UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JÚRIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TIITULO:

"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS HOSTALES DE SEGUNDA CATEGORÍA EN EL CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA"

Tesis previa a obtener el grado de Ingeniera en Administración Turística.

AUTORA:

Tania Karolina Campoverde Campoverde

DIRECTORA:

Lic. Mónica Alexandra Maza Ortega. Mg.Sc.

LOJA-ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS

Licenciada.
Mónica Alexandra Maza Ortega Mg. Sc.
DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo de tesis titulado "**ANALISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS HOSTALES DE SEGUNDA CATEGORIA EN EL CANTON MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA**" de la autoría de la **Señorita Tania Karolina Campoverde Campoverde,** 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, 10 de Julio de 2019.

.....
Lic. Mónica Alexandra Maza Ortega Mg. Sc.
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Tania Karolina Campoverde Campoverde 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: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Firma

CÉDULA: 1104181449

Fecha: Loja, Agosto de 2019

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

Yo, Tania Karolina Campoverde Campoverde, declaro ser el autor de la tesis titulada: **"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS HOSTALES DE SEGUNDA CATEGORIA EN EL CANTÓN MACARÁ, 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, 14 días del mes de Agosto de dos mil diecinueve. Firma la autora

Firma:
Autora: Tania Karolina Campoverde Campoverde
Cédula: 1104181449
Dirección: Ciudadela Julio Ordoñez
Correo electrónico: tkcampoverdec@unl.edu.ec
Teléfono: 072547648 - 072547648

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora de tesis: Lic. Mónica Alexandra Maza Ortega, Mg. Sc.

Tribunal de grado:

Ing. María Luisa Díaz López Mg. Sc.	Presidenta del Tribunal
Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz Mg. Sc.	Vocal del Tribunal
Dr. Eduardo José Martínez Martínez	Vocal del Tribunal

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación.

A mi madre por ser el pilar fundamental de nuestro hogar, esta tesis es un logro más que llevo a cabo, y sin lugar a dudas ha sido en gran parte gracias a ti; no sé en donde me encontraría de no ser por tus ayudas, tu compañía, y tu amor sin importar la distancia.

A mi Padre que aunque físicamente ya no estás conmigo sé que me acompañas y guías y que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

A mis hermanos Xavier y Grace que con su amor me han enseñado a salir adelante gracias por su paciencia, gracias por preocuparse por su hermana menor y sobre todo gracias por acompañarme en este proceso de estudio.

A mi Novio por tu apoyo, tu amor por tenerme tanta paciencia y estar a mi lado en todo momento.

A mis amigos con quienes compartí conocimientos, alegrías y tristezas, gracias por ser parte de esta gran experiencia.

A mi amiga Ximena por ser mi mano derecha todo este tiempo, por echarme la mano cuando más lo necesité.

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica Social y Administrativa; a la Carrera de Administración Turística, ya que en sus aulas universitarias me pude formar académicamente y de esta manera terminar un peldaño más de mi vida.

Así como también a todos los Docentes y Directivos quienes me impartieron sus conocimientos durante toda la trayectoria universitaria. Dejo constancia mi agradecimiento a la Lic. Mónica Maza Directora de Tesis quien con sus conocimientos profesionales supo guiarme de mejor forma para culminar el presente trabajo de tesis.

Agradezco también a los Ing. Maruxi Loarte, Jhohana Larrea y Rubén Román quienes no escatimaron días ni esfuerzos para lograr la culminación de este trabajo.

Por último expreso mi agradecimiento a quienes conforman el Hostal los Arrozales y el Hostal Tierra Verde, por la información otorgada, permitiéndome de esta manera el desarrollo de la presente tesis. Y mi eterno agradecimiento a todas aquellas personas que dieron su aporte en la realización de mi trabajo de tesis

1. TITULO

´´ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS HOSTALES DE SEGUNDA CATEGORÍA EN EL CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA´´.

2. RESUMEN

En la presente investigación se tiene como **Objetivo general:** Analizar la calidad del servicio de los Hostales Residencia en el Cantón Macará de la Provincia de Loja, para lo cual fue necesario la aplicación de objetivos específicos tales como: **Primer Objetivo.-** Diagnosticar la situación actual de los hostales de segunda categoría del cantón Macará, esto sirvió para realizar el análisis interno y externo de los lugares de estudio, para ello se aplicó una matriz basada en los lineamientos de instituciones reguladoras en los establecimientos turísticos del Ecuador, como: Ministerio de Turismo, Ministerio de Trabajo, Ministerio del Ambiente, Intendencia de Policía, CONADIS; ARCSA, ARCH, Municipalidad de Macará. Además se realizó entrevistas a actores claves de los hostales. **Segundo Objetivo.-** Evaluar la calidad del servicio que ofrecen los hostales de segunda categoría del cantón Macará; se empleó la evaluación de la calidad del servicio que consiste en aplicar encuestas basadas en el método Servqual con la que se identificó el índice de calidad de los establecimientos y las necesidades insatisfechas de los usuarios en base a expectativas y percepciones a través de cinco dimensiones las cuales son: Fiabilidad, Elementos Tangibles, Seguridad, Empatía, Capacidad de Respuesta. Para la aplicación del **Tercer objetivo:** Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de los hostales de segunda categoría del cantón Macará; que se llevó a cabo en base a los resultados obtenidos del primero y segundo objetivo con las que se pretende disminuir a la demanda insatisfecha

