, asesora y motiva a todos los asociados en todos los departamentos del hotel.</li> <li>— Planificar, organizar y coordinar todo el funcionamiento del hotel.</li> <li>— Vigilar y hacer un seguimiento del rendimiento del personal para garantizar la eficiencia y el cumplimiento de las políticas.</li> <li>— Comprobar la calidad para garantizar los estándares esperados en los servicios al cliente.</li> <li>— Elaborar y promover estrategias de marketing.</li> <li>— Gestionar y coordinar la contabilidad, los presupuestos, los cálculos estadísticos y esforzarse por alcanzar los objetivos de beneficios..</li> <li>— Coordinar las actividades de recepción y recibir, dar la bienvenida y registrar a los clientes.</li> <li>— Responder preguntas relativas a las políticas y servicios del hotel, y ocuparse de las quejas y los comentarios de los clientes.</li> <li>— Garantizar el cumplimiento de las normas sanitarias, de seguridad laboral, de licencias y otras normas legales.</li> </ul>	

FUNCIONES GENERALES PARA EL RECEPCIONISTA	
Nombre	Recepcionistas
Requisitos de formación	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Grado en Turismo,</li> <li>— Grado en gestión turística y hotelera o Técnico Superior en Gestión de alojamientos turísticos, entre otros.</li> </ul>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Contar con habilidades de servicio al cliente</li> <li>— Habilidades en comunicación, tanto escrita como verbal.</li> <li>— Dominio de, al menos, una lengua extranjera.</li> <li>— Habilidades de herramientas especializadas (TIC), para la gestión de facturación y reservas.</li> </ul>
Política de redistribuciones y salarios.	Según la Comisión: Turismo y Alimentación, Acuerdo Ministerial No. 195 de 27 de Diciembre de 2017 - Ministerio del Trabajo dispone un salario mínimo destinado a recepcionistas de hoteles \$ 389,01 tiempo completo y medio tiempo \$ 195.00
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Acogen y reciben a los huéspedes del hotel.</li> <li>— Mantener el registro de las entradas y salidas de los huéspedes (<i>check-in</i> y <i>check-out</i>). En el momento del Check-out, preparan la cuenta del cliente, incluyendo los gastos adicionales (uso del minibar, llamadas telefónicas internacionales, etc.) en la factura</li> <li>— Gestionar las reservas y cancelaciones de las habitaciones realizadas por teléfono, por internet o por correo electrónico.</li> <li>— Dar respuesta a las peticiones y preguntas de los huéspedes e intentar solucionar sus quejas.</li> <li>— Ofrecer información turística sobre los atractivos locales y lugares de interés.</li> <li>— Promover las instalaciones del hotel.</li> <li>— Ofrecer servicios extra para mejorar la comodidad de los clientes, como por ejemplo servicio de taxis, servicio de cambio de moneda extranjera, tarifas y reserva del restaurante.</li> </ul>	
FUNCIONES GENERALES PARA CONTADOR	

Nombre	Contador
Requisitos de formación	Licenciatura de 4-5 años en contabilidad y auditoría.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Vocación e interés por la contabilidad.</li> <li>— Capacidad de análisis y síntesis.</li> <li>— Capacidad de cuestionamiento y crítica.</li> <li>— Búsqueda constante de la superación.</li> <li>— Disposición para el trabajo en equipo.</li> <li>— Habilidad para negociar.</li> <li>— Capacidad de retención.</li> <li>— Capacidad de organización.</li> <li>— Desempeñarse con ética.</li> <li style="padding-left: 20px;">Proponer y efectuar soluciones.</li> <li>— Tecnología.</li> </ul>
Política de redistribuciones y salarios.	Según la Comisión: Turismo y Alimentación, Acuerdo Ministerial No. 195 de 27 de Diciembre de 2017 - Ministerio del Trabajo dispone un salario mínimo destinado contador para hoteles de 3ra categoría de \$ 392,09
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Establecer los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables</li> <li>— Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte de la Dirección general, tales como estados financieros y auxiliares de ciertas cuentas.</li> <li>— Cumplir con las obligaciones fiscales.</li> <li>— Contribuir con las demás áreas departamentales de una empresa para proporcionar la información necesaria para una mejor toma de decisiones.</li> <li>— Administrar de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento.</li> </ul>	

**Fuente:** www.academia.edu

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

### 6.3.3 Tercer objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi

**Cuadro 42** Implementación de buenas prácticas ambientales

Estrategia sugerida	Implementación de buenas prácticas ambientales
Características	Las buenas prácticas ambientales pretenden analizar las medidas correctoras que se implementan en cada una de las actividades de la empresa hotelera, van enfocadas al uso eficiente de los recursos tales como la energía eléctrica, el gas y el agua.
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Disminuir el consumo de recursos naturales y materias primas.</li> <li>— Minimizar la producción de residuos.</li> <li>— Evitar la contaminación</li> <li>— Disminuir costes</li> <li>— Mejorar la calidad del servicio</li> </ul>
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Responsabilidad ambiental</li> <li>— Calidad</li> <li>— Respeto</li> </ul>
Indicador	Luego de los 6 meses de haber ejecutado el proyecto se analice y ejecute la estrategia sugerida.
Metas	El hotel Samana Wasi cuente con un plan de buenas prácticas ambientales.
Responsables	Gerente del Hotel y los encargados de Ministerio del Ambiente.

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Cuadro 43** Implementación de buenas prácticas ambientales.

<b>Buenas practicas</b>	<b>Medidas correctoras</b>	<b>Recomendaciones</b>
<p><b>Registrar y monitorear el consumo de agua</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Instalar contadores en las áreas de mayor consumo, baños, cocina, lavandería.</li> <li>— Revisar con frecuencia los contadores y analizar los puntos de mayor consumo, llevando un registro de las cantidades consumidas.</li> <li>— Fijarse objetivos de reducción anuales mediante la implantación de hábitos tanto a los clientes como a los empleados.</li> <li>— Instalar medidas de reducción de consumo</li> <li>— Revisión y mantenimiento de las instalaciones</li> <li>— Instalar en los sanitarios mecanismos de doble descarga: supone el ahorro del 60% del consumo de agua, o bien colocar una botella de agua llena dentro de la cisterna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Cerrar los grifos después de usarlos</li> <li>— Usar lavaplatos y lavadores a carga completa</li> <li>— Avisar al servicio técnico en caso de fugas y goteos</li> <li>— Sensibilizar a los clientes para el uso de la ducha en lugar del baño</li> <li>— Lavar las toallas y ropa de cama bajo pedido</li> <li>— Tener en cuenta el ahorro de agua al comprar un aparato</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Instalar medidas de reducción de consumo de energía</li> <li>— Control de cada zona tenga una iluminación acorde a sus necesidades y aprovecha la luz natura</li> <li>— Usar bombillas de bajo consumo o bombillas halógenas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Organizar las áreas climatizadas para poder cerrar aquellas que se encuentren desocupadas.</li> </ul>

<p><b>Registrar y monitorear el consumo de energía</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Usar reguladores electrónicos de intensidad luminosa y detectores de presencia</li> <li>— Planifica el número de interruptores según las zonas de uso e instálalos conectados a detectores de luminosidad exterior</li> <li>— Revisión y mantenimiento de las instalaciones</li> <li>— Compra y uso de sistemas de refrigeración y calefacción</li> <li>— Elegir el aparato de aire acondicionado con enfriamiento por aire y que no consuma gases que ataquen a la capa de ozono</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Limpiar y purgar periódicamente los radiadores.</li> <li>— Mantener limpios los filtros del aire acondicionado.</li> <li>— Regular la temperatura del agua de calefacción a 60°C .</li> <li>— La temperatura óptima del agua caliente sanitaria es de 45°C.</li> <li>— Ventile en invierno también para evitar calentar el aire húmedo</li> </ul>
<p><b>Adquisición de productos alimenticios procedentes de Compras responsables</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Compra productos procedentes de agricultura o ganadería ecológica.</li> <li>— Compra productos procedentes del comercio justo.</li> <li>— Adquiere y productos del comercio local y de temporada.</li> <li>— Evitar envases individuales o de un solo uso, sustituyéndolos por otros reutilizables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Fíjate en las etiquetas el uso de la palabra BIO no siempre significa que provenga de agricultura ecológica.</li> <li>— El consumo de productos locales evita los impactos de los traslados a larga distancia y de la agricultura intensiva.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>— La compra de productos a granel ahorra costes y reduce el uso de embalajes.</li> <li>— Mantener limpias las juntas de las neveras y limpiar una vez al año el serpentín asegura una buena conservación de los alimentos y ahorra energía.</li> </ul>
<p><b>Reducción de residuos peligrosos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Evite el consumo de pilas, usa la energía eléctrica de red siempre que sea posible.</li> <li>— Deposita las pilas en contenedores adecuados una pila puede contaminar</li> <li>— Sustituye los productos tóxicos de limpieza por productos ecológicos y biodegradables.</li> <li>— Reduce los residuos de insecticidas y herbicidas o utiliza los que tengan etiqueta de no peligrosos para el medio ambiente.</li> <li>— Emplea pulverizadores en vez de aerosoles.</li> <li>— Usa cartuchos de tinta para impresoras y toners reciclables.</li> </ul>	

**Uso de menaje respetuoso con el medio ambiente**

- Evita el uso de cacerolas de aluminio y teflón que al dañarse desprenden sustancias dañinas.
- Usa cazuelas de acero, hierro colado, barro o cerámica, los alimentos sabrán mejor y mantienen más tiempo el calor.
- Evita los productos de plástico fabricados con PVC.
- Emplea recipientes con tapa ajustable para la conservación de los alimentos en vez de papel aluminio o plástico.
- Comprar únicamente los productos necesarios y usar la cantidad mínima necesitada.
- No mezclar productos.
- Uso de productos de limpieza ecológicos, o en su defecto recetas caseras para limpieza de manchas ( uso de esparto, agua, vinagre y jabón,...).
- Utiliza jabones de manos naturales. Mira las etiquetas antes de comprar el producto y compra los que no contengan símbolos de peligrosidad.

**Fuente:** <http://www.camaracompostela.com/mambiente/BPA.Hoteles.pdf>

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

### 6.3.4 Cuarto objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi

**Cuadro 44** Implementar servicios adicionales como el de restauración.

Estrategia sugerida	Implementar servicios adicionales como el de restauración.
Características	<p>Propuesta de diseño de una carta de menú de desayunos :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Desayuno continental</li> <li>— Desayuno americano.</li> <li>— Sera elabora en cartulina A4,</li> <li>— Color amarillo blanco,</li> <li>— Letras negras</li> <li>— Fondo amarillo</li> <li>— Logotipo del hotel</li> </ul> <p>En la cual se detallara lo que contiene los menús, en la misma será diseñada y constara el logotipo creado para el hotel.</p>
Políticas	Posicionar en el mercado como un establecimiento que presta servicio de calidad y completos a disposición de los usuarios para mejorar la calidad de servicio dentro del hotel Samana wasi
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Responsabilidad</li> <li>— Compromiso</li> <li>— Calidad</li> <li>— Servicio</li> </ul>
Indicador	Luego de los 6 meses de haber ejecutado el proyecto se analice y ejecute la estrategia sugerida.
Metas	Luego de la presentación del proyecto la empresa cuente con el diseño de la carta y los menús.

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

Figura 15 Desarrollo del tercer objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

### 6.3.5 Quinto Objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi

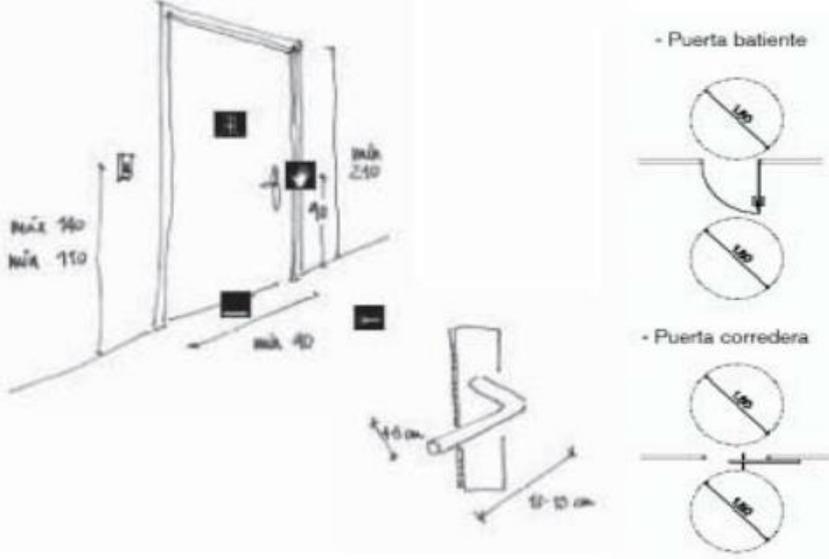
**Cuadro 45** Acondicionar las instalaciones para personas con discapacidad como también capacitar al personal para su atención.

Estrategia sugerida	Acondicionar las instalaciones para personas con discapacidad como también capacitar al personal para su atención.
Características	<p>Diseñar habitaciones en la planta baja para personas con diferentes capacidades y así mismo capacitar a los empleados para su atención, para personas que poseen diferentes características como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Personas sordas y personas con discapacidad para oír.</li> <li>— Personas con discapacidad para hablar.</li> <li>— Personas ciegas y personas con discapacidad para ver.</li> <li>— Personas con discapacidades físicas.</li> <li>— Personas con discapacidad mental o cognitiva</li> </ul>
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Favorece la igualdad de oportunidades.</li> <li>— Aumenta la calidad de uso de los entornos, productos y servicios accesibles.</li> <li>— Aumenta la rentabilidad de la explotación de los entornos, productos y servicios accesibles.</li> <li>— Tiene efectos positivos sobre la sostenibilidad.</li> </ul>
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Accesibilidad</li> <li>— Igualdad de oportunidades</li> <li>— Calidad en el servicio.</li> <li>— Sostenibilidad</li> </ul>
Indicador	Después de haber presentado el gerente del hotel cumpla con la estrategia propuesta.
Metas	Dentro del hotel Samana Wasi exista habitaciones diseñadas para personas con diferentes capacidades.
Responsable	Gerente del hotel Samana Wasi

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Cuadro 46** Desarrollo del quinto objetivo Diseño de habitaciones para personas con discapacidad del hotel Samana Wasi.

Requisitos de accesibilidad	Descripción	Características de diseño
 <i>Acceder</i>	<p>Es la condición primordial para comenzar a disfrutar de cualquier servicio desarrollado en un espacio.</p> <p>El acceso está básicamente condicionado por el tamaño y diseño de la puerta, en caso de haberla, y por la necesidad de que no exista ningún resalte o peldaño en este punto que impida acceder a determinadas personas con dificultades de movilidad</p>	<p><b>Puerta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Ancho mínimo libre de paso de 90 cm. En el caso de puertas de dos o más hojas, al menos una de ellas deberá tener un ancho mínimo de 90 cm.</li> <li>— Altura mínima libre de paso 2.10 m.</li> <li>— La puerta debe ser practicable (ángulo mínimo de apertura 90°) o corredera.</li> </ul> <p>No son recomendables las puertas giratorias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Deberá existir un espacio libre de 1.50 m. a ambos lados de la puerta sin invadir el espacio de barrido de la misma.</li> </ul> <p><b>Mecanismos de apertura / cierre:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Puertas automáticas: se recomienda la instalación de células fotoeléctricas.</li> <li>— Los mecanismos de apertura deberán accionarse mediante presión (pulsadores), palanca (manetas) o bien lectores de tarjeta u otros sensores electrónicos o dispositivos automáticos, y deberán estar situados a una altura comprendida entre 85 y 105 cm.</li> <li>— Las puertas con mecanismo de cierre (pestillo) deberán permitir ser abiertas desde el exterior mediante sistema de desbloqueo.</li> <li>— En puertas que dan acceso a ámbitos donde el espacio de maniobra es reducido, la instalación de un asa o tirador complementario en la cara interior ayuda al cierre de la misma</li> </ul>

		<p>de forma más cómoda y sin necesidad de realizar tantos desplazamientos. Gráfico 1 puertas accesible.</p> 
 <p><b>Comunicarse</b></p>	<p>Dentro de un espacio o servicio debemos poder comunicarnos correctamente y percibir o emitir los diversos mensajes, en las diferentes</p>	<p>Comunicación no interactiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Es muy importante que las condiciones acústicas y lumínicas de los espacios sean las adecuadas para poder percibir correctamente las diferentes señales (señalización visual, señalización acústica, señalización táctil...).</li> <li>— Los pulsadores, interruptores, teclados, ranuras de</li> </ul>