Finalmente se seleccionó como sujetos de investigación a: Gerentes, colaboradores y clientes. Ya que día a día la industria hotelera se esfuerza por ofrecer productos competitivos y servicios de calidad y así cumplir con las expectativas de los clientes.

De los resultados obtenidos se concluye que los hostales cumplen con los permisos que determina el MINTUR, leyes y reglamentos, para su funcionamiento como estrategia se estableció crear un manual de funciones para cada área de trabajo, lo cual si bien es cierto no limitaría las actividades de los establecimientos pero se está omitiendo el principio de generalidad y legalidad de las disposiciones reglamentarias, la calidad de servicios ofrecida por los hostales de segunda categoría del cantón Macará es de 48.5% de satisfacción de los clientes de los establecimientos en los cuales se realizó la investigación.

SUMMARY

Tourism is a multidisciplinary phenomenon, where the appearance of alternative tourist destinations, in a moment of crisis like the current one, makes it more necessary for economic agents to have adequate analysis tools to analyze the quality of service. Quality of service is a key aspect to achieve success in a sector as competitive as the hotel industry.

The main objective of the present research is to analyze the quality of the services provided by the second category hostels of the Macará district, for which the application of specific objectives such as: First Objective.- To diagnose the current situation of the second category hostels in the Macará canton, this served to perform the internal and external analysis of the study sites, for which a matrix was applied based on the guidelines of regulatory institutions in the tourist establishments of Ecuador, perhaps as: Ministry of Tourism , Ministry of Labor, Ministry of the Environment, Police Intendancy, CONADIS; ARCSA, ARCH, Municipality of Macará. Second Objective.- To evaluate the quality of the service offered by the second category hostels of the Macará canton; the evaluation of the service quality was used through the Servqual method with which the index of quality was identified and the unmet needs of the users based on expectations and perceptions through five dimensions which are: Reliability, Tangible Elements , Security, Empathy, Response Capacity.
For the application of the Third Objective: propose strategies for the improvement of the service quality of the second category hostels of the Macará canton; which was carried out based on the results obtained from the first and second objectives with which it is intended to reduce the unmet demand For the application of objectives used different research methods such as: analytical, synthetic, deductive, descriptive, inductive, in addition to the SERVQUAL model, and techniques such as direct observation, survey and interview, to carry out the fulfillment of specific objectives The purpose of this work is to carry out a study about the quality of the service provided by the second category hostels of the Macará canton. Therefore, the following were selected as research subjects: Managers, collaborators and clients. Since day by day the hotel industry strives to offer competitive products and quality services and thus meet the expectations of customers. From the results obtained, it is concluded that the quality of services offered by the second category hostels in the Macará canton is 44.75% obtained with an average of the hostels that opened for the development of the research.

3. INTRODUCCIÓN

Los artículos académicos justifican el estudio de la calidad a partir de diferentes puntos de vista. (Aguilo, 1996, pág. 13) Indica que las tendencias que caracterizan el desarrollo del sector turístico y hotelero, con cambios en la intensidad y distribución de los flujos turísticos, han cambiado el entorno y la forma de competir. Este escenario obliga a las empresas del sector turístico a reenfocar su estrategia competitiva del mercado, pasando de una centrada en precios a otra enfocada a la obtención de elementos de diferenciación (Serrano, 2015, pág. 25) Este escenario implica que la competitividad del establecimiento hotelero, debe focalizarse en la mejora del servicio mediante una mejor calidad de servicio y la búsqueda de elementos diferenciadores. La búsqueda de una mayor competitividad hace que la calidad se convierta en un aspecto clave para la industria hotelera (Alegsa, 2011, pág. 15)

“La gestión de la calidad en el servicio, afecta directamente al proceso de alojamiento y a la experiencia vivida dentro del hotel, ya que se conoce como la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes”. (International Hotel consulting services, 2019, pág. 33)

La importancia de ofrecer un servicio de calidad ha sido motivo de estudio de muchos investigadores, y de ellos se ha derivado el interés por desarrollar modelos que permitan su compleja medición. Uno de los modelos que ha tomado gran importancia en los últimos años, especialmente en Estados Unidos, es desarrollado por el modelo SERVQUAL. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1998)