	<p>modalidades existentes. Esto comprende desde los simples paneles de información y señalización, hasta la comunicación verbal, pasando por la comunicación táctil, o las señales lumínicas y acústicas.</p>	<p>inserción de tarjetas o monedas y dispositivos similares se colocarán a una altura entre 80 cm y 1.40 m, y preferentemente entre 80 cm y 1.20 m</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— La señalización de seguridad y emergencia debe emitirse siempre en dos modalidades: la visual y la sonora. No se debe utilizar para transmitir otro tipo de mensajes distintos o adicionales. Debe ser clara y estar perfectamente ubicada.</li> </ul> <p><b>Señales táctiles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Los pulsadores, teclados, ranuras de inserción de tarjetas o monedas y dispositivos similares deben identificarse mediante el uso de sistemas táctiles (Braille o equivalente), como método COMPLEMENTARIO a otros métodos de identificación utilizados.</li> </ul> <p>Debe confirmarse la activación de estos mecanismos mediante algún método visual y acústico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Es recomendable disponer también de planos guía en relieve en lugares fácilmente ubicables.</li> </ul> <p><b>Señales visuales Comunicación gráfica y escrita</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Debe ser fácilmente comprensible y utilizar pictogramas normalizados reconocidos universalmente, tanto en su forma como en sus colores según el tipo de señal que se trate.</li> <li>— El tipo de letra debe ser sencillo, legible y sin deformar.</li> <li>— Debe garantizarse el contraste visual entre fondo y figura</li> <li>— Sus dimensiones, características colorimétricas y fotométricas y la composición del pictograma deben ser claras. Se deben situar de modo que, sin perder su</li> </ul>
--	---	---

		<p>función abarquen al mayor campo visual posible.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Deben tener dimensiones adecuadas al mensaje que se quiere transmitir y a su ubicación respecto a los posibles usuarios.</li> </ul> <p>Comunicación interactiva Atención al público:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Es muy importante que las condiciones acústicas y lumínicas de los espacios sean las adecuadas para poder comunicarse correctamente en las diferentes modalidades (comunicación oral, mediante signos, lectura de los labios...).</li> <li>— Debe asegurarse de que el personal del hotel sea conocedor de las características específicas de cada cliente y cómo interactuar con él.</li> <li>— Se recomienda tener información sobre el hotel, así como sobre formularios de inscripción en Braille. También se recomienda que exista alguna persona con conocimiento del lenguaje de signos.</li> <li>— También es recomendable la instalación de sistemas de bucle magnético o infrarrojos, especialmente en los puestos de atención o salas de conferencias, ya que mejoran notablemente la percepción a las personas con deficiencias auditivas que son usuarios de audífonos o implantes cocleares.</li> </ul>
<b>Habitaciones</b>	Cuando se habla del hotel, tal vez sea ésta, la habitación, la pieza en la que uno primero piensa, puesto que el	<p><b>El acceso.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Sus dimensiones y sistema de apertura deben ser los adecuados para facilitar el cómodo acceso a todas las personas, incluso cargadas con maletas, bultos, etc.</li> <li>— Debe tenerse en cuenta que el tamaño generoso de las</li> </ul>

servicio de alojamiento es el servicio básico del hotel. Las características de las habitaciones de un hotel pueden diferir dependiendo de su categoría, pero no es difícil dar unas condiciones básicas para garantizar su accesibilidad.

puertas también facilita las tareas de mantenimiento. Los dispositivos de apertura deben cumplir

#### **El armario.**

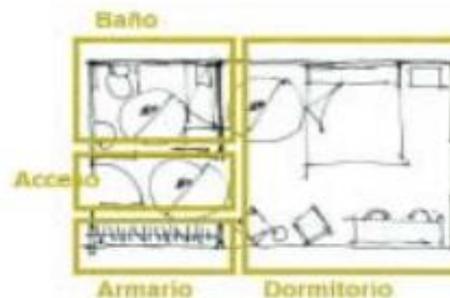
- El diseño y ubicación de este elemento es importante para garantizar un uso correcto a todas las personas.

#### **El dormitorio.**

- El diseño y ubicación de los elementos de mobiliario y comunicación, así como unos mínimos dimensionales, son primordiales a la hora de garantizar la accesibilidad a todas las personas.

#### **El baño.**

- Las características y dimensiones de la puerta de acceso, así como el diseño y disposición de los elementos sanitarios y ayudas técnicas son básicos.
- Es importante tener en cuenta que una puerta corredera requerirá siempre menos espacio. La posibilidad de instalar ayudas técnicas mediante sistemas removibles es otra interesante opción que no debe descartarse.



**Fuente:** El Hotel Accesible Guía para su diseño, organización y gestión  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

### 6.3.6 Primer objetivo estratégico para el hostel Achik Wasi

**Cuadro 47** Establecer servicios con valor añadido.(servicio incluido de Guianza)

Estrategia sugerida	Establecer servicios con valor añadido.(servicio incluido de Guianza)
Características	<p>Diseño de afiches que contengan toda la información de los servicios que brinda el hostel Achik Wasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Servicio de hospedaje</li> <li>— Servicio de alimentación</li> <li>— Servicio de salón social</li> <li>— Promociones</li> <li>— Ofertas de temporadas</li> <li>— otros</li> </ul> <p>Las mismas que serán diseñadas en cartulina dimensión A3, colores que resalten la infraestructura del Hostel, inspiradas en el nombre y el logotipo del Hostel Achik Wasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Afiche promocional de servicio de hospedaje, alimentación con valor añadido el servicio de Guianza gratuito por un día.</li> </ul>
Políticas	Posicionar en el mercado con identidad propia donde se pueda revelar su marca transmitiendo al consumidor la calidad de su diversidad de servicios.
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Calidad</li> <li>— Responsabilidad</li> <li>— Ética profesional</li> <li>— Calidad eficacia y</li> <li>— excelencia</li> </ul>
Indicador	Luego de la presentación de la estrategia el hostel podrá contar con afiches de promoción se servicios con valor añadido.
Metas	El hostel cuente con afiches publicitarios de servicios completos.
Responsables	Gerente del hostel Achik Wasi

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

Figura 16 Desarrollo del segundo objetivo hostel Achik wasi



**Instalaciones:**

- ♦ Sal3n de eventos
- ♦ Sala de reuniones
- ♦ Restaurante
- ♦ Tour operador Sa-  
raurku.

**Dispone servicios de :**

- ♦ Habitación
- ♦ Agua caliente
- ♦ Tel3fono
- ♦ Internet
- ♦ Fax

**Hostal Achik Wasi**  
**Direcci3n:** Inti N3an s/n Barrio La Luz  
**Tel3fono:** (593 - 07) 2200 058  
**Celular:** 0993498518  
**Email:** achikwasi@turismosaraguro.com  
Los invitamos a visitar...  
Saraguro – Loja - Ecuador

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboraci3n: Cartuchi Zoila

### 6.3.7 Segundo objetivo estratégico para el Hostal Achik Wasi

**Cuadro 48** Implementación de buenas prácticas ambientales

Estrategia sugerida	Implementación de buenas prácticas ambientales
Características	Las buenas prácticas ambientales pretenden analizar las medidas correctoras que se implementan en cada una de las actividades de la empresa hotelera, van enfocadas al uso eficiente de los recursos tales como la energía eléctrica, el gas y el agua.
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Disminuir el consumo de recursos naturales y materias primas.</li> <li>— Minimizar la producción de residuos.</li> <li>— Evitar la contaminación</li> <li>— Disminuir costes</li> <li>— Mejorar la calidad del servicio</li> </ul>
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Responsabilidad ambiental</li> <li>— Calidad</li> <li>— Respeto</li> </ul>
Indicador	Luego de los 6 meses de haber ejecutado el proyecto se analice y ejecute la estrategia sugerida.
Metas	El hostal Achik Wasi, cuente con un plan de buenas prácticas ambientales.
Responsables	Gerente del hostal y los encargados de Ministerio del Ambiente.

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Cartuchi Zoila

**Cuadro 49** Implementación de buenas prácticas ambientales

Buenas practicas	Medidas correctoras	Recomendaciones
<p><b>Registrar y monitorear el consumo de agua</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Instalar contadores en las áreas de mayor consumo, baños, cocina, lavandería.</li> <li>— Revisar con frecuencia los contadores y analizar los puntos de mayor consumo, llevando un registro de las cantidades consumidas.</li> <li>— Fijarse objetivos de reducción anuales mediante la implantación de hábitos tanto a los clientes como a los empleados.</li> <li>— Instalar medidas de reducción de consumo</li> <li>— Revisión y mantenimiento de las instalaciones</li> <li>— Instalar en los sanitarios mecanismos de doble descarga: supone el ahorro del 60% del consumo de agua, o bien colocar una botella de agua llena dentro de la cisterna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Cerrar los grifos después de usarlos</li> <li>— Usar lavaplatos y lavadores a carga completa</li> <li>— Avisar al servicio técnico en caso de fugas y goteos</li> <li>— Sensibilizar a los clientes para el uso de la ducha en lugar del baño</li> <li>— Lavar las toallas y ropa de cama bajo pedido</li> <li>— Tener en cuenta el ahorro de agua al comprar un aparato</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Instalar medidas de reducción de consumo de energía</li> <li>— Control de cada zona tenga una iluminación acorde a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Organizar las áreas climatizadas para poder cerrar aquellas que se encuentren desocupadas.</li> </ul>

<p><b>Registrar y monitorear el consumo de energía</b></p>	<p>— sus necesidades y aprovecha la luz natural</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Usar bombillas de bajo consumo o bombillas halógenas</li> <li>— Usar reguladores electrónicos de intensidad luminosa y detectores de presencia</li> <li>— Planifica el número de interruptores según las zonas de uso e instálalos conectados a detectores de luminosidad exterior</li> <li>— Revisión y mantenimiento de las instalaciones</li> <li>— Compra y uso de sistemas de refrigeración y calefacción</li> <li>— Elegir el aparato de aire acondicionado con enfriamiento por aire y que no consuma gases que ataquen a la capa de ozono</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Limpiar y purgar periódicamente los radiadores.</li> <li>— Mantener limpios los filtros del aire acondicionado.</li> <li>— Regular la temperatura del agua de calefacción a 60°C .</li> <li>— La temperatura óptima del agua caliente sanitaria es de 45°C.</li> <li>— Ventile en invierno también para evitar calentar el aire húmedo</li> </ul>
<p><b>Adquisición de productos alimenticios procedentes de</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Compra productos procedentes de agricultura o ganadería ecológica.</li> <li>— Compra productos procedentes del comercio justo.</li> <li>— Adquiere y productos del comercio local y de temporada.</li> <li>— Evitar envases individuales o de un solo uso,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Fíjate en las etiquetas el uso de la palabra BIO no siempre significa que provenga de agricultura ecológica.</li> <li>— El consumo de productos locales evita los impactos de los traslados a larga distancia y de la agricultura intensiva.</li> </ul>

<b>Compras responsables</b>	sustituyéndolos por otros reutilizables	<ul style="list-style-type: none"> <li>— La compra de productos a granel ahorra costes y reduce el uso de embalajes.</li> <li>— Mantener limpias las juntas de las neveras y limpiar una vez al año el serpentín asegura una buena conservación de los alimentos y ahorra energía.</li> </ul>
<b>Reducción de residuos peligrosos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Evite el consumo de pilas, usa la energía eléctrica de red siempre que sea posible.</li> <li>— Deposita las pilas en contenedores adecuados una pila puede contaminar</li> <li>— Sustituye los productos tóxicos de limpieza por productos ecológicos y biodegradables.</li> <li>— Reduce los residuos de insecticidas y herbicidas o utiliza los que tengan etiqueta de no peligrosos para el medio ambiente.</li> <li>— Emplea pulverizadores en vez de aerosoles.</li> <li>— Usa cartuchos de tinta para impresoras y toners reciclables.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Evita el uso de cacerolas de aluminio y teflón que al</li> </ul>	

<p><b>Uso de menaje respetuoso con el medio ambiente</b></p>	<p>dañarse desprenden sustancias dañinas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Usa cazuelas de acero, hierro colado, barro o cerámica, los alimentos sabrán mejor y mantienen más tiempo el calor.</li> <li>— Evita los productos de plástico fabricados con PVC.</li> <li>— Emplea recipientes con tapa ajustable para la conservación de los alimentos en vez de papel aluminio o plástico.</li> <li>— Comprar únicamente los productos necesarios y usar la cantidad mínima necesitada.</li> <li>— No mezclar productos.</li> <li>— Uso de productos de limpieza ecológicos, o en su defecto recetas caseras para limpieza de manchas ( uso de esparto, agua, vinagre y jabón,...).</li> <li>— Utiliza jabones de manos naturales. Mira las etiquetas antes de comprar el producto y compra los que no contengan símbolos de peligrosidad.</li> </ul>	
--	--	--

**Fuente:** <http://www.camaracompostela.com/mambiente/BPA.Hoteles.pdf>

**Elaboración:** Cartuchi Zoila.

### 6.3.8 Tercer objetivo estratégico.

**Cuadro 50** Creación de un buzón de sugerencias para el hostel Achik Wasi.

Estrategia sugerida	Creación de un buzón de quejas y sugerencias
Características	Crear un buzón de sugerencias en línea denominado diBoks, con el Nombre del hostel Achik Wasi, su página <a href="http://www.diboks.com">www.diboks.com</a> , en la cual los clientes que hayan recibido el servicio puedan acceder y dejar sus comentarios o sugerencias.
Políticas	En un tiempo determinado, el establecimiento mejore la imagen, atraiga más clientes y presente sus servicios turísticos a nivel local y nacional.
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Compromiso a brindar servicios de calidad.</li> <li>— Calidad de prestar atención a los requerimientos de cada cliente y</li> <li>— servir con amabilidad.</li> <li>— Lealtad de crear dentro de nuestros clientes experiencias dentro de un ambiente único y original generadas dentro de nuestro hostel.</li> </ul>
Indicador	Luego de los 6 meses de haber ejecutado el proyecto se analice y ejecute la estrategia sugerida.
Metas	El hostel cuente un buzón de sugerencias en línea.
Responsable	Gerente del Hostel Achik Wasi.

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

Figura 17 Desarrollo del objetivo 2 para el hostel



Fuente: Dibooks.com

Elaboración: Cartuchi Zoila

Figura 18 Desarrollo del segundo objetivo creación de un buzón de sugerencias



Fuente: Dibooks.com

Elaboración: Cartuchi Zoila

### 6.3.9 Cuarto objetivo estratégico.

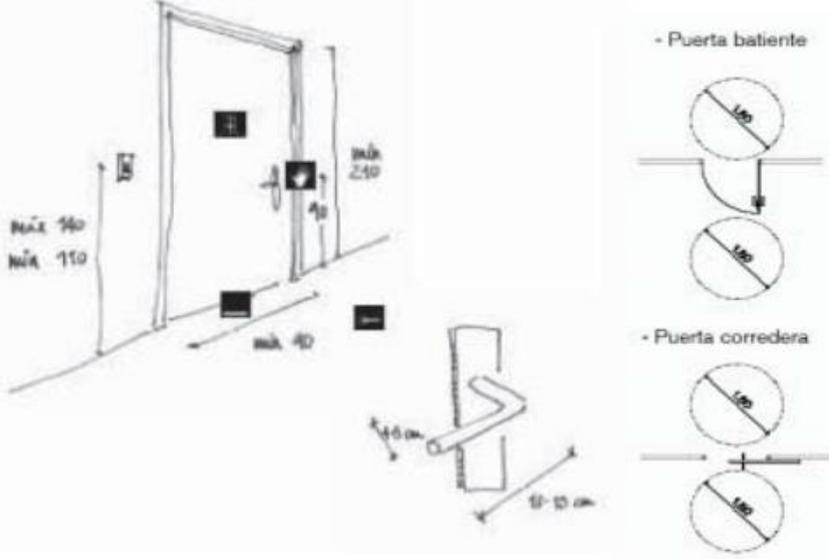
**Cuadro 51** Acondicionar las instalaciones para personas con discapacidad como también capacitar al personal para su atención

Estrategia sugerida	Acondicionar las instalaciones para personas con discapacidad como también capacitar al personal para su atención.
Características	<p>Diseñar habitaciones en la planta baja para personas con diferentes capacidades y así mismo capacitar a los empleados para su atención, para personas que poseen diferentes características como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Personas sordas y personas con discapacidad para oír.</li> <li>— Personas con discapacidad para hablar.</li> <li>— Personas ciegas y personas con discapacidad para ver.</li> <li>— Personas con discapacidades físicas.</li> <li>— Personas con discapacidad mental o cognitiva</li> </ul>
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Favorece la igualdad de oportunidades.</li> <li>— Aumenta la calidad de uso de los entornos, productos y servicios accesibles.</li> <li>— Aumenta la rentabilidad de la explotación de los entornos, productos y servicios accesibles.</li> <li>— Tiene efectos positivos sobre la sostenibilidad.</li> </ul>
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Accesibilidad</li> <li>— Igualdad de oportunidades</li> <li>— Calidad en el servicio.</li> <li>— Sostenibilidad</li> </ul>
Indicador	Luego de los 6 meses de haber ejecutado el proyecto el gerente del hostel cumpla con la estrategia propuesta.
Metas	El hostel Achik Wasi, tenga habitaciones diseñadas para personas con diferentes capacidades.
Responsable	Gerente del hostel Achik Wasi.

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

Cuadro 52 Desarrollo del cuarto objetivo para el Hostal Achik Wasi

Requisitos de accesibilidad	Descripción	Características de diseño
 <p><i>Acceder</i></p>	<p>Es la condición primordial para comenzar a disfrutar de cualquier servicio desarrollado en un espacio.</p> <p>El acceso está básicamente condicionado por el tamaño y diseño de la puerta, en caso de haberla, y por la necesidad de que no exista ningún resalte o peldaño en este punto que impida acceder a determinadas personas con dificultades de movilidad</p>	<p><b>Puerta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Ancho mínimo libre de paso de 90 cm. En el caso de puertas de dos o más hojas, al menos una de ellas deberá tener un ancho mínimo de 90 cm.</li> <li>— Altura mínima libre de paso 2.10 m.</li> <li>— La puerta debe ser practicable (ángulo mínimo de apertura 90°) o corredera.</li> </ul> <p>No son recomendables las puertas giratorias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Deberá existir un espacio libre de 1.50 m. a ambos lados de la puerta sin invadir el espacio de barrido de la misma.</li> </ul> <p><b>Mecanismos de apertura / cierre:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Puertas automáticas: se recomienda la instalación de células fotoeléctricas.</li> <li>— Los mecanismos de apertura deberán accionarse mediante presión (pulsadores), palanca (manetas) o bien lectores de tarjeta u otros sensores electrónicos o dispositivos automáticos, y deberán estar situados a una altura comprendida entre 85 y 105 cm.</li> <li>— Las puertas con mecanismo de cierre (pestillo) deberán permitir ser abiertas desde el exterior mediante sistema de desbloqueo.</li> <li>— En puertas que dan acceso a ámbitos donde el espacio de maniobra es reducido, la instalación de un asa o tirador complementario en la cara interior ayuda al cierre de la misma</li> </ul>

		<p>de forma más cómoda y sin necesidad de realizar tantos desplazamientos. Gráfico 1 puertas accesible.</p> 
 <p><b>Comunicarse</b></p>	<p>Dentro de un espacio o servicio debemos poder comunicarnos correctamente y percibir o emitir los diversos mensajes, en las diferentes</p>	<p>Comunicación no interactiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Es muy importante que las condiciones acústicas y lumínicas de los espacios sean las adecuadas para poder percibir correctamente las diferentes señales (señalización visual, señalización acústica, señalización táctil...).</li> <li>— Los pulsadores, interruptores, teclados, ranuras de</li> </ul>

	<p>modalidades existentes. Esto comprende desde los simples paneles de información y señalización, hasta la comunicación verbal, pasando por la comunicación táctil, o las señales lumínicas y acústicas.</p>	<p>inserción de tarjetas o monedas y dispositivos similares se colocarán a una altura entre 80 cm y 1.40 m, y preferentemente entre 80 cm y 1.20 m</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— La señalización de seguridad y emergencia debe emitirse siempre en dos modalidades: la visual y la sonora. No se debe utilizar para transmitir otro tipo de mensajes distintos o adicionales. Debe ser clara y estar perfectamente ubicada.</li> </ul> <p><b>Señales táctiles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Los pulsadores, teclados, ranuras de inserción de tarjetas o monedas y dispositivos similares deben identificarse mediante el uso de sistemas táctiles (Braille o equivalente), como método COMPLEMENTARIO a otros métodos de identificación utilizados.</li> </ul> <p>Debe confirmarse la activación de estos mecanismos mediante algún método visual y acústico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Es recomendable disponer también de planos guía en relieve en lugares fácilmente ubicables.</li> </ul> <p><b>Señales visuales Comunicación gráfica y escrita</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Debe ser fácilmente comprensible y utilizar pictogramas normalizados reconocidos universalmente, tanto en su forma como en sus colores según el tipo de señal que se trate.</li> <li>— El tipo de letra debe ser sencillo, legible y sin deformar.</li> <li>— Debe garantizarse el contraste visual entre fondo y figura</li> <li>— Sus dimensiones, características colorimétricas y fotométricas y la composición del pictograma deben ser claras. Se deben situar de modo que, sin perder su</li> </ul>
--	---	---

		<p>función abarquen al mayor campo visual posible.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Deben tener dimensiones adecuadas al mensaje que se quiere transmitir y a su ubicación respecto a los posibles usuarios.</li> </ul> <p>Comunicación interactiva Atención al público:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Es muy importante que las condiciones acústicas y lumínicas de los espacios sean las adecuadas para poder comunicarse correctamente en las diferentes modalidades (comunicación oral, mediante signos, lectura de los labios...).</li> <li>— Debe asegurarse de que el personal del hotel sea conocedor de las características específicas de cada cliente y cómo interactuar con él.</li> <li>— Se recomienda tener información sobre el hotel, así como sobre formularios de inscripción en Braille. También se recomienda que exista alguna persona con conocimiento del lenguaje de signos.</li> <li>— También es recomendable la instalación de sistemas de bucle magnético o infrarrojos, especialmente en los puestos de atención o salas de conferencias, ya que mejoran notablemente la percepción a las personas con deficiencias auditivas que son usuarios de audífonos o implantes cocleares.</li> </ul>
<b>Habitaciones</b>	Cuando se habla del hotel, tal vez sea ésta, la habitación, la pieza en la que uno primero piensa, puesto que el	<p><b>El acceso.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Sus dimensiones y sistema de apertura deben ser los adecuados para facilitar el cómodo acceso a todas las personas, incluso cargadas con maletas, bultos, etc.</li> <li>— Debe tenerse en cuenta que el tamaño generoso de las</li> </ul>

servicio de alojamiento es el servicio básico del hotel. Las características de las habitaciones de un hotel pueden diferir dependiendo de su categoría, pero no es difícil dar unas condiciones básicas para garantizar su accesibilidad.

puertas también facilita las tareas de mantenimiento. Los dispositivos de apertura deben cumplir

**El armario.**

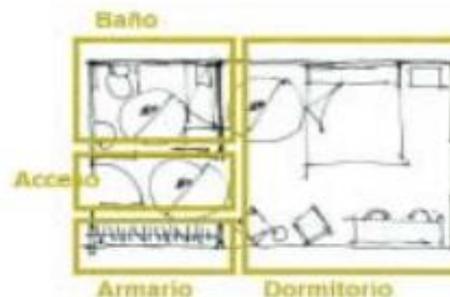
- El diseño y ubicación de este elemento es importante para garantizar un uso correcto a todas las personas.

**El dormitorio.**

- El diseño y ubicación de los elementos de mobiliario y comunicación, así como unos mínimos dimensionales, son primordiales a la hora de garantizar la accesibilidad a todas las personas.

**El baño.**

- Las características y dimensiones de la puerta de acceso, así como el diseño y disposición de los elementos sanitarios y ayudas técnicas son básicos.
- Es importante tener en cuenta que una puerta corredera requerirá siempre menos espacio. La posibilidad de instalar ayudas técnicas mediante sistemas removibles es otra interesante opción que no debe descartarse.



**Fuente:** El Hotel Accesible Guía para su diseño, organización y gestión  
**Elaboración:** Cartuchi Zoila

## 7 DISCUSIÒN

De acuerdo con los resultados de la aplicación de la matriz de diagnóstico de la situación actual, se puede evidenciar que los establecimientos hoteleros cumple con la mayor parte de los requisitos, pero aún tiene deficiencia en ciertos indicadores, dentro de la Normativa de CONADIS, el hotel y hostel no cuenta con, sistema brille, silla de ruedas pues al no tener huéspedes o clientes con algún tipo de discapacidad frecuentes que hagan uso del servicio, los establecimientos hoteleros no han actuado para dar solución ante tan importante indicador, al respecto Pérez & González, (2003) establece que el alojamiento y sus condiciones de accesibilidad también constituyen un elemento fundamental en la concepción del turismo accesible podemos afirmar que la necesidad de la accesibilidad a los alojamientos turísticos, no sólo se traduce en la consecución de un derecho fundamental, como es la igualdad a la hora de acceder a los recursos turísticos, sino que se plantea como un factor esencial para la plena integración de un nuevo segmento de mercado en la industria turística.

De la misma manera no cuenta con los requisitos exigidos por el Ministerio del Ambiente lo cual es una debilidad para los establecimientos hoteleros por ello se considera primordial contar con las buenas prácticas ambientales. Según BPA.Hoteles (2006) las “Buenas Prácticas” son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las actividades de la empresa. La meta que se persigue es garantizar que se está produciendo el menor impacto posible sobre el medio favoreciendo la compatibilidad de la actividad hotelera con el entorno, que se mejora la calidad del producto turístico y por lo tanto su imagen de cara al cliente y que hace que el empeño socioeconómico de la empresa sea más eficiente.

Al momento de aplicar la Matriz de diagnóstico se evidencia el inexistir de hojas de calificación dentro de las habitaciones además no cuenta con todos los servicios generales acuerdo a los requerimientos del MINTUR con respecto al servicio recibido esto ocasiona que el cliente se sienta inconforme al no poder dar su punto de vista o experiencia vivida dentro de la misma; (Rivera, 2012, pág. 97) afirma con la puesta en práctica de esta estrategia se conocerán con exactitud las quejas o sugerencias de los clientes, lo que permitirá identificar las fallas del hotel y así mismo definir los procedimientos necesarios para que puedan ser solventadas.

De acuerdo con los resultados de la aplicación de las encuestas, se puede verificar que un 60% porcentaje de la población encuestada se encuentra en una escala de satisfecho con los servicios que presta el hotel Samana Wasi en la cual existe deficiencia dentro de los servicios prestados con respecto al personal tiene toda la predisposición para ayudar al huésped con sus requerimientos pero no está capacitado para el buen desarrollo de sus funciones. (Montenegro, 2018, pág. 87) Afirma: Uno de los factores que influyen en el éxito de un hotel, es la calidad en el servicio, no solo por la comodidad en sus instalaciones, es importante tener en cuenta también el nivel de cualificación de los trabajadores en cuanto a la atención a los huéspedes y usuarios que utilizan sus instalaciones y servicios, ya que de ello depende en un gran porcentaje la satisfacción de éstos y a la vez su fidelización como clientes. Para poder competir los trabajadores también deben estar actualizados con los nuevos servicios y ofertas que se encuentran en el sector hotelero y turístico, por ello es importante formarlos y capacitarlos, logrando una mejorar la competitividad en el sector.

Continuando con el diagnóstico y los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta con respecto al servicio los resultados obtenidos en la dimensión de fiabilidad se obtuvo como resultado en un grado de satisfacción de los clientes acerca de la percepción de los servicios adquiridos un rango de 50% a 60%, como aceptable la cual

requiere que el personal sea capacitado teniendo en cuenta que los establecimientos; Samana Wasi y Achik Wasi tienen recepción de un porcentaje del 50% de clientes extranjeros y que los empleados tienen toda la predisposición para ayudar al huésped afirman: (Vásquez Rodríguez, 2010, pág. 14) La enseñanza y capacitación permanente, en los diferentes idiomas, es una parte fundamental y un símbolo de calidad de egresados que una institución entrega al campo profesional, además de ser una obligación de los egresados capacitarse permanentemente para la adquisición de conocimientos y desarrollo de sus habilidades.

En la dimensión de empatía, se evidencia entre sus preguntas cuenta con un 60% que se considera como “satisfechos”, según la escala de Likert en la cual los dos establecimientos deben contar con un plan de marketing publicitario que contribuya al establecimiento dando a conocer los servicios que el hotel brinda así mismo por medio de la publicidad dar respuestas a las necesidades de los clientes futuros. El Marketing se produce al momento de determinar las necesidades de los consumidores y así como sus deseos para de esta manera satisfacerlas y poder competir con sus competidores, el plan de marketing facilita la información necesaria acerca de las acciones y actividades de una empresa para un periodo futuro para su creación e implementación (Ortega Mayanquer, 2018, pág. 11)

De acuerdo a la dimensión de elementos tangibles los clientes se encuentran entre un porcentaje de (40%-60%) aceptables con los servicios brindados por el hotel Samana Wasi, por lo tanto, se debería adecuar a los equipos e instalaciones adecuadas según la categoría de la empresa, de esta forma mantener una buena percepción de los clientes. Al respecto (Nishizawa & Matsumoto, 2014, pág. 4) se refiere a los elementos tangibles como “la apariencia física, instalaciones, como la infraestructura, equipos, materiales, personal, (Lopez, 2014, pág. 4) La importancia del departamento de Alimentos y bebidas radica en el hecho que los huéspedes tienen necesidades básicas de alimentarse, a partir

de esta necesidad este departamento tiene la misión de crear, administrar y distribuir estos servicios a través de los llamados centros de consumos como son los restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos, además de que algunos hoteles ofrecen otros servicios de alimentos y bebidas para complementar el servicio de alojamiento satisfaciendo las necesidades del huésped.

La falta de actividades en las páginas de promoción pertenecientes al Hostal Achik Wasi hace que los clientes se sientan insatisfechos y desinformados acerca de las promociones, servicios, paquetes, festividades y celebraciones dentro del Cantón y relacionadas al hostal, de tal manera poder estar en contacto y responder sus dudas.

El marketing no es tan solo una publicidad o vender, sino que va mucho más allá, es una herramienta que permite identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, añadiendo valor agregado en sus productos o servicios, los cuales superen las expectativas deseadas de los clientes y así establezcan relaciones sólidas con los mismos para obtener a cambio valor de estos (Nicole, 2018, pág. 21).

Finalmente se puede observar que el hotel Samana Wasi debe trabajar en las dimensiones de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, elementos tangibles y seguridad para estar más de un 70% de nivel de satisfecho como “muy satisfechos”, con respecto al Hostal Achik Wasi debe poner énfasis en las dimensiones de sensibilidad, empatía y seguridad para de esa manera poder satisfacer las necesidades y llegar a la fidelización de sus clientes llegando a tener un rango mayor al 80%, Al respecto (Nishizawa & Matsumoto, 2014, pág. 5) se refiere a la “medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes y cómo ellos aprecian el servicio, además proporciona información detallada sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores.”

Los objetivos estratégicos propuestos se determinaron en función de la matriz de diagnóstico, las entrevistas, recopilación, encuestas, matriz FODA, en relación a esa información los dos establecimientos hoteleros a través de la aplicación de los 9 objetivos estratégicos, mejorarían sus servicios, obtendría mayor porcentaje de visitantes, por ende, la satisfacción de los clientes, mayor ventaja en la oferta y demanda. Según (Gonzalez , Rodriguez, & Espinoza, 2010, pág. 24) la satisfacción del cliente es uno de los temas más frecuentemente examinados en los campos de la hospitalidad y el turismo porque cumple un papel importante para la sobrevivencia y futuro en cualquier producto o servicio relacionado con el mismo. La atención del personal por sí sola no es suficiente para obtener la satisfacción del cliente, y por ende su lealtad; hace falta establecer las estrategias que mejoren la percepción del consumidor en lo relativo a las demás variables.

## 8 CONCLUSIONES

En la presente investigación se puede concluir lo siguiente:

- Se concluye que el hotel Samana Wasi y el Hostal Achik Wasi, si cumple con la mayoría de los requisitos para poder elaborar sus funciones con normalidad, pero aún tiene deficiencia en ciertos indicadores como es el caso de la Normativa de la CODANIS, Ministerio del Medio Ambiente, Ministerio de Trabajo.
- Se concluye que el personal que labora en los dos establecimientos hoteleros en la actualidad no se encuentra capacitados para brindar atención a personas con discapacidad, lo cual provoca que los empleados brinden un servicio no tan satisfactorio al no saber cómo actuar ante una situación así.
- De similar manera los dos establecimientos no cuenta con habitaciones diseñadas y aptas para personas con diferentes discapacidades lo cual le convierte en una debilidad para las empresas.
- Por otra parte los dos establecimientos no cuentan con un manual de funciones y salarios justos destinados al personal ya que esto trae como consecuencias una atención no adecuada los clientes.
- Al aplicar las encuestas para conocer la percepción del cliente se pudo evidenciar que los servicios que brinda el Hotel Samana Wasi no satisface en su totalidad por que consideran que es importante incluya el servicio de alimentación.
- Dentro de las 5 dimensiones de acuerdo al modelo Servqual, el grado de satisfacción o percepción de los clientes de los establecimientos hoteleros se encuentran en un 60 a 80% en relación a la calidad de los servicios brindados considerados como satisfechos.
- De la misma forma los usuarios notan que el personal que le atiende le falta capacitarse en las funciones que realizan en los diferentes

departamentos es por ello la importancia del plan de capacitaciones a los empleados.