Los Hostales de segunda categoría que prestan servicios de alojamiento, el mercado en el que se desenvuelven es muy competitivo, se ve influenciado en los cambios de los hábitos y las costumbres de los clientes, aspectos que deben considerar los administradores para ser más eficientes al momento de brindar los servicios. (Morales, 2012, pág. 5)

Los establecimientos hoteleros del Cantón Macará, operan empíricamente o por simple imitación de la competencia, y esto se refleja en la falta de reglamento interno, rapidez en el servicio, etiqueta, así mismo deficiencias en el protocolo del trabajador hacía el cliente provocando la inconformidad del usuario teniendo como consecuencia la búsqueda de otros alojamientos por parte de los usuarios o prefieran no pernoctar en el lugar para recibir un mejor servicio; y también se manifiesta que no existe una promoción adecuada de los establecimientos al turista debido a la falta de estrategias dirigidas al mismo.

Por eso este trabajo está orientado a diseñar y proponer estrategias con el fin de mejorar la calidad del servicio brindado por el Hostal los Arrozales y el Hostal Terra Verde para lo cual en el **Primer Objetivo** se realiza un diagnóstico de las empresas mediante una matriz en base a los lineamientos de instituciones reguladoras en establecimientos turísticos del País, y entrevistas realizadas a directivos y trabajadores de los establecimientos se identifica las fortalezas y debilidades de los establecimientos y sale a relucir parte del problema.

Segundo Objetivo: se evalúa la calidad del servicio a los clientes en base el modelo SERVQUAL a través de las expectativas y percepciones de los usuarios, estos resultados se agrupan por dimensión para poder determinar el grado de calidad de los hostales de segunda categoría del cantón Macará.

Tercer Objetivo: de los resultados obtenidos de las encuestas y de haber realizado el análisis interno y externo de cada uno de los establecimientos, se proponen estrategias para mejorar la calidad del servicio.

Durante el proceso de la investigación los alcances conseguidos es la medición de la calidad de los hostales investigados, de segunda categoría del cantón Macará, con un 44,75% de calidad. A demás se determina la viabilidad del proyecto expuesto, sus ventajas por la implementación de las estrategias sugeridas y el monto de inversión.

Dentro de las limitaciones esta la falta de predisposición por parte de los gerentes propietarios de los demás hostales de segunda categoría del cantón Macará por lo que provoca una deficiencia en la determinación de la calidad, otra limitación en esta investigación fue la desactualización del catastro ya que algunos hostales que cuentan en el mismo ya no laboran actualmente como hostales ya que unos casos se han convertido en casa de arrendamiento

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Marco conceptual

4.1.1. Marco Legal

Patente Municipal

La Patente Municipal es una contribución impuesta y cobrada por el Municipio sobre el Volumen de Negocios (ingreso bruto) a toda persona dedicada a la prestación de cualquier servicio, industria o negocio. (Perez M. , 2014)

Requisitos para sacar la patente:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
- Si el trámite lo realiza una tercera persona:
- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal. (Perez M. , 2014)

Registro único de contribuyentes (RUC)

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria.

Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos. (contribuyentes, 2018)

Requisitos para obtener el RUC:

Personas Naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Sociedades

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención

Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. (contribuyentes, 2018)

Certificado del medio ambiente

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente. (MAE, 2018)

Licencia anual de funcionamiento

Para obtener la licencia anual de funcionamiento que la otorga el ministerio de Turismo se necesita cumplir con los siguientes requerimientos:

- **Permiso sanitario.**

El registro sanitario es un documento que autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar e importar un producto destinado al consumo humano. No tener los certificados que corroboran que tus alimentos y/o bebidas son inocuos puede hacerte perder grandes oportunidades de negocio. (Arcsa, 2014)

Requisitos para obtener el permiso Sanitario:

- Debe de contar con todos los documentos legales como del SRI, LUAF, PERMISOS AMBIENTALES, PERMISO DE USO DEL SUELO.
- Poseer una firma electrónica con RUC
- Acercarse al representante del ARCSA más cercano de su localidad.
- en caso de necesitar permisos especiales o dificultades con la documentación solicitada por el ARCSA debe de contratar a una empresa

de consultora especializada en obtención de registro sanitario. (Arcsa, 2014)

- **Permiso de Bomberos**

Previamente a la iniciación de una empresa legal se deben de tramitar diferentes procesos, documentos que nos permiten autenticar nuestra empresa y así mismo poder hacer su apertura.

El certificado de cuerpo de bomberos, como solemos llamar, no es más que un título otorgado al poseedor, el cual permite constatar a la empresa como segura, con requisitos mínimos de seguridad según el acuerdo 38 de 1990.

Para la obtención del permiso de bomberos se necesita lo siguiente:

- Copia del RUC O RISE.
- Copia del Registro Municipal Obligatorio actualizado
- Factura de la compra de un extintor de 10lb o el extintor físico.
- Copia del predio urbano o rural 2016 o 2017 donde se encuentra el local.
- Visto bueno de la inspección (realizada por el inspector asignado). (Quito, 2014).

Certificados de salud empleados

El certificado médico es un testimonio escrito acerca del estado de salud actual de un paciente, que el profesional extiende a su solicitud o a la de sus familiares, luego de la debida constatación del mismo a través de la asistencia, examen o reconocimiento.

Existen dos clases de certificado: los obligatorios por ley, entre los que podemos encontrar los de defunción, nacimiento, etcétera, y los simples, que son los que habitualmente se redactan en el consultorio.

El Ministerio de Salud Pública, para otorgar los certificados de salud exige unos exámenes para verificar la salud del individuo; los exámenes que debe someterse son los siguientes:

- Biometría Hemática
- Coproparasitario
- EMO (Elemental y microscópico de orina)
- Exámenes de Glucosa
- Exámenes de colesterol
- Exámenes de triglicéridos
- Exámenes de Ácido Úrico (Anibal, 2015)

Ministerio del trabajo

El Ministerio de Trabajo, es la institución estatal encargada de velar y promover el cumplimiento eficiente y eficaz de la legislación, políticas y programas relativos al trabajo y la previsión social, en beneficio de la sociedad y busca ser un Ministerio que promueva la cultura de respeto a la legislación laboral y el bienestar de la sociedad. Para la obtención de un certificado que constaté que la persona no tenga impedimento para laborar se obtiene en línea en la página del ministerio del trabajo con su número de cedula y sus datos personales. (Ministerio del Trabajo, 2016)

4.1.2. La Calidad

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de calidad. (Pesantes, 2017)

Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos

utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc. (Carrasco, 2014)

Se puede decir que la calidad es algo que va implicado en los genes de la humanidad, es la capacidad que tiene el ser humano por hacer bien las cosas. (Calidad segunda edicion, 2010)

La calidad se entiende como la satisfacción del cliente por un servicio ofrecido.

4.1.3. La Calidad del servicio y satisfacción del cliente

4.1.3.1. ¿Qué es la calidad del servicio?

La calidad del servicio puede definirse como el resultado de la evaluación de cumplimiento que realiza el consumidor.

Es decir si dicho servicio cumple con los fines que tiene previsto, a sabiendas que puede verse modificado en nuevas transacciones por las futuras experiencias del consumidor.

A esto se le conoce como evaluación actitudinal del servicio.

Por ello, la calidad del servicio la define el cliente, no el director de marketing, los colaboradores u otros allegados.

Es el cliente que decide si el servicio es de calidad o no partiendo de sus expectativas y el grado de cumplimiento de estas. (Melara, 2018)

4.1.3.2. ¿Qué es la satisfacción del cliente?

La satisfacción del cliente se ve determinada por lo que el cliente tuvo que ceder o sacrificar (dinero, tiempo, etc.) a cambio del servicio.

La satisfacción entonces se vuelve una respuesta emocional del consumidor derivada de la comparación de las recompensas (percepción de la calidad del servicio, percepción de los tangibles en el servicio, etc.) y costos con relación a las expectativas. (Melara, 2018)

Calidad de servicio y satisfacción del cliente, su relación

Así, la percepción de la calidad del servicio es un componente más que repercute en la satisfacción del cliente.

La calidad en el servicio prestado se enfoca prácticamente en las dimensiones del servicio.

La satisfacción, en cambio, es un concepto más amplio que no solo se ve afectado por las recompensas, sino también por factores personales y situacionales que escapan del control del prestador del servicio. (Melara, 2018)

4.1.4. Tipos de clientes

Un buen vendedor debe conocer a la perfección los tipos de clientes que existen y sus características.

El profesional de la venta no realiza nunca una presentación hasta que ha cualificado meticulosamente a la persona o empresa a la que se dirige. No pierde el tiempo realizando presentaciones a candidatos no cualificados. Hacer lo contrario es lo más descorazonador que existe.

El primer paso de un buen vendedor es conocer y establecer una clasificación de los clientes (Dows, 2016)

4.1.4.1. Cliente interno

Cuando hablamos de cliente interno nos referimos a aquellos que intervienen en el desarrollo de nuestro producto o servicio. Son nuestros empleados, colaboradores y proveedores". (Dows, 2016)

4.1.4.2. Cliente externo

"Los clientes externos son aquellos que pagan por obtener los bienes o servicios de la organización. A la hora de clasificarlos podemos dividirlos en distintos perfiles y tipología de clientes externos". (ARIAS, 2015)

4.1.5. Sistema de gestión de calidad:

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente.