- Las opiniones de los clientes respecto al servicio recibido en los establecimientos hoteleros es primordial para más adelante ser más eficientes al momento de brindar un servicio.
- Los objetivos estratégicos planteados son viables de bajo costo y están enmarcadas en mejorar la calidad de los servicios de los dos establecimientos: Hotel Samana Wasi y Hostal Achik Wasi.
- Finalmente cabe mencionar que no se está brindando la atención adecuada al cliente ante el cumplimiento y solución de inconveniente pues el hotel Samana Wasi, corre el riesgo de que el cliente no regrese, pues un cliente recuerda con mayor facilidad los malos servicios que todos aquellos que le fueron brindados correctamente.

## 9 RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones planteadas las presentes recomendaciones van enfocadas a los gerentes, propietarios y empleados de los establecimientos donde se realizó la investigación:

- Realizar una vez por mes una reunión de trabajo con sus empleados para que ambas partes conozcan la realidad y establezcan compromisos que permitan ser una empresa más productiva
- Se recomienda al gerente la adecuación de habitaciones e instalaciones para personas con discapacidad de esa manera brindar un mejor servicio además capacitar al personal por medio de organismos que puedan ayudar a brindar un mejor servicio a personas con discapacidad.
- Aprovechar las instalaciones e infraestructura de los establecimientos para la promoción en donde se resalte los servicios con las que cuenta.
- Que los gerentes y propietarios del Hotel Samana Wasi y del Hostal Achik Wasi, analicen las propuestas planteadas en el presente trabajo de investigación para que si pueden aplicarlo de una manera óptima
- Que se destine recursos económicos por parte de los Gerentes o Propietarios de los establecimientos para que puedan aplicar en su totalidad los objetivos estratégicos planteados en el presente proyecto de tesis.
- Se recomienda mantener una evaluación de los servicios por parte de los cliente para el monitoreo del desempeño de los empleados en sus funciones.

## 10 BIBLIOGRAFÍA:

AITECO, C. (2018). <https://www.aiteco.com>. Obtenido de <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Albrecht. (1997). *Estrategias calidad de servicio*.

Alfaro García , E., & Cieza Roc, J. (2017). <http://repositorio.unsm.edu.pe>. Recuperado el 2019 de Febrero de 11, de <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/2684/TURISMO%20-%20Eder%20Manuel%20Alfaro%20Garc%C3%ADa%20%26%20Juan%20Domingo%20Cieza%20Roca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Alvares. <https://www.agapea.com>.

Andres, S. (2001). <http://www.errenteria.net>. Obtenido de [http://www.errenteria.net/eu/ficheros/57\\_18001eu.pdf](http://www.errenteria.net/eu/ficheros/57_18001eu.pdf)

Balanzá, I. M. (2003). *Hosteria y Turismo*. España: Consuelo Garcia asencio.

Baldeon, M., Andrade, F., & Arca, S. (13 de abril de 2018). <http://repositorio.uees.edu.ec>. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/2427/1/INCIDENCIA%20DE%20LA%20PERCEPCI%C3%93N%20DE%20HU%C3%89SPEDES%20FRENTE%20A%20EMPLEADOS%20EN%20UN%20HOTEL%20DE%204%20ESTRELLAS..pdf>

Benavides, G. M. (10 de Junio de 2017). <https://repositorio.pucese.edu.ec>. Obtenido de [https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf?fbclid=IwAR2wwSeYQD2HXP2MAWdrEpuJwtpFzVfMJ\\_Wh9SpkE1YS2WCoWkSWnWL-860](https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf?fbclid=IwAR2wwSeYQD2HXP2MAWdrEpuJwtpFzVfMJ_Wh9SpkE1YS2WCoWkSWnWL-860)

Berdard, G. R. (2018). Analisis de las necesidades y preferencias de la mujer de negocios en relacion a oferta hotelera. <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n2/art04.pdf>, 5.

Berry. (2013). *Calidad de Servicios*.

- Boubeta, A. I. (2006). *Fidelizacion del cliente*. España: Ideaspropias Editorial.
- BPA.Hoteles, C. C. (2006). *Buenas paracticas Ambientales*. Santiago .
- Carmen, G. D. (2012). <http://recursosbiblio.url.edu>. Recuperado el 2 de 7 de 2019, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/Tesis/2012/01/08/Garzona-Diana.pdf>
- Caro, L. M. (2006). *Dialnet.com*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=49832>
- Cauas, D. (2015). <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents>. Obtenido de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/36805674/l-Variables.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1548273868&Signature=VYVfvPiZ%2FdX7fvZc0j3vySyDV0c%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3Dvariables\\_de\\_Daniel\\_Cauas.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/36805674/l-Variables.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1548273868&Signature=VYVfvPiZ%2FdX7fvZc0j3vySyDV0c%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3Dvariables_de_Daniel_Cauas.pdf)
- Cavassa, C. R. (2008). Calidad total en las empresas turisticas. En C. R. Cavassa. Mexico: Mexico Trillas, S.A.de C.V.
- Cavassa, C. R. (18 de Octubre de 2008). Calidad Total en las Empresas Turisticas. En Cavassa, & C. Ramirez, *Caidad Total en las empresas turisticas* (Vol. 1, pág. 45). Mexico: Trillas C.A de C.V.
- Cesar Ruiz, A. G. (3 de mayo de 2015). *Dialnet.com*. Obtenido de <file:///C:/Users/soy/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaCalidadPercibidaSatisfaccionValorPerci-46490.pdf>
- COOTAD. (2014). *CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN*. Asamblea Nacional, Quito.
- Cordova, P. (19 de Octubre de 2015). <https://repository.unimilitar.edu.ec>. Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13680/2/ENSAYO%20DIANA%20PAOLA%20PINZON%20CARDONA.pdf>
- Cortada., D. M. (2006). <https://www.oei>. Obtenido de <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Cortès, J. M. (2017). <https://books.google.com.ec>. Recuperado el 21 de Enero de 2019, de

[https://books.google.com.ec/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=objctivos+de+la+calidad+2015.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjzy-eGnv\\_fAhVMvFkKHd5KDPoQ6AEILTAB#v=onepage&q=objctivos%20de%20la%20calidad%202015.&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=objctivos+de+la+calidad+2015.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjzy-eGnv_fAhVMvFkKHd5KDPoQ6AEILTAB#v=onepage&q=objctivos%20de%20la%20calidad%202015.&f=false)

Costa, R. S. (2 de OCTUBRE de 2012). <http://www.esade.edu>. Obtenido de <http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf>

Deobold B, V. D. (12 de Septiembre de 2006). [noemagico.blogia.com](http://noemagico.blogia.com). Recuperado el 2019 de Enero de 17, de NOEMAGICO: <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>

Dialguig. (2006). [Dialnet.com](http://Dialnet.com). Obtenido de <file:///C:/Users/soy/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaCalidadPercibidaSatisfaccionValorPerci-46490.pdf>

Discapacidad, R. P. (2007). <http://www.ecom.cat>. España: Sociedad y Técnica, SOCYTEC, S.L. y Paradores de Turismo de España, S.A. Sociedad y Técnica, SOCYTEC, S.L. y Paradores de Turismo de España, S.A.

[esacademic.com](http://esacademic.com). (s.f.). Obtenido de [http://enciclopedia\\_universal.esacademic.com/21660](http://enciclopedia_universal.esacademic.com/21660)

Fernanda, R. D. (2015). Obtenido de <file:///C:/Users/soy/Downloads/UDLA-EC-TIAEHT-2015-22.pdf>

Fernanda, Z. R. (enero de 2016). <http://repositorio.uide.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1026/1/T-UIDE-0565.pdf>

Flores, T. G. (2017 de Octubre de 2013). <https://www.uv.mx>. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>

Francisco garcia Ortiz, M. G. (s.f.). *Tcnicas de Servicio y Atencion al Cliente*.

Gardey, J. P. (2 de octubre de 2012). <https://definicion.de>. Obtenido de <https://definicion.de/analisis/>

Gardey, J. P. (2012). <https://definicion.de>. Obtenido de <https://definicion.de/analisis/>

- Garrido, S. J. (2018). *Mantenimiento y limpieza en alojamientos rurales*. Andalucía: Innovacion y Cualificacion S.L. .
- Gonzalez , E., Rodriguez, J., & Espinoza, O. (2010). Obtenido de file:///C:/Users/soy/Downloads/5155-16310-1-SM.pdf
- Gulli, J. J. (2015).
- Herrera, J. (2015). <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx>. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1167/1/La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>
- Hochsman, F. (2014). *Concepto de calidad en el servicio en hoteles*. <http://app.sni.gob.ec>. (s.f.). Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001\\_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015\\_15-03-2015\\_19-08-17.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015_15-03-2015_19-08-17.pdf)
- <http://www.lrqa.es>. (s.f.). Obtenido de <http://www.lrqa.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>
- Jorquera, F. J. (2012). <http://repositorio.uchile.c>. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorquera%2C%20F..pdf?sequence=3>
- Joubert, E. G. (julio de 2014). <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOUBERT.pdf?sequence=1&isAllowed=y/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOUBERT.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Obtenido de <https://ridaa.unq.edu.ar>
- Juan C Vergara, V. M. (2011). *Scielo.com*. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-33052011000300011](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052011000300011)
- Lazzari, V. M. (2015). <http://www.ojs.econ.uba.ar>. Obtenido de <http://www.ojs.econ.uba.ar/ojs/index.php/CIMBAGE/article/viewFile/311/565>
- Lisboa, J. C. (enero de 2016). <http://scielo.sld.cu>. Recuperado el 23 de Enero de 2019, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1727-897X2016000100016&script=sci\\_arttext&lng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1727-897X2016000100016&script=sci_arttext&lng=pt)

- López, E. A. (15 de enero de 2012). *www.eumed.net*. Recuperado el 2019 de Enero de 18, de [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia\\_cuantitativa.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html)
- Lopez, K. (25 de Abril de 2014). *academiaturistica.blogspot.com*. Recuperado el 2019 de 2 de 7, de <http://academiaturistica.blogspot.com/2014/04/servicio-de-alimentos-bebidas-en-un.html>
- López, M. E. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *El buzón de Pacioli*, 6.
- López, P. (15 de febrero de 2004). *www.scielo.org.bo*. Recuperado el 2019 de Enero de 18, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Melo, D. f. (2015). Obtenido de [file:///C:/Users/soy/Downloads/UDLA-EC-TIAEHT-2015-22%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/soy/Downloads/UDLA-EC-TIAEHT-2015-22%20(2).pdf)
- Mercedez, M. (2010). Planificación: Transporte, Turismo y Territorio. *Gran Tour*(1), 97-119.
- MINTUR. (2016). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- MINTUR. (18 de FEBRERO de 2016). <https://www.turismo.gob.ec/>. Recuperado el 24 de Octubre de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (18 de FEBRERO de 2016). <https://www.turismo.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2017). <https://www.turismo.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
- MINTUR. (2017). *Ministerio del Turismo*. Obtenido de Ministerio del Turismo: [http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1\\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\\_2daEd.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf)

- Molina, V. M. (2017). <https://recai.uaemex.mx>. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 7.
- Montenegro, C. I. (2 de febrero de 2018). *pdf*. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de [file:///C:/Users/soy/Downloads/discapacidad%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/soy/Downloads/discapacidad%20(1).pdf)
- Muerza, A. (3 de Noviembre de 2016). <http://www.consumer.es>. Recuperado el 7 de Febrero de 2019, de [http://www.consumer.es/web/es/medio\\_ambiente/urbano/2016/11/03/224527.php](http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2016/11/03/224527.php)
- Nicole, B. B. (25 de Mayo de 2018). <https://repositorio.pucese.edu.ec>. Recuperado el 10 de FEBRERO de 2019, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1526/1/BALLESTEROS%20BUSTOS%20NAVILA%20NICOLE.pdf>
- Nishizawa, & Matsumoto. (25 de Diciembre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. San Pablo, Bolivia. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005)
- Ochoa, D. M. (marzo de 2010). <https://www.educacion.gob.ec>. Obtenido de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=B4P1gU3C%2BiY%3D>
- Olivos, R. M. (15 de Agosto de 2015). *ri.uaemex.mx*. Recuperado el 17 de Enero de 2019, de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/33873/secme-20305.pdf?sequence=1>
- Olmos Juarez, L., & Garcia Cebrian, R. (2016). *Estructura del mercado turístico*. España : Caarmen Lara Carmona.
- Omoya , L. (2015). Boliviana de Turismo apunta incentivar el turismo interno. *Nueva Economía*, 5-30.
- OMT. (enero 15 de 2018). <http://media.unwto.org>. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- Orellana, L. T. (19 de Marzo de 2012). <http://dspace.utpl.edu.ec>. Obtenido de

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2532/3/Tesis%20de%20Tania%20Castillo%20Orellana.pdf>

Ortega Mayanquer, A. (9 de febrero de 2018). <http://repositorio.utn.edu.ec>. Recuperado el 7 de febrero de 2019, de <http://repositorio.utn.edu.ec>: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7960/1/02%20IME%20223%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

Palacios Romero , V., & García , L. (2017). REFLEXIONES DE LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA FRANCÉS EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO INTERNACIONAL DE QUITO. *Revista Órbita Pedagógica*, 2.

PDOT. (22 de Marzo de 2014). <https://saraguro.gob.ec>. Recuperado el Octubre de 22 de 2018, de <https://saraguro.gob.ec/wp/wp-content/uploads/CONTENIDO/PDyOT/PDyOT-GADMIS%202014-2019.pdf>

PDOT. (2014). <https://saraguro.gob.ec>. Obtenido de <https://saraguro.gob.ec/wp/wp-content/uploads/CONTENIDO/PDyOT/PDyOT-GADMIS%202014-2019.pdf>

Renda, A. (12 de 2017). ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN ESPACIO RURAL. *La percepcìon de los emprendedores. Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(4), 845-863.

Riofrio., I. J. (10 de marzo de 2014). <http://app.sni.gob.ec>. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001\\_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015\\_15-03-2015\\_19-08-17.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015_15-03-2015_19-08-17.pdf)

Rivera, R. J. (15 de Mayo de 2012). <http://repositorio.uta.edu.ec>. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2104/1/557%20ING.pdf>

Rojas. (2014). <https://www.uv.mx>. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>

Rojas, L. E. (20 de Julio de 2015). *ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL HOSTAL “SAMANA WASI” DEL CANTÓN SARAGURO*. Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de

<http://dspace.unl.edu.ec>:  
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/11980/1/tesis%20final.pdf?fbclid=IwAR0q5BiBvGD1WffquclKkR9GWq64vM0zsnfy84sJzZptswgyMTK-YEsKrEM>

Román Melo, D. F. (2015). Obtenido de <file:///C:/Users/soy/Downloads/UDLA-EC-TIAEHT-2015-22.pdf>

Rosario, B. d. (2010). <https://www.academia.edu/>. Obtenido de [https://www.academia.edu/32592538/UNIVERSIDAD\\_DE\\_LAS\\_PALMAS\\_DE\\_GRAN\\_CANARIA](https://www.academia.edu/32592538/UNIVERSIDAD_DE_LAS_PALMAS_DE_GRAN_CANARIA)

Sanchez, E., & Oscar, J. (Septiembre de 2012). <https://repository.unilibre.edu.com>. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9282/SGC%20ACRECER%20S.A..pdf?sequence=1>

Sandoval, N. L. (s.f.). <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx>. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1167/1/La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>

Schmalbach, T. J. (22 de Octubre de 2010). <http://managementensalud.com.ar>. Recuperado el 22 de 10 de 2018, de [http://managementensalud.com.ar/ebooks/La\\_Gestion\\_de\\_la\\_Calidad\\_en\\_los\\_Servicios\\_ISO9001-2008.pdf](http://managementensalud.com.ar/ebooks/La_Gestion_de_la_Calidad_en_los_Servicios_ISO9001-2008.pdf)

Segura, S. (julio-septiembre de 2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. *ICE-FEE-UCSG*, 09(03), 35-43.

Senlle, A. (2000). *ISO 9000 calidad total y normalizacion*. Ediciones Gestion 2000,S.A.

Serrano. (2012). *Dialnet.com*. Obtenido de <file:///C:/Users/soy/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaCalidadPercibidaSatisfaccionValorPerci-46490.pdf>

Silva, L. G. PROPUESTA PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS EN EL BAR. *Tesis de Grado*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil.

TICA, Y. M. (2015). <http://repositorio.unajma.edu.pe>. Obtenido de [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina\\_%C3%91ahuirima\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tomás , M., & Myriam , C. (2012). *http://rua.ua.e*. Obtenido de *http://rua.ua.e*: *http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/33468*

Turismo, M. d. (2014). *https://www.turismo.gob.ec*. Obtenido de *https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf*

Vásquez Rodríguez, F. (2010). *http://biblioteca.clacso.edu.ar*. Obtenido de *http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/fce-unisalle/20170117011106/Estrategias.pdf*

Villalba, S. (17 de Marzo de 2016). *http://repositorio.puce.edu.ec*. Recuperado el 12 de junio de 2019, de *http://repositorio.puce.edu.ec*: *http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%C3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y*

### **Net grafía**

Albrecht. (1997). *Estrategias calidad de servicio*.