Garantizar la calidad y salubridad de los alimentos que un establecimiento ofrece a sus clientes, debería ser una prioridad. Por ello es indispensable implantar un sistema de gestión alimentaria, que ayude a controlar el alimento desde su compra y almacenamiento hasta el consumo; de acuerdo al sistema de gestión de calidad (ISQ, Implantacio de Sistemas de Qualitat SLNE, 2018)

4.1.5.1. Elementos el sistema de gestión de calidad

La Estructura Organizacional: es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma. (Martinez, 2017)

El Recurso: es todo aquello que se va a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc.). (Martinez, 2017)

Los Procesos: son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados. Los procesos requieren de recursos, procedimientos, planificación y las actividades así como sus responsables. (Martinez, 2017)

Los Procedimientos: son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. Dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos. (Martinez, 2017)

4.1.6. Clasificación de Establecimientos de Alojamientos Turísticos

4.1.6.1. Categorías asignadas

- Hotel 2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería - Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas
- Lodge
- Resort 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio Categoría única
- Campamento turístico Categoría única
- Casa de huéspedes Categoría única. (Turismo, study lib, 2017)

4.1.7. Dimensiones de la calidad

Dimensión 1: Desempeño

El desempeño suele ser una fuente de discordia entre los clientes y los proveedores, en particular cuando las entregas no están adecuadamente definidas dentro de las especificaciones. El desempeño de un producto a menudo influye en la rentabilidad o reputación del usuario final. Como tal, muchos contratos o especificaciones incluyen daños relacionados con el desempeño inadecuado. (Cruz, 2016, págs. 21-24)

Dimensión 2: Características

Aunque esta dimensión pueda parecer obvia, las especificaciones de desempeño rara vez definen las características requeridas en un producto. Por lo tanto, es importante que los proveedores que diseñan productos o servicios a partir de especificaciones de desempeño estén familiarizados con la utilización de dicho producto y mantengan estrechas relaciones con los usuarios finales. (Cruz, 2016, págs. 21-24)

Dimensión 3: Fiabilidad

La fiabilidad es un importante contribuidor de la imagen de la marca o la empresa y también es considerada una de las dimensiones fundamentales de la calidad por la mayoría de usuarios finales. (Cruz, 2016, págs. 21-24)

Dimensión 4: Conformidad al diseño

Si se desarrolla en función de una especificación de desempeño, ¿funciona como se especifica? si se desarrolla basado en una especificación de diseño ¿posee todas las características establecidas? (Cruz, 2016, págs. 21-24)

Dimensión 5: Durabilidad

La durabilidad está estrechamente relacionada con la garantía. Los requisitos para la durabilidad del producto se incluyen a menudo dentro de los contratos y especificaciones. (Cruz, 2016, págs. 21-24)

Dimensión 6: Calidad de Servicio

A medida que los usuarios finales se centran más en el Costo Total de Propiedad que en los simples costos de adquisición, la facilidad de servicio (así como la fiabilidad) se están convirtiendo en una dimensión cada vez

más importante de la calidad y los criterios de selección de productos. (Cruz, 2016, págs. 21-24)

Dimensión 7: Estética

La apariencia de un producto es importante para los usuarios finales. Las propiedades estéticas del producto contribuyen a la identidad de la empresa o marca. Las fallas o defectos que disminuyen las propiedades estéticas de un producto inclusive aquellas que no alteren otras dimensiones de la calidad, son a menudo causa de rechazo. (Cruz, 2016, págs. 21-24)

Dimensión 8: Percepción

Percepción es realidad. El producto o servicio puede poseer muy buenas o inclusive excelentes dimensiones de calidad pero sigue siendo víctima de las percepciones negativas del cliente o del público. (Cruz, 2016, págs. 21-24)

4.1.8. El cliente

"El cliente está cada vez más formado e informado y es más exigente, y con el incremento del nivel de vida, el deseo determina los hábitos de compra que generalmente prioriza el valor añadido de productos a su funcionalidad." (Melendez, 2018).

4.1.8.1. Atención al cliente.

La atención al cliente son los actos que hacen más agradable la experiencia de disfrutar de un producto o servicio como: amabilidad, buen trato, preocupación por el bienestar de cada uno de los clientes, entre otros. Estos aspectos pueden agregar o restar valor al servicio o al producto. (ARIAS, 2015)

4.1.9. Importancia de la Calidad en el Servicio

La importancia del servicio es atraer al cliente y que este mismo vuelva porque de ello depende el consumo y la ganancia de la empresa, en cuanto a un restaurante se debe al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionada con la atención recibida, la eficiencia del servicio recibido y la manera en que el servicio fue entregado. (Vázques, 2017)

4.1.10. Servicio.

“Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes". (Thompson, 2018, pág. 11)

4.1.11. La calidad del servicio al cliente:

Calidad de servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de un establecimiento para lograr la satisfacción de sus clientes; esto incluye a todas las personas que trabajan en el negocio, y no solo a las que tratan personalmente con los clientes o las que se comunican con ellos a través del teléfono, mail, carta o cualquier otro método de comunicación.

Servicio es vender, almacenar, entregar, pasar inventarios, comprar, instruir al personal, las relaciones entre los empleados, mantener excelente material gráfico, limpieza impecable y permanente del establecimiento, los ajustes, la correspondencia, la facturación, la gestión del crédito, la rapidez con que se envían los productos, la presentación del plato, los vasos, los cocteles, dar soluciones a problemas, la publicidad, las relaciones publicas y el procesamiento de datos. En todas las actividades realizadas por

cualquier empleado de un negocio existe un elemento de servicio, ya que, en última instancia, todas ellas repercutirán en el nivel de calidad real o serán percibidas en los productos comprados por los clientes.

Servicio implica mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dejar en todos ellos una impresión del establecimiento que les induzca a regresar al negocio. (Nuñez, 2018)

4.1.12. Calidad de servicio en la industria turística

La calidad turística implica un proceso organizado de servicios personalizados y tecnificados. Sin embargo, nunca debe confundirse calidad de servicio con servilismo. Además, el cliente no sólo exige calidad en la prestación de servicios, sino también en la capacidad para responder ante cualquier situación emergente no prevista en la promesa básica.

Por ello es necesario que las empresas turísticas cuenten con unas Normas de Calidad que puedan ser percibidas por el cliente y que dispongan de unos procesos operativos tecnificados que simplifiquen el trabajo. (Ritchie, 1991, pág. 31)

4.1.13. Calidad de servicio en la hotelería

La gestión de la calidad en el proceso de Alojamiento es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes los cuales sienten un conjunto de sensaciones, expectativas y experiencias personales; que requiere coordinar a múltiples personas que están implicadas directas o indirectamente a prestar un servicio a un cliente que cada vez exige más y sobre todo donde pernocta. (Gestiopolis, 2012)

4.1.14. Metodología SERVQUAL.

SERVQUAL es un cuestionario con preguntas para medir la calidad del servicio. Este modelo fue desarrollado en Estados Unidos con la ayuda del

Marketing Science Institute y se validó en América Latina por Michelsen Consulting. Está basado en el modelo clásico de evaluación al cliente, que considera que todo cliente que adquiere un servicio genera expectativas del mismo a través de distintos canales. Una vez recibido existen una serie de factores y dimensiones que le permite tener una percepción del servicio recibido.

Del análisis de los resultados de SERVQUAL se obtiene un índice de calidad del servicio y con base en éste, se puede determinar lo cerca o lejos que los clientes se encuentran respecto a la satisfacción del servicio recibido. Es una excelente herramienta para que las empresas evalúen la percepción de sus clientes. (Cabrera, Blog Cabrera y co, 2016)

4.1.14.1. Dimensiones de la Metodología SERVQUAL

El modelo Servqual agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio.

- **Fiabilidad**

Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios. (Jorquera, 2015)

- **Sensibilidad**

Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas. (Jorquera, 2015)

- **Seguridad**

Es el conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza. (Jorquera, 2015)

- **Empatía**

Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente. (Jorquera, 2015)

- **Elementos tangibles**

Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal, promoción, capacitación del personal (Jorquera, 2015)

4.1.14.2. Cuestionario para aplicar el Modelo SERVQUAL

La calidad percibida del servicio se define en el modelo como la diferencia entre las expectativas y las percepciones del consumidor. Esto, a su vez, depende del tamaño y la dirección de las cuatro brechas asociadas con la entrega de la calidad del servicio del lado del vendedor.

Además, Brown y Bond afirmaron que la conceptualización de la calidad del servicio, también llamada modelo de brecha de expectativa-percepción, es una de las contribuciones más valiosas y valoradas a la literatura de servicios. El modelo identifica las discrepancias o las brechas de las claves relacionadas con las percepciones generales de la calidad del servicio y las tareas asociadas con la entrega del servicio a los clientes.

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. (Cartes, 2014)

4.2. Marco Referencial.

En este punto he citado algunos autores de tesis referentes al tema de tesis propuesto, en las cuales se hace referencia a 2 trabajos de tesis a nivel internacional y nacional.

Investigaciones Referenciales.-

Nivel Internacional.