Balanzá, I. M. (2003). *Hosteri yTurismo* . España : Consuelo Garcia asencio.

Cavassa, C. R. (2008). *Calidad total en las empresas turisticas*. En C. R. Cavassa. Mexico: Mexico Trillas, S.A.de C.V.

Cavassa, C. R. (18 de Octubre de 2008). *Calidad Total en las Empresas Turisticas*. Mexico: Trillas C.A de C.V.

Francisco garcia Ortiz, M. G. (s.f.). *Tcnicas de Servicio y Atencion al Cliente*.

Senlle, A. (2000). *ISO 9000 calidad total y normalizacion*. Ediciones Gestion 2000,S.A.

## 11 ANEXOS

### 11.1 Anexo N°1 Anteproyecto de tesis



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL  
Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TEMA:**

ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTAN  
LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE: SAMANA  
WASI, ACHIK WASI, DEL CANTÓN SARAGURO,  
PROVINCIA DE LOJA

PROYECTO DE TESIS PREVIO A  
OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERA EN  
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**AUTORA :**

**Zoila Beatriz Cartuchi Saca**

**LOJA-ECUADOR**

2018

**1859**

## **1. TEMA**

ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE: SAMANA WASI, ACHIK WASI, DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA

## **2. PROBLEMÁTICA**

Turismo es algo que, de una u otra manera, siempre se hizo. La curiosidad, la necesidad de descubrir nuevos espacios, de interaccionar con otras gentes, forma parte de nuestra misma condición. Evolucionamos y, por tanto, nuestras motivaciones y nuestros comportamientos van variando hasta convertir el turismo en uno de nuestros consumos cotidianos. Aun así, subyacen en nuestro inconsciente razones muy primitivas que nos impulsan a descubrir que hay detrás de la montaña y a contrastar nuestro modo de vida con el de otras sociedades con evoluciones culturales muy distintas. La comparación, desde la óptica de visitantes poderosos y visitados empobrecidos, acentúa, en general, las desigualdades y la impermeabilidad a la interacción cultural. (Cortada., 2006)

Las estadísticas recientes muestran que a nivel mundial, el turismo ha crecido a un ritmo de entre el 4% y el 5% en 2018. Es una tasa ligeramente superior al 3,8% de crecimiento medio previsto por la OMT para el periodo 2010-2020 en su informe Tourism Towards 2030. (OMT, 2018).

La organización mundial de turismo ha contribuido al desarrollo turístico de algunos lugares del mundo, uno de los proyectos como es el “Análisis de la Calidad de los Servicios Turísticos de Hospedaje y Guianza de Mindo y sugerencias de mejora” de la Autora, Ana Belén Rivas Sánchez, se ha identificado la siguiente problemática, Mindo se lo reconoce por su potencial eco turístico y la accesibilidad para todo tipo de turistas, por ello en los últimos años el turismo se ha desarrollado prácticamente en toda la parroquia.

La falta de un plan específico para este sector puede ser fácilmente percibida por el turista, sobre todo si busca un servicio especializado, como por ejemplo el avistamiento de aves que se ofrece en Mindo, donde la mayoría

de turistas son conocedores e interesados en la observación de aves. Sin embargo la calidad de servicios puede verse gravemente afectada por errores en el momento de la operación turística, este tipo de errores pueden repercutir en los recursos turísticos, llevando al atractivo a un estado de declive afectando su potencial natural, social y económico lo cual esta investigación pretende responder. (SÁNCHEZ, 2012).

El Ecuador posee una vasta riqueza cultural y arquitectónica lo cual se ve reflejada en sus edificaciones como son: catedrales, monumentos y sus complejos arqueológicos, lo cual hace un lugar perfecto para la realización del turismo, es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales. De esta manera, el Ecuador se perfila como un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes atraídos por esta diversidad de gente y sus costumbres. (MINTUR, 2016)

En la región Sur se ubica la provincia de Loja que posee riquezas naturales y culturales que se pueden evidenciar en unos de los cantones como es Saraguro cuenta con un potencial turístico, la cual es aprovechada cuidadosamente lo que se encuentra en discusión ya que en algunos establecimientos que prestan el servicio de hospedaje pudieran recibir una demanda turística notable, no cuenta el nivel de calidad suficiente para cubrir las diferentes necesidades de ellos.

La problemática radica en el hecho de que Saraguro no cuenta con estudios sobre la calidad del servicio en los hoteles que les permita brindar un servicio de calidad a los visitantes, ocasionado por el desinterés de los propietarios de hoteles en mejorar la calidad de servicios, el escaso control de las autoridades y la despreocupación de los representantes de los establecimientos, quienes se encontraban acostumbrados a la alta presencia de turistas, por lo que no vieron la necesidad de mejorar su servicio ni de prepararse, desconociendo la mayoría de ellos sobre documentación de procesos. Estos problemas traen como consecuencia la insatisfacción de visitantes, que se ve reflejada en una baja de la demanda por parte de turistas internacionales ya que no pernoctan en el cantón, sino que más bien lo ven como un lugar de paso.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Al ser Saraguro un cantón que realiza turismo comunitario y brinda diferentes servicios a los visitantes locales e internacionales, mejorando la calidad de vida e intercambio de formas de vida dentro de los habitantes del cantón, de la misma manera beneficiara a los propietarios de los establecimientos, mejorar la calidad de servicios, la siguiente investigación nace de la necesidad de conocer la calidad de los servicios que se vienen prestando dentro de un establecimiento de hospedaje, en el Cantón Saraguro.

Debido a la importancia que tiene actualmente el concepto de calidad en el servicio surge la inquietud de investigar, saber cuál es el promedio de satisfacción por parte del cliente al momento de adquirir los servicios, esta propuesta mejorará la calidad de servicios dentro de los hostales y beneficiara a la localidad, generando mayor demanda, fuentes de trabajo y entrada de divisas. La calidad ha tenido un papel protagónico en las últimas décadas en el gestionar las entidades frente a su competencia y su vinculación con el cliente, lo que ha despertado un gran interés en un considerable número de investigadores de todo el mundo.

Esta propuesta se hace para el mejoramiento continuo en el servicio, y el buen desempeño por parte del personal en la atención al cliente, así aumentar el nivel de oferta turística brindado dentro de este destino y la creación de fuentes de empleo dentro de la localidad siendo una aportación tanto en lo económico, social y cultural dentro del área de investigación.

Así con el paso del tiempo el beneficio se verá reflejado para todos los habitantes, pues podrán contar con servicios de calidad idóneos para los momentos de ocio y esparcimiento como turismo interno, los negocios crecerán y así se mejorará la economía, de la misma forma la calidad de vida de todos los habitantes, también incrementará la actividad turística en la localidad.

Como estudiante de la carrera de Ingeniería en Administración turística, de una Universidad Nacional de Loja, justificando el siguiente proyecto como aporte a los Hostales del cantón Saraguro, se aplicará todos los conocimientos adquiridos durante el proceso de estudio universitario,

conocimientos que serán útiles para desempeñar de manera eficaz y eficiente en el campo turístico.

Por otro lado la realización del proyecto constituye un requisito para la obtención del título en Ingeniería en Administración Turística.

#### **4. OBJETIVOS:**

##### **4.1 Objetivo general:**

Analizar la calidad de los servicios que prestan en los establecimientos de hospedaje: Samana Wasi, Achik Wasi, en el Cantón Saraguro, provincia de Loja.

##### **4.2 Objetivo específico**

- Diagnosticar la situación actual; Samana Wasi, Achik Wasi, establecimientos de alojamiento del cantón Saraguro
- Evaluar la calidad de servicio que ofrece los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi, Achik Wasi, del cantón Saraguro.
- Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de servicios de los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi Achik Wasi, del cantón Saraguro.

#### **5. MARCO TEORICO**

##### **5.1. Marco Conceptual**

- 5.1.1. Análisis
- 5.1.2. Análisis de calidad
- 5.1.3. Análisis de calidad turística.
- 5.1.4. Clientes
- 5.1.5. Tipos de clientes

##### **5.2. Calidad**

- 5.2.1. Calidad de servicios
- 5.2.2. Objetivos de calidad.
- 5.2.3. Clasificación de calidad.

##### **5.3. Servicios**

- 5.3.1. Clasificaciones de servicios
- 5.3.2. Servicios turísticos en Guianza

##### **5.4. Normas ISO 900**

5.4.1. Clasificación de normas ISO 900

5.4.2. Calidad turística en Ecuador

#### **5.5. Metodología SERVQUAL**

5.5.1. Importancia de la Metodología SERVQUAL

5.5.2. Sistemas para la calidad en el servicio.

5.5.3. Calidad de servicios turísticos

#### **5.6. ISO 9000: Sistemas de Gestión de Calidad**

5.6.1. ISO 10000: Guías para implementar Sistemas de Gestión de Calidad

#### **5.7. Modelo SERVQUAL**

5.7.1. Definición

5.7.2. Dimensiones.

5.7.3. Cuestionarios

5.7.4. Esquema del modelo SERVQUAL.

#### **5.8. Reglamento de alojamiento turísticos del MINTUR**

5.8.1. Definición

5.8.2. Clasificación de alojamientos

5.8.3. Reglamentos

#### **5.9. Estrategias**

5.9.1. Tipo de estrategias.

5.9.2. Estrategias de mejoramiento de calidad

#### **5.10. FODA.**

5.10.1. Definición.

### **5.2. MARCO REFERENCIAL**

5.2.1. Generalidades del Cantón Saraguro.

5.2.2. Antecedentes históricos.

5.2.3. División política

5.2.4. Aspecto socio-económico

5.2.4.1. Economía

5.2.4.2. Población

5.2.4.3. Industria

5.2.4.4. Comercio

5.2.5. Aspecto geográfico

5.2.5.1. Mapa localización

- 5.2.5.2. Limites
- 5.2.5.3. Ubicación
- 5.2.5.4. Clima
- 5.2.5.5. Altitud
- 5.2.5.6. relieve.
- 5.2.6. Aspectos Sociales
  - 5.2.6.1. cultura
  - 5.2.6.2. tradición.
- 5.2.7. Aspectos Culturales
  - 5.2.7.1. vestimenta
  - 5.2.7.2. idioma
- 5.2.8. Atractivos
  - 5.2.8.1. Atractivos Naturales
  - 5.2.8.2. Atractivos Culturales
- 5.2.9. Planta turística
- 5.2.10. Servicios.

## 6. METODOLOGIA

Para el primer objetivo “Realizar el diagnóstico situacional: Achik Wasi, Samana Wasi, establecimientos de alojamiento en el cantón Saraguro. Se utilizara el **método de Investigación Descriptiva**, con la finalidad de determinar las características de los establecimientos, sus antecedentes, históricos económicos, el método analítico aquel que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Nos permite realizar un análisis mediante la observación y realizar un examen de un hecho en particular, objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. **La técnica utilizada será la matriz FODA** sirve como planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno y externo en la empresa, representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una entidad. De se usará igual manera la ficha de evaluación de una empresa es un instrumento de evaluación y monitoreo que permite mostrar el avance de los programas federales de desarrollo social de forma estructurada, sintética y homogénea para un ejercicio

fiscal, con el objetivo de contribuir a la toma de decisiones y mejora de los programas y acciones, para completar la información se usará la **técnica de observación directa** por medio de esta se confirma la información de cada una de las variables a estudiar y se establecerá patrones que deben ser analizados puntualmente derivados del método aplicado.

Para el segundo objetivo “Evaluar la calidad de servicio al cliente brindado por los establecimientos de alojamientos del cantón Saraguro.”, para ello aplicaremos **el modelo SERVQUAL**, mide la calidad del servicio, mediante las expectativas y percepciones de los clientes, en base a cinco dimensiones, que son; dimensión de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, y elementos tangibles. Mediante la investigación se pretende analizar el problema principal que es el desconocimiento del nivel de calidad del servicio de ayuda experto, y cumplir con los objetivos establecidos.

De la misma manera se utilizara como **técnica el enfoque cuantitativo**, es un procedimiento que se basa en la utilización de los números para analizar, investigar y comprobar tanto información como datos verídicos estadísticos. **El método cualitativo** mediante entrevistas abiertas, observaciones de los sujetos y grupos de discusión, normas ISO 900 de calidad, La herramienta utilizada será la encuesta la cual son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Para el tercer objetivo “Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de servicios de los establecimientos de alojamiento del cantón Saraguro”. Se utilizará **la metodología participativa** como elemento esencial, con la implicación de los individuos que aportan desde lo que les interesa y desde la propia experiencia, y es desde ahí desde donde se genera un proceso de profunda reflexión que da pie a la transformación de la realidad que estamos abordando. Como herramientas utilizaremos las entrevistas a los dueños de los establecimientos, personas de interés con el tema de investigación así obtener información clave que nos ayudara a establecer estrategias.

## 7. CRONOGRAMA.

ACTIVIDADES  TIEMPO	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
<b>1. OBJETIVO 1:</b>																																				
Describir la empresa (antecedentes, misión, visión, objetivos, valores)		X	X																																	
Llenar la ficha de evaluación de la empresa con base en la ficha del MINTUR				x	X	X																														
Matriz FODA							x																													
<b>2. OBJETIVO 2:</b>								x																												
Calculo e las muestras									x		X	x	x																							
Diseño de la encuesta										x				X																						
Aplicación de la encuestas														x	x																					
Tabulación																X																				
Análisis cuantitativo																		x	x																	
Análisis cualitativo																				X																
Conclusiones																						X	X													
<b>3. OBJETIVO 3:</b>																							X													
Tema																								X												
Acciones																									X											
Metas																										X										
Actividades a corto y largo plazo																											X									
Tiempo																												X								
Recursos																													X							
Control																														X						
TRAMITES																															X	X				

## **8. PRESUPUESTO**

### **8.1. RECURSOS**

#### — Recursos Humanos

Tesistas

Docentes.

Director de tesis.

#### — Recursos Materiales

Papel Bond.

Anillados.

Material de oficina.

Copias.

Impresiones.

#### — Recursos Tecnológicos.

Cámara.

Computadora.

Folletos.

Alimentación.

Infocus.

#### — Recursos Empresariales

Información Gads

Aporte empresarial.