Tema: Medición de la calidad del servicio del hotel real gran chortí del municipio de Esquipulas a través del modelo servqual.

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar la calidad del servicio del hotel Real Gran Chortí del municipio de Esquipulas, utilizando el modelo SERVQUAL, por medio del cual se estableció la brecha existente entre las expectativas y percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio. Para llevar a cabo este objetivo se determinó la expectativa de los huéspedes respecto a un servicio hotelero de excelente calidad en relación a los cinco criterios del modelo SERVQUAL: elementos tangibles (instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación); fiabilidad (habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa); 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 inspirar credibilidad y confianza) y empatía (atención individualizada, horarios convenientes, preocupación por los intereses de los clientes, necesidades específicas de los clientes). Así mismo se obtuvo la opinión de los huéspedes sobre el nivel de importancia que le atribuyen a cada criterio cuando evalúan la calidad de un servicio hotelero en general. De igual manera se obtuvo la percepción de los huéspedes sobre la calidad del servicio que presta el hotel Real Gran Chortí, utilizando un instrumento basado en el modelo. Finalmente se establecieron las brechas entre las percepciones y expectativas de los clientes. Derivado de lo anterior se determinó que las brechas mas grandes en la calidad del servicio que brinda el hotel se encuentran en los criterios: fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad. Esto indica insatisfacción del cliente con el servicio que presta el hotel, principalmente en resolver un problema, disponibilidad de los empleados para ayudar a los huéspedes en sus necesidades y que no siempre son escuchados por estar demasiado ocupados como para atender sus peticiones. La brecha de la seguridad indica que los empleados no tienen los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los huéspedes. IX De manera general, se sugiere a la administración del hotel Real Gran Chortí, crear y poner en marcha un plan de mejora, que contribuya a fortalecer la calidad del servicio de los distintos criterios presentados por el modelo SERVQUAL.

Las expectativas que los huéspedes tienen de un servicio hotelero de excelente calidad en función de los criterios del modelo SERVQUAL, son más altas en las declaraciones de tres criterios: elementos tangibles, capacidad de respuesta y seguridad. Ellos esperan que un hotel de excelente calidad cuente con: instalaciones atractivas, rapidez y amabilidad en el servicio, disposición de los empleados a colaborar, que el personal trasmita confianza al realizar sus transacciones y que los empleados

posean los conocimientos necesarios para atender a las dudas en general que ellos tengan.

Los huéspedes atribuyen mayor importancia relativa al utilizar un servicio hotelero en relación a los criterios de SERVQUAL, a la capacidad de respuesta y la seguridad. A ellos les interesa que les comuniquen en que momento concluye el servicio, que les proporcionen un servicio rápido, disponibilidad del personal para ayudar y que los empleados no estén demasiado ocupados para responder a las peticiones que los huéspedes tengan. En relación a la seguridad también le dan gran importancia a que los empleados les transmitan confianza para poder realizar todas sus transacciones de manera segura (tarjetas de crédito, efectivo, pertenencias, privacidad, entre otros) y que los empleados tengan los conocimientos necesarios para poder resolver cualquier situación que se pueda presentar durante su estadía en el hotel.

La percepción que tienen los huéspedes sobre la calidad del servicio en el hotel Real Gran Chortí , obtuvo puntuación más alta en las declaraciones de: los elementos tangibles, seguridad y empatía. Los huéspedes percibieron que las instalaciones son atractivas y los empleados les atendieron con amabilidad y respeto.

Las brechas que existen entre las percepciones y expectativas de los huéspedes del hotel Real Gran Chortí son todas negativas, sin embargo IX están unas más anchas que otras lo que indica que tienen mayor dificultad y que requieren de mayor atención. Las brechas con mayor puntuación negativa están en los criterios: fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad. Lo que pone de manifiesto la insatisfacción del cliente en el sincero interés que tiene el hotel de resolver un problema, disponibilidad de los empleados para ayudar a los huéspedes en sus necesidades, y no siempre son escuchados por estar demasiados ocupados como para atender sus peticiones. La brecha en la seguridad indica que los empleados

no tienen los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los huéspedes (España E. J., 2016)

Nivel Nacional.

Tema: Análisis de la influencia de la calidad del servicio, en la satisfacción de los clientes, en los hoteles de 3 estrellas en la ciudad de Guayaquil para diseñar un programa de mejoras en la calidad de servicio al cliente.