## 8.2. PRESUPUESTOS.

**Cuadro N° 1 PRESUPUESTO**

<b>RECURSOS</b>	<b>GASTOS</b>
<b>Recursos Humanos</b>	
— Tesistas	
— Docentes	<b>0,00</b>
— Director de tesis	<b>0,00</b>
<b>Recursos Materiales</b>	<b>25,00</b>
— Papel Bond	
— Anillados	<b>50,00</b>
— Material de oficina	<b>60,00</b>
— Copias, impresiones	<b>20,00</b>
<b>Recurso tecnológicos</b>	
— Cámara	<b>75,00</b>
— Computadora	<b>30,00</b>
— Folletos	<b>40,00</b>
— Alimentación	<b>25,00</b>
— Infocus	<b>35,00</b>
<b>Recursos Empresariales o Institucionales</b>	
— Información Gads	<b>60,00</b>
— Aporte empresarial	<b>75,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 645</b>

**Fuente:** autora del anteproyecto

**Elaboración:** Autora del anteproyecto.

## 9. BIBLIOGRAFIA

- (s.f.). Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001\\_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015\\_15-03-2015\\_19-08-17.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015_15-03-2015_19-08-17.pdf)
- Cortada., D. M. (2006). <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm> Obtenido de <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Costa, R. S. (2 de OCTUBRE de 2012). <http://www.esade.edu>. Obtenido de <http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf>
- Fernanda, Z. R. (enero de 2016). <http://repositorio.uide.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1026/1/T-UIDE-0565.pdf>
- Gardey, J. P. (2012). <https://definicion.de/definicion>. Obtenido de <https://definicion.de/definicion>
- <http://app.sni.gob.ec>. (s.f.). Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001\\_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015\\_15-03-2015\\_19-08-17.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015_15-03-2015_19-08-17.pdf)
- <http://www.lrqqa.es>. (s.f.). Obtenido de <http://www.lrqqa.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>
- Joubert, E. G. (julio de 2014). <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20Joubert.pdf?sequence=1&isAllowed=y/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20Joubert.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Obtenido de <https://ridaa.unq.edu.ar>
- MINTUR. (2017). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
- MINTUR. (s.f.). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%3%ADstica.pdf>

OMT. (enero 15 de 2018). <http://media.unwto.org>. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>

Riofrio., I. J. (10 de marzo de 2014). <http://app.sni.gob.ec>. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001\\_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015\\_15-03-2015\\_19-08-17.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001_DIAGNOSTICO-%20PDyOT%20Saraguro2015_15-03-2015_19-08-17.pdf)

SÁNCHEZ, N. B. (22 de Diciembre de 2012). <http://repositorio.puce.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7212/6.19.001320.pdf;sequence=4>

## 11.2 Anexo N° 2 Matriz de diagnóstico

Cuadro 53 anexo matriz de diagnóstico Hotel Samana Wasi

FICHA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS					
<b>1. DATOS GENERALES DEL HOTEL SAMANA WASI</b>					
<b>1.1. Ubicación</b>					
Ciudad					
Parroquia					
Calles					
Nombre Gerente Hotel					
<b>1.2. Representante de la Empresa</b>					
N° Cedula					
RUC					
Cargo					
<b>1.3. Empresa Turística</b>					
Razón social					
Tipo de empresa					
Misión / Visión					
Creación					
Miembros de la empresa o accionistas					
N° de empleados					
<b>1.4. Servicios Turísticos</b>					
Categoría					
N° de plazas	Simple	Dobles	Triples	Matrimoniales	Suit
	Cumple	No cumple		Cumple	No cumple
	Recepción		Cocina		

Departamentos	RRHH			Lavandería			
	Marketing			Bodega			
	Reservas			Comprar			
	Consejería			Mantenimiento			
Alianzas convenios							
<b>2. REGLAMENTOS ENTIDAD TURISTICA</b>							
	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cumplimientos</b>		<b>Emisión o vigente</b>		<b>Observación</b>
			Cumple	No cumple	F. emisión	F. final	
<b>2.1. L.U.A.F</b>	Licencia Única Anual de Funcionamiento.  Se debe presentar los permisos otorgados a la empresa y que son solicitados por el Municipio de Loja	Formulario nº 2 (llenar solicitud con la dirección exacta del negocio) Formulario de permiso de funcionamiento copia de la cédula de identidad Pago de patente municipal, activo totales y bomberos Documentos de salud de las personas que laboran en el local Permiso de Funcionamiento Del Cuerpo De Bomberos					
<b>2.2. R.U.C.</b>	<b>Definición</b>	<b>cumple</b>	<b>No cumple</b>		<b>Observaciones</b>		
	Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI)						
<b>Factura</b> Documento que se entrega por la compra y la venta de un producto o servicio.	Pago del IVA 12 %						
	Pago de servicios 10%						
	<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>	

<b>2.2. MUNICIPIO</b>	Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales	Contribución impuesta y cobrada por el municipio sobre el volumen de negocios (ingreso bruto) a toda empresa dedicada a la prestación de cualquier servicio, industria o negocio	El pago de un valor en dólares cada 12 meses sobre el ingreso bruto del establecimiento			
	Carnet de salud de todo el personal	Examen clínico de aptitud laboral, obligatoria, para que todo ciudadano/a ejerza su actividad laboral	Certificado otorgado por la dirección provincial de salud.			
	Permiso del cuerpo de bomberos	Sirven para dar fe que las instalaciones cumplen con todos los requisitos legales y reglamentarios orientados hacia la prevención de incendios	Plan de contingencia.			
			Extintor			
			Señalética, no fumar			
			Salida de emergencia			
			Botiquín			
			Pago anual de permiso de funcionamiento contra incendios.			
	Registro generador de desechos sanitarios	Manejo adecuado de tipos de residuos	Señalética en caso de emergencia. (Números de emergencia).			
			Basureros para residuos orgánicos			
		Basureros para residuos inorgánicos				

	Variable		Cumple	No cumple	Observaciones
<b>2.3. HIIDROCARBUROS</b> Transporte de combustible otorgado por la Agencia de Regulación de Hidrocarburos	Formulario brindado por el ARCH				
	Numero de Ruc				
	Cantidad y periodo de tiempo para carga				
	Permiso de transporte				
<b>2.4. GESTION DE RIESGOS</b>	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
	Plan de contingencia. Estructura estratégica y operativa que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas.	Botiquín de primeros auxilios			
		Megáfono			
		Lámparas de emergencia o internas.			
		Vías de evacuación señalizadas			
		Puertas de emergencia funcionales			
		Señalética.			
		Sistema de alarma/sirena/timbre/campana.			
		Zonas de seguridad			
Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios).					
Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).					
<b>2.5. ARCSA</b> (agencia de registro sanitario)	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
	Las actividades de control consisten en la verificación de las condiciones sanitarias de hosterías, hoteles y restaurantes, para garantizar que mantengan la higiene adecuada en sus instalaciones.	Complimiento de la normativa sanitaria dentro del establecimiento			
		Condición es higiénicas en las habitaciones			
		Condiciones higiénicas en los baños			
	Manipulación de alimentos				
<b>2.6. MINISTERIO DE TRABAJO</b>					

Nº	Definición	Pagos		Emisión o vigente		Observaciones
		Cumple	No cumple	F. emisión	F. final	
Art. 97 y 105	Pagar el 15 % de utilidades a empleados hasta el 15 de Abril de cada año					
Art. 42	Uniformes para el personal, se debe suministrar uniformes anualmente para el personal de la empresa					
Art. 83,86, 87 y 96	Remuneración a empleados Pagar el último día del mes remuneraciones a empleados.					
Art. 42	Aportes seguro social empleados hasta el 15 de cada mes					
	Repartir 10 % de servicio, presentar la planilla de pago del mismo					
Art. 113	Décimo cuarta remuneración bonificación anual equivalente a una remuneración básica. Hasta el 15 de Agosto					
Art. 111	Décimo tercera remuneración o bono navideño pagar décimo tercer sueldo hasta el 24 de Diciembre de cada año.					
<b>2.7. GOBERNACIÓN</b>  Controles rutinarios por parte de la intendencia de policía	<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>	
	Según acuerdo ministerial 887 considera que los permisos de funcionamiento locales y establecimientos dentro de su categorización	Registro del establecimiento en la página de Ministerio del Interior.				
		Permiso de uso de suelo. ( municipio)				
		Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no				

		proviene de actividades ilícitas.				
<b>2.8. CONADIS (Consejo nacional para igualdad de capacidades)</b>	<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
	Accesibilidad	Grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física o de sus facultades cognitivas, puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura.	Rampas para silla de ruedas.			
			Sistema braille.			
Personal capacitado	Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.	Porcentaje de personal capacitado.				
<b>2.9. MINISTERIO DEL AMBIENTE.</b>	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>	
	Acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan los procesos productivos a través de cambios en la organización de los procesos y las actividades	Empresa eco eficiente.				
		Gestión de desechos				
		Consumo de agua eficiente.				
		Energía, (panel solar)				
Geo transporte						

		Gestión de compras responsables.			
		Gestión papel, Facturación electrónica			
		Manejo de aguas residuales			
<b>3. REGLAMENTO ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE ALOJAMIENTO</b>					
<b>INSTALACIONES GENERAL</b>					
			<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
Servicio de estacionamiento temporal para vehículo (embarque y desembarque de pasajeros), frente al establecimiento.					
Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. En caso de contar con el requisito mínimo de habitaciones, deberá haber 3 espacios fijos de estacionamiento.					
Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento.				
	Para servicios comunales básicos: ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes.				
Agua caliente en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	. Con sistema de válvula de presión				
	Las 24 horas.				
	Centralizada.				
Cambiador de pañales de bebé en cuartos de baño y aseo ubicados en áreas comunes.					
Contar con (por lo menos) los siguientes servicios:	1) Piscina.				
	2) Hidromasaje.				
	3) Baño turco				
	4) Sauna.				
	5) Gimnasio.				
	6) SPA.				
	7) Servicio de peluquería.				

	8) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc.; se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales.			
	9) Áreas deportivas.			
	10) Exposición de colección de arte permanente o temporal.			
	11) Salones para eventos.			
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial				
Contar con áreas de uso exclusivo para el personal	Cuartos de baño y aseo			
	Duchas			
	Vestidores			
	Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)			
	Área de comedor			
	Área administrativa			
<b>ACCESO</b>				
Una entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicio.				
<b>ASCENSORES</b>				
Ascensor(es) para uso de huéspedes. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.	Si el establecimiento posee dos o más pisos, incluyendo planta baja.			
	Si el establecimiento posee tres o más pisos, incluyendo planta baja.			
Ascensor de servicio. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.	Si el establecimiento posee dos o más pisos, incluyendo planta baja.			
<b>ÁREAS DE CLIENTES</b>				
<b>Áreas de clientes – General</b>				
		<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
Centro de negocios con servicio de internet.	16 horas			
	12 horas			

Área de vestíbulo	Incluye recepción (con mobiliario), conserjería y salas.			
	Recepción (con mobiliario)			
La recepción deberá contar con las facilidades necesarias para prestar atención a personas con discapacidad.				
Restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento.	Restaurante			
	Con carta en español e inglés			
Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped.				
BAR	Bar en zona diferenciada del área del restaurante y con instalaciones propias, dentro del establecimiento.			
	Servicio de bar dentro del establecimiento.			
	Área para fumadores			
	Señalética			
	Instalaciones eléctricas adecuadas			
<b>Áreas de clientes - Habitaciones</b>				
Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.				
Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado.				
Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.				
Habitaciones insonorizadas.				
Internet en todas las habitaciones				
Caja de seguridad en habitación.				
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.				
Cerradura para puerta de acceso a la habitación.				
Almohada extra a petición del huésped.				
Frigobar.				
Portamaletas.				
Clóset y/o armario.				
Escritorio y/o mesa.				
Silla, sillón o sofá.				
Funda de lavandería.				
Luz de velador o cabecera por plaza.				
Cuentan con hoja de sugerencias o quejas dentro de la habitación				

Cuenta con hoja de calificación del servicio				
CORTINAS	Cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			
	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			
Televisión ubicada en mueble o soporte	Con acceso a canales nacionales			
	Con acceso a canales internacionales			
	Con televisión por cable o televisión satelital.			
TELEFONO	Teléfono en habitación			
	Teléfono en cuarto de baño y aseo.			
	Sistema de comunicación.			
Servicio telefónico	Discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación.			
	Con atención en idioma español			
	Con atención en Ingles u otro idioma extranjero			
	Las 24 horas.			
	Servicio nacional e internacional desde la recepción con transferencia de llamadas al teléfono en cada habitación.			
<b>Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado</b>				
		<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado.	Agua caliente.			
	Centralizada			
	Las 24 horas.			
	Con sistema de válvula de presión.			
Espejo	Iluminación independiente sobre el lavamanos.			
	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.			
	Espejo sobre el lavamanos.			
	Espejo flexible de aumento.			
	Secador de cabello.			
Juego de toallas por huésped	Cuerpo			
	Manos			
	Cara			
Toalla de piso para salida de tina y/o ducha.				
Champú				

Amenities de limpieza	Jabón			
	Papel higiénico de repuesto			
	Vaso			
	Acondicionador			
	Enjuague bucal			
Amenities de cuidado personal	Crema			
	Pañuelos desechables			
	Algodón			
	Cotonetes			
	Toallas desmaquillantes			
Amenites adicionales	Gorro de baño			
	Peinilla			
	Lustrador de zapatos			
	Kit dental			
	Costurero			
Bata de baño				
Zapatillas disponibles en la habitación Zapatillas disponibles en la habitación				
<b>SERVICIOS</b>				
Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.				
Servicio de lavandería propio o contratado.				
Servicio de limpieza en seco propio o contratado.				
Servicio de planchado	Propio o contratado.			
	Plancha a disposición del huésped.			

	Servicio propio o contratado y/o plancha a disposición del huésped.			
Servicio de alimentos y bebidas a la habitación	24 horas			
	16 horas			
	12 horas			
	Carta definida para este servicio en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés			
Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.				
Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.				
Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, conserjería as 24 horas.				
Servicio de botones, con atención en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.	24 horas			
	16 horas			
Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con:	Sistema de tratamiento de aguas residuales			
	Al menos pozo séptico			
Los nuevos establecimientos, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.				
Servicio médico para emergencias propio o contratado.				
Valet parking				
Servicio de transfer, propio o contratado (puerto o aeropuerto - establecimiento y viceversa).				
Cuenta con formas de pago que incluya tarjeta de crédito y/o débito, voucher.				
Circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días.				
Silla de ruedas disponible para uso del huésped.				
Servicio adicional a petición del huésped.	Cama extra			
	Cuna			
	Silla de bebé			
El establecimiento cuenta con un buzón se sugerencia u otro tipo de evaluación del servicio dirigido al				

cliente			
Existe un sistema de evaluación			
El establecimiento cuenta con certificaciones adicionales			

**Elaborado por:** Autora Zoila Cartuchi

**Validado Por:** Ing. María Fernanda Narváez

**Fecha Elaboración:** 02/11/2018

**Cuadro 54** Matriz de diagnóstico hostel Achik Wasi

DATOS GENERALES PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS						
3. DATOS GENERALES DEL HOTEL SAMANA WASI						
3.1. Ubicación						
Ciudad						
Parroquia						
Calles						
Nombre Gerente Hotel						
3.2. Representante de la Empresa						
Nº Cedula						
RUC						
Cargo						
3.3. Empresa Turística						
Razón social						
Tipo de empresa						
Misión / visión						
Creación						
Miembros de la empresa o accionistas						
Nº de empleadosv						
3.4. Servicios Turísticos						
Categoría						
Nº de plazas		Simple	Dobles	Triples	Matrimoniales	Suit
		Cumple	No cumple		Cumple	No cumple
Departamentos	Recepción			Cocina		
	RRHH			Lavandería		
	Marketing			Bodega		

	Reservas			Comprar			
	Consejería			Mantenimiento			
Alianzas convenios							
<b>4. REGLAMENTOS ENTIDAD TURISTICA</b>							
	Definición	Requisitos	Cumplimientos		Emisión o vigente		Observación
			Cumple	No cumple	F. emisión	F. final	
<b>4.1. L.U.A.F</b>	Licencia Única Anual de Funcionamiento.  Se debe presentar los permisos otorgados a la empresa y que son solicitados por el Municipio de Loja	Formulario nº 2 (llenar solicitud con la dirección exacta del negocio) Formulario de permiso de funcionamiento copia de la cédula de identidad Pago de patente municipal, activo totales y bomberos Documentos de salud de las personas que laboran en el local Permiso de Funcionamiento Del Cuerpo De Bomberos					
<b>4.2. R.U.C.</b>	<b>Definición</b>	<b>No cumple</b>	<b>No cumple</b>		<b>Observaciones</b>		
	Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI)						
<b>Factura</b> Documento que se entrega por la compra y la venta de un producto o servicio.	Pago del IVA 12 %						
	Pago de servicios 10%						
	<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>		<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>

<b>2.8. MUNICIPIO</b>	Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales	Contribución impuesta y cobrada por el municipio sobre el volumen de negocios (ingreso bruto) a toda empresa dedicada a la prestación de cualquier servicio, industria o negocio	El pago de un valor en dólares cada 12 meses sobre el ingreso bruto del establecimiento			
	Carnet de salud de todo el personal	Examen clínico de aptitud laboral, obligatoria, para que todo ciudadano/a ejerza su actividad laboral	Certificado otorgado por la dirección provincial de salud.			
	Permiso del cuerpo de bomberos	Sirven para dar fe que las instalaciones cumplen con todos los requisitos legales y reglamentarios orientados hacia la prevención de incendios	Plan de contingencia.			
			Señalética, no fumar			
			No fumar			
			Extintor			
			Salida de emergencia			
			Pago anual de permiso de funcionamiento contra incendios.			
	Registro generador de desechos sanitarios	Manejo adecuado de tipos de residuos	Basureros para residuos orgánicos			
			Basureros para residuos inorgánicos			

2.9. HIIDROCARBUROS Transporte de combustible otorgado por la Agencia de Regulación de Hidrocarburos	Variable		Cumple	No cumple	Observaciones
	Formulario brindado por el ARCH				
	Numero de Ruc				
	Cantidad y periodo de tiempo para carga				
	Permiso de transporte				
2.10. GESTION DE RIESGOS	Definición	Requisitos	Cumple	No cumple	Observaciones
	Plan de contingencia. Estructura estratégica y operativa que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas.	Botiquín de primeros auxilios			
		Megáfono			
		Lámparas de emergencia o internas.			
		Vías de evacuación señalizadas			
		Puertas de emergencia funcionales			
		Señalética.			
		Sistema de alarma/sirena/timbre/campana.			
		Zonas de seguridad			
		Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios).			
Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).					
2.11. ARCSA (agencia de registro sanitario)	Definición	Requisitos	Cumple	No cumple	Observaciones
	Las actividades de control consisten en la verificación de las condiciones sanitarias de hosterías, hoteles y restaurantes, para garantizar que mantengan la higiene adecuada en sus	Complimiento de la normativa sanitaria			
		Condiciones higiénicas dentro de las habitaciones			
		Baños			
		Habitaciones			
Manipulación de alimentos (restaurante)					

2.12. MINISTERIO DE TRABAJO						
Nº	Definición	Pagos		Emisión o vigente		Observaciones
		Cumple	No cumple	F. emisión	F. final	
Art. 97 y 105	Pagar el 15 % de utilidades a empleados hasta el 15 de Abril de cada año					
Art. 42	Uniformes para el personal, se debe suministrar uniformes anualmente para el personal de la empresa					
Art. 83,86, 87 y 96	Remuneración a empleados Pagar el último día del mes remuneraciones a empleados.					
Art. 42	Aportes seguro social empleados hasta el 15 de cada mes					
	Repartir 10 % de servicio, presentar la planilla de pago del mismo					
Art. 113	Décimo cuarta remuneración bonificación anual equivalente a una remuneración básica. Hasta el 15 de Agosto					
Art. 111	Décimo tercera remuneración o bono navideño pagar décimo tercer sueldo hasta el 24 de Diciembre de cada año.					
<b>2.13. GOBERNACIÓN</b>  Controles rutinarios por parte de la intendencia de policía	<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>	
	Según acuerdo ministerial 887 considera que los permisos de funcionamiento locales y establecimientos dentro de su categorización	Registro del establecimiento en la página de Ministerio del Interior.  Permiso de uso de suelo. ( municipio)				

		Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas.				
3.8. CONADIS (Consejo nacional para igualdad de capacidades)	<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
	Accesibilidad	Grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física o de sus facultades cognitivas, puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura.	Rampas para silla de ruedas.			
			Sistema braille.			
Personal capacitado	Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.	Porcentaje de personal capacitado.				
3.9. MINISTERIO DEL AMBIENTE.	<b>Definición</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cump</b>	<b>Observaciones</b>	
	Acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan los procesos productivos a través	Empresa eco eficiente.				
		Gestión de desechos				
		Consumo de agua.				
Manejo aguas						

	de cambios en la organización de los procesos y las actividades	residuales			
		Energía, (panel solar)			
		Gestión de compras responsables.			
		Gestión papel (facturación electrónica)			
		Eco transporte			
<b>4. REGLAMENTO ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE ALOJAMIENTO</b>					
<b>REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA</b>					
<b>INSTALACIONES GENERALES</b>					
		<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>	
Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento.					
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial.					
Señalética, salida de emergencia, entrada, salida.					
Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:	Cuartos de baño y aseo				
	Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)				
	Área de comedor.				
<b>ACCESOS</b>					
Una entrada principal de clientes y otra de servicio.					
Cuenta con rampas para silla de ruedas					
<b>ÁREAS DE CLIENTES</b>					

Áreas de clientes – General				
		Cumple	No cumple	Observaciones
Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.				
Habitaciones	Cuenta con cuarto de baño privado			
	Habitaciones compartidas con cuarto de baño privado.			
Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.				
Servicio telefónico	Nacional e internacional desde la recepción con transferencia de llamadas al teléfono en cada habitación.			
	Desde la habitación hacia la			
	recepción y viceversa.			
	Idioma español o inglés			
Seguridad	Caja fuerte en la habitación.			
	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.			
Área para fumadores				
Cerradura para puerta de acceso a la habitación.				
Almohada extra a petición del huésped.				

Portamaletas.				
Closet	Clóset o armario.			
	Clóset, armario o colgador de ropa.			
Escritorio o mesa.				
Silla, sillón o sofá.				
Luz de velador o cabecera en habitación.				
Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.				
<b>Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado</b>				
		<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado y/o compartido.	Agua caliente			
	Las 24 horas			
	Centralizada			
Juego de toallas por huésped	Cuerpo			
	Manos			
Espejos	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.			
	Espejo sobre el lavamanos.			
	Secador de cabello a solicitud del huésped.			
Amenities de limpieza	Champú			
	Jabón			
	Vaso por huésped			
	Papel higiénico de repuesto			
<b>SERVICIOS</b>				
		<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers.				

Cuenta con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.			
Cuenta (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.			
Cuenta con alcantarillado o pozo séptico			
El establecimiento cuenta con un buzón de sugerencia u otro tipo de evaluación del servicio dirigido al cliente			
Existe un sistema de evaluación			
El establecimiento cuenta con certificaciones			

**Elaborado por:** Autora Zoila Cartuchi

**Validado Por:** Ing. María Fernanda Narváez

**Fecha Elaboración:** 02/11/2018

### 11.3 Anexo N°3 Modelo de entrevistas aplicadas

#### ENCUESTA DIRIGIDA AL GERENTE DEL HOTEL

Estimado Sr. (a), la finalidad de la presente encuesta es obtener información primaria respecto al servicio prestado por el HOTEL SAMANA WASI, por lo que solicito a usted de la forma más respetuosa se digne brindar información, la misma que se utilizará para el desarrollo de la tesis previo a obtener el título de grado de Ingeniera en Administración Turística.

De antemano, agradecemos su colaboración.

- 1. Cómo está organizado el personal administrativo del hotel Samana Wasi?**

.....  
.....

- 2. Que herramientas de marketing utiliza usted para ofrecer los servicios del hotel?**

.....  
.....

- 3. Se siente satisfecho por el trabajo realizado por sus trabajadores?**

.....  
.....

- 4. Con que frecuencia se capacita al personal del hotel?**

.....  
.....

- 5. Ha pensado incrementar algún servicio adicional al hotel?**

.....

- 6. El hotel trabaja conjuntamente con otras empresas (Restaurantes/Agencia de viajes ), para brindar un mejor servicio a los clientes?**

.....

**7. porque cree que los clientes prefieren los servicios que presta su hotel?**

.....  
.....

**ENCUESTA DIRIGIDA AL GERENTE DEL HOSTAL ACHIK WASI**

Estimado Sr. (a), la finalidad de la presente encuesta es obtener información primaria respecto al servicio prestado por el HOSTAL ACHIK WASI, por lo que solicito a usted de la forma más respetuosa se digne brindar información, la misma que se utilizará para el desarrollo de la tesis previo a obtener el título de grado de Ingeniera en Administración Turística.

De antemano, agradecemos su colaboración.

**1. ¿Cómo está organizado el personal administrativo del hostel Achik Wasi?**

.....  
.....

**2. Que herramientas de marketing utiliza usted para ofrecer los servicios del hostel?**

.....  
.....

**3. Se siente satisfecho por el trabajo realizado por sus trabajadores?**

.....  
**Con que frecuencia se capacita al personal del hostel?**

.....  
.....

**4. Ha pensado incrementar algún servicio adicional al hostel?**

.....

**5. El hostel trabaja conjuntamente con otras empresas (Restaurantes/Agencia de viajes ), para brindar un mejor servicio a los clientes?**

.....

**6. porque cree que los clientes prefieren los servicios que presta su hostel?**

.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ENCUESTA DIRIGIDA AL RECEPCIONISTA DEL HOTEL SAMANA WASI**

Estimado Sr. (a), la finalidad de la presente encuesta es obtener información primaria respecto al servicio prestado por el HOTEL SAMANA WASI, por lo que solicito a usted de la forma más respetuosa se digne brindar información, la misma que se utilizará para el desarrollo de la tesis previo a obtener el título de grado de Ingeniera en Administración Turística.

De antemano, agradecemos su colaboración.

**1. Como se siente desarrollando las actividades en su puesto de trabajo?**

.....  
.....

**2. Recibe capacitación constante sobre su puesto de trabajo?**

.....  
.....

**3. Desde su punto de vista todos los clientes se sienten satisfechos con los servicios que presta el hotel?**

.....  
.....

**4. Que clientes y en que temporadas visitan el hotel?**

**5. ¿Considera usted que lo que gana (sueldo) compensa con su trabajo realizado?**

.....  
.....

**ENCUESTA DIRIGIDA AL RECEPCIONISTA DEL HOSTAL ACHIK  
WASI**

Estimado Sr. (a), la finalidad de la presente encuesta es obtener información primaria respecto al servicio prestado por el HOSTAL ACHIK WASI, por lo que solicito a usted de la forma más respetuosa se digne brindar información, la misma que se utilizará para el desarrollo de la tesis previo a obtener el título de grado de Ingeniera en Administración Turística.

De antemano, agradecemos su colaboración.

**7. Como se siente desarrollando las actividades en su puesto de trabajo?**

.....  
.....  
.....

**8. Recibe capacitación constante sobre su puesto de trabajo?**

.....  
.....

**9. Desde su punto de vista todos los clientes se sienten satisfechos con los servicios que presta el hostel?**

.....

**10. Que clientes y en que temporadas visitan el hostel?**

.....  
.....  
.....

**11. ¿Considera usted que lo que gana (sueldo) compensa con su trabajo realizado?**

.....

## 11.4 Anexo N°4 Modelo de encuestas aplicadas

### ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

**Cuadro 55** Modelo de encuestas aplicadas a los clientes del Hotel Samana Wasi y Hostal Achik Wasi con respecto al hospedaje.

**Estimado huésped.**

Agradecería que me regale unos minutos para contestar las siguientes preguntas que le formulo.

La siguiente encuesta tiene como objetivo:  
 Evaluar la calidad de servicio que ofrece los establecimientos de alojamiento: Achik Wasi, Samana Wasi, del cantón Saraguro.

Por lo que le solicitamos muy comedidamente, nos ayude con sus respuestas ante la presente encuesta, evaluando cada pregunta en una escala del **1 al 5, siendo:**

1. Totalmente desacuerdo
2. Moderadamente en desacuerdo
3. Imparcial
4. Moderadamente en acuerdo
5. Totalmente de acuerdo.

<b>Fiabilidad</b>					
1. Cuando promete hacer algo en cierto tiempo y lo debe cumplir	1	2	3	4	5
2. Los empleados concluyen el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
3. Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlos.	1	2	3	4	5
4. Los empleados cumplen su función al momento de la atención al cliente.	1	2	3	4	5
5. Como califica el ambiente dentro del establecimiento.	1	2	3	4	5
6. Considera usted que la ubicación del establecimiento es la adecuada.	1	2	3	4	5
7. Esta de acuerdo con los servicios adicionales que ofrecen en el establecimiento.	1	2	3	4	5
8. La empresa insisten en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5
<b>Sensibilidad.</b>					
9. Cuál fue su grado de satisfacción con la vista de la habitación	1	2	3	4	5
10. Cree que el clima es un impedimento para cumplir con las diferentes actividades.	1	2	3	4	5
11. Los empleados deben de estar dispuestos a ayudarlos.	1	2	3	4	5
12. Los precios son accesibles	1	2	3	4	5
13. Los precios y pagos son comunicadas a tiempo.	1	2	3	4	5
14. Considera como un valor añadido a la belleza del paisaje presente en el lugar.	1	2	3	4	5
15. El empleado esta siempre dispuesto a ayudar al huésped	1	2	3	4	5
16. Considera usted que el establecimientos tiene	1	2	3	4	5

competencia directa con otros establecimientos.					
17. Los empleados del hotel inspiran confianza al brindar el servicio	1	2	3	4	5
<b>Seguridad</b>					
18. Las instalaciones del hotel se muestran seguros.	1	2	3	4	5
19. Los empleados brindan confianza.	1	2	3	4	5
20. Los empleados cuidan el interés de los huéspedes	1	2	3	4	5
21. Considera que el cantón Saraguro es un lugar tranquilo, libre de delincuencia.	1	2	3	4	5
22. Los empleados tienen conocimiento para responder las dudas de los clientes.	1	2	3	4	5
<b>Empatía</b>					
23. La empresa de dar atención personalizada a los clientes.	1	2	3	4	5
24. La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal a cada uno de los clientes.	1	2	3	4	5
25. La empresa debe preocuparse por sus mejores intereses.	1	2	3	4	5
26. Los empleados dan a sus clientes atención personalizada.	1	2	3	4	5
27. La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5
<b>Elementos tangibles</b>					
28. Está satisfecho con la limpieza de las habitaciones y la limpieza general de las instalaciones.	1	2	3	4	5
29. La empresa debe tener equipos de aspectos modernos.	1	2	3	4	5
30. Está satisfecho con las instalaciones del bar/cafetería, restaurante.	1	2	3	4	5
31. El establecimiento tiene equipos de apariencia moderna.	1	2	3	4	5
32. Las instalaciones físicas de las empresas son visualmente atractivas	1	2	3	4	5
33. Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
34. Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5

**Si tiene algún comentario adicional que no le hayamos preguntado, por favor, escríbalo aquí**

.....

**Ocupación.....Lugar de procedencia. ....**

**Edad:.....Género:.....**

## ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

**Cuadro 56** Modelo de encuestas aplicadas al cliente del Hostal Achik Wasi respecto al servicio de Alimentación

<p><b>Estimado huésped.</b></p> <p>Agradecería que me regale unos minutos para contestar las siguientes preguntas que le formulo.</p> <p>La siguiente encuesta tiene como objetivo:          Evaluar la calidad de servicio que ofrece los establecimientos de alojamiento: Achik Wasi, Samana Wasi, del cantón Saraguro.</p> <p>Por lo que le solicitamos muy comedidamente, nos ayude con sus respuestas ante la presente encuesta, evaluando cada pregunta en una escala del <b>1 al 5, siendo:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Totalmente desacuerdo</li> <li>2. Moderadamente en desacuerdo</li> <li>3. Imparcial</li> <li>4. Moderadamente en desacuerdo</li> <li>5. Totalmente de acuerdo</li> </ol>					
<b>Fiabilidad</b>					
1. Cuando promete hacer algo en cierto tiempo y lo debe cumplir	1	2	3	4	5
2. Los empleados concluyen el servicio de alimentos en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
3. Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlos.	1	2	3	4	5
4. Los empleados cumplen su función al momento de la atención al cliente.	1	2	3	4	5
5. Como califica el ambiente dentro del restaurante.	1	2	3	4	5
6. Considera usted que la ubicación del establecimiento es la adecuada.	1	2	3	4	5
7. Esta de acuerdo con los servicios adicionales que ofrecen en el establecimiento.	1	2	3	4	5
8. La empresa insisten en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5
<b>Sensibilidad.</b>					
9. Cuál fue su grado de satisfacción con la alimentación (desayuno, almuerzo, cena)	1	2	3	4	5
10. Cree que el clima es un impedimento para cumplir con las diferentes actividades.	1	2	3	4	5
11. Los empleados deben de estar dispuestos a ayudarlos.	1	2	3	4	5
12. Los precios son accesibles en cuanto al menú.	1	2	3	4	5
13. Los precios y pagos son comunicadas a tiempo.	1	2	3	4	5
14. Considera como un valor añadido a la belleza del paisaje presente en el lugar.	1	2	3	4	5
15. El empleado esta siempre dispuesto a ayudar al huésped	1	2	3	4	5
16. Considera usted que el establecimientos tiene competencia directa con otros establecimientos.	1	2	3	4	5
17. Los empleados del hotel inspiran confianza al brindar el servicio de alimentos.	1	2	3	4	5
<b>Seguridad</b>					
18. Las instalaciones del hotel se muestran seguros.	1	2	3	4	5
19. Los empleados brindan confianza.	1	2	3	4	5

20. Los empleados cuidan el interés de los huéspedes	1	2	3	4	5
21. Considera que el cantón Saraguro es un lugar tranquilo, libre de delincuencia.	1	2	3	4	5
22. Los empleados tienen conocimiento para responder las dudas de los clientes.	1	2	3	4	5
<b>Empatía</b>					
23. La empresa de dar atención personalizada a los clientes.	1	2	3	4	5
24. La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal a cada uno de los clientes.	1	2	3	4	5
25. La empresa debe preocuparse por sus mejores intereses.	1	2	3	4	5
26. Los empleados dan a sus clientes atención personalizada, alimentación a la habitación.	1	2	3	4	5
27. La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes, sobre promociones, festividades entre otros.	1	2	3	4	5
<b>Elementos tangibles</b>					
28. Está satisfecho con la limpieza del restaurante, mantelería, cristalería y cubiertos.	1	2	3	4	5
29. La empresa debe tener equipos de aspectos modernos.	1	2	3	4	5
30. Está satisfecho con las instalaciones del bar/cafetería, restaurante.	1	2	3	4	5
31. Está satisfecho con el servicio brindado dentro de la- Cafetería o restaurante.	1	2	3	4	5
32. Las instalaciones físicas de las empresas son visualmente atractivas	1	2	3	4	5
33. Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
34. Considera que el personal de servicio de alimentación realiza su función adecuadamente.	1	2	3	4	5

**Si tiene algún comentario adicional que no le hayamos preguntado, por favor, escríbalo aquí**

.....

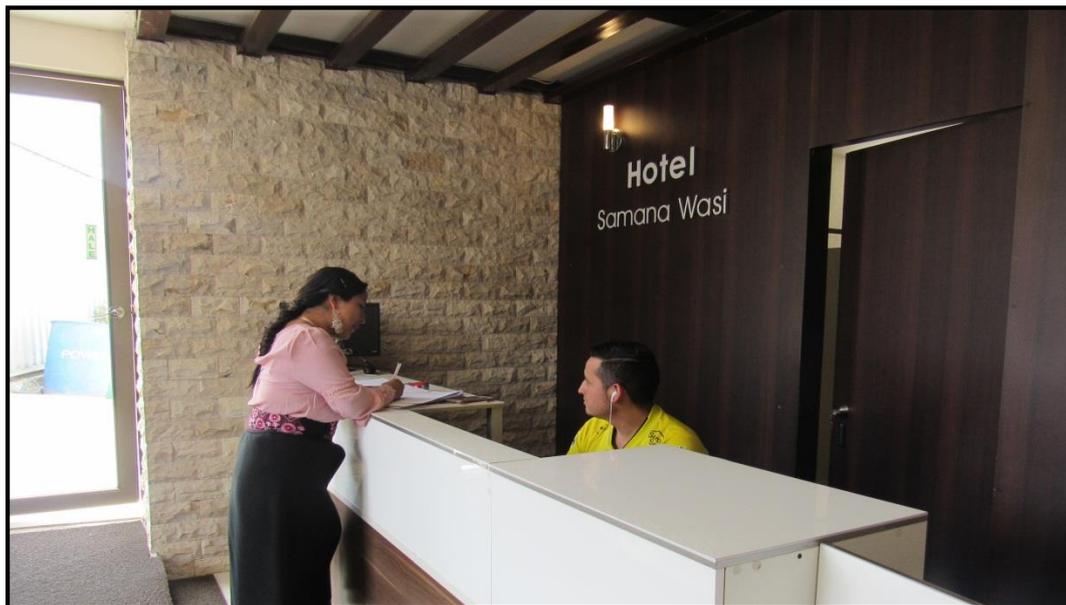
**Ocupación**.....

**Lugar de procedencia**.....

**Edad:**.....**Género:**.....

## 11.5 Anexo N°5 Fotografías de trabajo de campo

Figura 19 Anexo fotográfico, Entrevistas al personal Hotel Samana Wasi



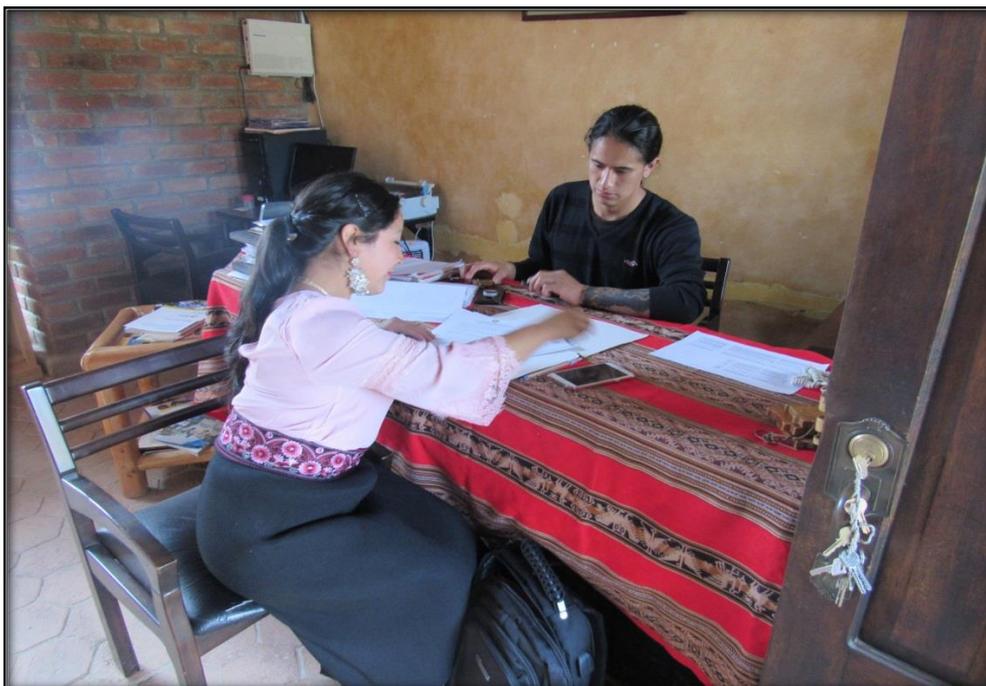
Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

Figura 20 Entrevistas al personal Hotel Samana Wasi



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila

**Figura 21 Entrevista al recepcionista del Hostal Achik Wasi**



**Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila**

**Figura 22 Entrevista al recepcionista del hostel Achik Wasi**



**Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila**

**Figura 23 Encuestas a los clientes del Hotel Samana Wasi**



**Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila**

**Figura 24 Encuestas a los clientes del Hostal Achik Wasi**



**Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Cartuchi Zoila**

## INDICE

CARATULA .....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIA .....	iii
CARTA DE SUTORIZACION DE TESIS.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
1 TITULO .....	1
2 RESUMEN .....	2
3 INTRODUCCIÓN .....	6
4 REVISIÓN LITERARIA.....	9
4.1 Marco teórico .....	9
4.1.1 Ley de turismo .....	9
4.1.2 Actividades Turísticas y clasificación.....	10
4.1.3 Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico.....	11
4.1.4 Tipos de alojamientos .....	11
4.1.5 Reglamento de Alojamiento Turístico del Ministerio de Turismo (MINTUR) .....	15
4.1.6 Derecho y Obligaciones del establecimiento Turístico .....	15
4.1.7 Calidad.....	16
4.1.8 Calidad en establecimientos hoteleros .....	16
4.1.9 Calidad de servicios Turísticos.....	16
4.1.10 Objetivos de calidad.....	17
4.1.11 Cliente.....	18
4.1.12 Establecimientos de hospedaje.....	18
4.1.13 Metodología SERVQUAL.....	19
4.1.14 Dimensiones .....	19
4.1.15 Cuestionario.....	20
4.1.16 Esquema del modelo Servqual.....	21
4.1.17 Importancia del modelo Servqual .....	23
4.1.18 Los Sistemas de Gestión de Calidad.....	23

4.1.19	Matriz de estrategias, Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)	24
4.1.20	Estrategias	25
4.2	Marco Referencial	26
4.2.1	Ubicación Geográfica	26
4.2.2	División política	27
4.2.3	Población	28
5	MATERIALES Y METODOS	29
5.1	Ubicación del área de estudio	29
5.2	Materiales y equipos	30
5.3	Métodos	30
5.4	Metodología para el primer objetivo	30
5.4.1	Diseño de la matriz de diagnostico	30
5.4.2	Aplicación de entrevistas	30
5.4.3	Observación directa	30
5.4.4	FODA interna	30
5.5	Metodología para el segundo objetivo	31
5.5.1	Calculo de la muestra	31
5.5.2	Encuesta	32
5.5.3	Tabulación utilizando la escala Likert	32
5.5.4	Datos estadísticos	33
5.5.5	Análisis de los datos	33
5.5.6	FODA externo A/O (amenazas y Oportunidades)	33
5.5.7	FODA CRUZADO	33
5.6	Metodología para el tercer objetivo	34
5.6.1	Estrategias propuestas	34
5.6.2	Desarrollo de las estrategias	34
5.6.3	Diseño de estrategias	34
6	RESULTADOS	36
6.1	Resultados para el primer objetivo	36

6.1.1	Datos generales hotel Samana Wasi. ....	36
6.1.2	Datos generales hostel Achik Wasi .....	40
6.1.3	Resultados de la entrevista aplicada. ....	44
6.1.4	Análisis de FODA (Factor Interno) .....	46
6.2	Resultados para el segundo objetivo.....	48
	“Evaluar la calidad de servicio que ofrecen los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi, Achik Wasi, del cantón Saraguro” .....	48
6.2.1	Resultados de la aplicación de la encuesta.....	48
6.2.2	Análisis e interpretación de datos.....	57
6.2.3	Análisis e interpretaciones resultados .....	73
6.2.4	Análisis de factor externo .....	73
6.2.5	Matriz de estrategias hotel Samana Wasi .....	75
6.2.6	Matriz de estrategias hostel Achik Wasi .....	76
6.3	Elaboración de estrategias para el mejoramiento de la calidad de servicios de los establecimientos de alojamiento: Samana Wasi, Achik Wasi del cantón Saraguro.....	79
6.3.1	Primer objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi .....	80
6.3.2	Segundo objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi.....	83
6.3.3	Tercer objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi.....	88
6.3.4	Cuarto objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi .....	93
6.3.5	Quinto Objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi.....	95
6.3.6	Primer objetivo estratégico para el hostel Achik Wasi .....	101
6.3.7	Segundo objetivo estratégico para el Hostel Achik Wasi.....	103
6.3.8	Tercer objetivo estratégico. ....	108
6.3.9	Cuarto objetivo estratégico.....	110
7	DISCUSIÓN .....	116
8	CONCLUSIONES.....	121
9	RECOMENDACIONES .....	123
10	BIBLIOGRAFÍA: .....	124
11	ANEXOS .....	133
11.1	Anexo N°1 Anteproyecto de tesis .....	133
11.2	Anexo N° 2 Matriz de diagnóstico.....	146

11.3 Anexo N°3 Modelo de entrevistas aplicadas.....	169
11.4 Anexo N°4 Modelo de encuestas aplicadas.....	173
11.5 Anexo N°5 Fotografías de trabajo de campo .....	177
12 INDICE .....	180

<i>Cuadro 1</i> Coordenadas UTM. ....	26
<i>Cuadro 2.</i> Datos generales del Cantón Saraguro. ....	28
<i>Cuadro 3.</i> Población del Cantón Saraguro.....	28
<i>Cuadro 4</i> Escala de la encuesta .....	33
<i>Cuadro 5</i> Formato de objetivos .....	34
<i>Cuadro 6</i> Datos generales y ubicación del hotel.....	36
<i>Cuadro 7.</i> Cumplimiento de los requisitos del MINTUR hotel samana Wasi.....	36
<i>Cuadro 8</i> Requisitos instalaciones generales del hotel samana Wasi .....	39
<i>Cuadro 9</i> Datos generales y ubicación del hostel .....	40
<i>Cuadro 10</i> Cumplimiento de requisitos del MINTUR.....	41
<i>Cuadro 11</i> Requisitos instalaciones generales del hostel Achik Wasi .....	43
<i>Cuadro 12</i> Entrevista aplicada al gerente Hotel Samana Wasi.....	44
<i>Cuadro 13</i> Entrevista aplicada a los empleados del hotel.....	45
<i>Cuadro 14</i> Entrevista aplicada al gerente hostel Achik Wasi .....	45
<i>Cuadro 15</i> Entrevista aplicada a los empleados del hostel Achik wasi .....	46
<i>Cuadro 16</i> Análisis FODA del hotel Samana Wasi. ....	47
<i>Cuadro 17</i> Análisis FODA del hostel Achik Wasi .....	47
<i>Cuadro 18</i> Frecuencia por preguntas hotel Samana Wasi.....	49
<i>Cuadro 19</i> Frecuencia por preguntas hostel Achik Wasi .....	51
<i>Cuadro 20</i> frecuencia con promedio o media esperada por pregunta Hotel Samana Wasi .....	53
<i>Cuadro 21</i> frecuencia con promedio o media esperada por pregunta hostel Achik Wasi .....	55
<i>Cuadro 22</i> Dimensión de fiabilidad del hotel Samana Wasi.....	57
<i>Cuadro 23</i> Dimensión de sensibilidad del hotel Samana Wasi .....	59
<i>Cuadro 24</i> Dimensión de seguridad hotel Samana Wasi.....	60
<i>Cuadro 25</i> Dimensión de empatía.....	62
<i>Cuadro 26</i> Dimensión elementos tangibles hotel Samana Wasi.....	63
<i>Cuadro 27</i> Dimensión de fiabilidad hostel Achik Wasi .....	65
<i>Cuadro 28</i> Dimensión seguridad hostel Achik Wasi.....	68
<i>Cuadro 29</i> Dimensión de Empatía Hostel Achik Wasi .....	69
<i>Cuadro 30</i> Dimensión de Elementos tangibles Hostel Achik Wasi.....	70
<i>Cuadro 31</i> Dimensiones del hotel Samana Wasi.....	71
<i>Cuadro 32</i> Dimensiones del hostel Achik Wasi.....	72
<i>Cuadro 33</i> Factor externo FODA, hotel Samana Wasi .....	74
<i>Cuadro 34</i> Factor externo FODA, hostel Achik Wasi .....	74
<i>Cuadro 35</i> Matriz de estrategias del Hotel Samana Wasi.....	75
<i>Cuadro 36</i> Matriz de estrategias del Hostel Achik Wasi.....	77
<i>Cuadro 37</i> Plan de capacitaciones para el hotel Samana Wasi.....	80
<i>Cuadro 38</i> Desarrollo del plan estratégico capacitación .....	81

<i>Cuadro 39 Presupuesto del plan de capacitaciones para el hotel Samana Wasi</i> .....	82
<i>Cuadro 40 Desarrollo del plan estratégico implementación de un manual de funciones para una gestión más eficiente</i> .....	83
<i>Cuadro 41 Desarrollo del cuarto objetivo manual de funciones</i> .....	84
<i>Cuadro 42 Implementación de buenas prácticas ambientales</i> .....	88
<i>Cuadro 43 Implementación de buenas prácticas ambientales</i> .....	89
<i>Cuadro 44 Implementar servicios adicionales como el de restauración</i> .....	93
<i>Cuadro 45 Desarrollo de la estrategia para el hotel Samana wasi</i> .....	95
<i>Cuadro 46 Desarrollo del quinto objetivo Diseño de habitaciones para personas con discapacidad del hotel Samana Wasi</i> .....	96
<i>Cuadro 47 Establecer servicios con valor añadido.(servicio incluido de Guianza)</i> .....	101
<i>Cuadro 48 Implementación de buenas prácticas ambientales</i> .....	103
<i>Cuadro 49 Implementación de buenas prácticas ambientales</i> .....	104
<i>Cuadro 50 Creación de un buzón de sugerencias para el hostel Achik Wasi</i> .....	108
<i>Cuadro 51 Desarrollo de la estrategia para el hostel Achik Wasi</i> .....	110
<i>Cuadro 52 Desarrollo del cuarto objetivo para el Hostel Achik Wasi</i> .....	111
<i>Cuadro 54 anexo matriz de diagnóstico Hotel Samana Wasi</i> .....	146
<i>Cuadro 55 Matriz de diagnóstico hostel Achik Wasi</i> .....	159
<i>Cuadro 56 Modelo de encuestas aplicadas a los clientes del Hotel Samana Wasi y Hostel Achik Wasi con respecto al hospedaje</i> .....	173
<i>Cuadro 57 Modelo de encuestas aplicadas al cliente del Hostel Achik Wasi respecto al servicio de Alimentación</i> .....	175

<i>Figura 1 División política, administrativa del Cantón Saraguro</i> .....	27
<i>Figura 2 Escala de resultados obtenidos dimensión fiabilidad</i> .....	58
<i>Figura 3 Escala de resultados obtenidos dimensión sensibilidad</i> .....	60
<i>Figura 4 Escala de resultados obtenidos dimensión seguridad</i> .....	61
<i>Figura 5 Escala de resultados obtenidos dimensión empatía</i> .....	62
<i>Figura 6 Escala de resultados obtenidos dimensión elementos tangibles</i> .....	64
<i>Figura 7 Escala de resultados obtenidos dimensión Facilidad</i> .....	66
<i>Figura 8 Dimensión sensibilidad hostel Achik wasi</i> .....	67
<i>Figura 9 Escala de resultados dimensión sensibilidad</i> .....	67
<i>Figura 10 Escala de resultados obtenidos dimensión seguridad</i> .....	68
<i>Figura 11 Escala de resultados obtenidos dimensión empatía</i> .....	70
<i>Figura 12 Escala de resultados obtenidos dimensión elementos tangibles</i> .....	71
<i>Figura 13 Análisis general de Dimensiones hotel Samana Wasi</i> .....	72
<i>Figura 14 Análisis general de Dimensiones hostel Achik Wasi</i> .....	73
<i>Figura 16 Desarrollo del tercer objetivo estratégico para el hotel Samana Wasi</i> .....	94
<i>Figura 17 Desarrollo del segundo objetivo hostel Achik wasi</i> .....	102
<i>Figura 18 Desarrollo del objetivo 2 para el hostel</i> .....	109
<i>Figura 19 Desarrollo del segundo objetivo creación de un buzón de sugerencias</i> .....	109
<i>Figura 22 Anexo fotográfico, Entrevistas al personal Hotel Samana Wasi</i> .....	177
<i>Figura 23 Entrevistas al personal Hotel Samana Wasi</i> .....	177
<i>Figura 24 Entrevista al recepcionista del Hostel Achik Wasi</i> .....	178
<i>Figura 25 Entrevista al recepcionista del hostel Achik Wasi</i> .....	178
<i>Figura 26 Encuestas a los clientes del Hotel Samana Wasi</i> .....	179
<i>Figura 27 Encuestas a los clientes del Hostel Achik Wasi</i> .....	179