El presente trabajo de investigación plantea como objetivo general: Analizar la influencia de la calidad del servicio, en la satisfacción de los clientes en los hoteles de 3 estrellas (Categorización internacional) y Segunda categoría (Denominación en el Ecuador por el Ministerio de Turismo) en la ciudad de Guayaquil. Como se lo demuestra posteriormente, se considera de impacto del papel de los administradores, empleados, procesos, tecnologías para determinar la calidad de los servicios que ofertan los hoteles de tres estrellas – segunda categoría en la ciudad de Guayaquil. Para obtener información se utilizó como técnicas de recolección, las encuestas, aplicación de formularios y entrevistas tanto a huéspedes nacionales y extranjeros, como empleados y a administradores con nivel gerencial. Del análisis de la información obtenida, frente a la necesidad de poner en práctica los conceptos, modelos y teorías de calidad, plataforma de este proyecto, se presenta como resultado un Programa de Mejoras en la Calidad de Servicio al Cliente. La implementación de lo antes indicado, redundará en beneficio de los hoteles, al contar con personal comprometido con la gestión de calidad, mejorando la imagen y dando a sus huéspedes servicios que cumplan sus expectativas.

En este proyecto de investigación se da a conocer que el turismo es parte del motor de crecimiento económico en el país. La rama hotelera en Guayaquil ha evolucionado positivamente, existiendo al momento hoteles catalogados por el Ministerio del Turismo del Lujo a Cuarta Categoría. El objeto de estudio está enmarcado en los hoteles tres estrellas - segunda

categoría. Del análisis realizado se puede concluir en lo siguiente: El marco teórico, conceptual, referencial proporcionan base importante para relacionar los factores que influyen en la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas – segunda categoría son las percepciones de los clientes para llegar a la satisfacción de los mismos y cumplir sus expectativas. Se muestra que el comportamiento, la actitud, la confiabilidad, competencia, empatía y receptividad del personal, que son aspectos intangibles, así como las instalaciones, equipos, ubicación, restaurante del hotel que son aspectos tangibles son determinantes en el escogimiento de parte de los clientes. Factores que fueron corroborados en las encuestas realizadas. Con fines de análisis se sectorizó el mercado a hoteles del norte, tomando en cuenta dos variables determinantes, el nivel de ocupación de habitaciones y la ubicación que propicia fácil acceso al terminal terrestre y aeropuerto local. Los 104 resultados de las encuestas realizadas a los huéspedes y entrevistas a administradores y empleados del hotel arrojaron datos importantes como la mayoría de los huéspedes son nacionales vienen por negocios desde Quito, Cuenca y Manabí. Se alojan desde dos o tres noches hasta una semana. Los extranjeros vienen por turismo o tránsito y se alojan desde una noche hasta tres noches. A pesar de que a manera general los hoteles de tres estrellas – segunda categoría están cumpliendo con las expectativas de los huéspedes. Algunos servicios demuestran que para llegar a la excelencia en calidad aún su personal requiere de capacitación en ciertos temas específicos. La falta del dominio del idioma inglés, la carencia de información turística son las acotaciones más importantes para una mejora continua. Algunos huéspedes sugieren servicios adicionales como salones de conferencias, así como anotan la necesidad de rampas para personas con movilidad reducida. Tanto administradores como el personal en general están conscientes de esta realidad. Reconocen ser empleados plurinacionales al realizar funciones adicionales a las suyas. Y poco conocimiento de las competencias labores según las normas INEN. La falta de motivación, de sentido de pertenecía del personal. La ausencia de liderazgo por parte de los administradores o

jefes de departamento se reflejan en la productividad y en la calidad de los servicios, factores que generan insatisfacción en el cliente. Como parte del proyecto se presenta un programa para mejorar la calidad del servicio al cliente para minimizar factores que de acuerdo a estudio impactan en la satisfacción de los huéspedes. Se abordan temas como la socialización de las políticas gerenciales, mejora en los procesos de gestión de personal, considerando un cambio en los aspectos de selección del personal, capacitaciones al capital humano sobre temas que aumenten su eficiencia en el desempeño, además incentivos diseñados para impulsar el compromiso y sentido de pertenencia con el hotel. Dentro 105 de la propuesta consta el crear los círculos de calidad para que toda la organización participe en el cambio cultural hacia gestión de calidad. (Elsie, 2014)

Tema: Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios

Esta investigación pretende analizar la calidad de los servicios hoteleros de segunda y tercera categoría en la ciudad de Guayaquil, a través de la metodología SERVQUAL, para proponer un plan de mejora en la calidad de los servicios ofrecidos a los clientes, ya que existe una demanda insatisfecha. La investigación aportará de manera relevante a los empresarios hoteleros de dichas categorías de establecimientos porque brindará información que les ayudará a evaluar la calidad mediante el grado de satisfacción del huésped, y de esta manera aplicar normas o políticas mínimas para ofrecer el servicio. Esto, no sólo será de gran utilidad para los hoteles, sino también aportará al crecimiento económico y turístico de la ciudad de Guayaquil. La mejora en la calidad de los servicios hoteleros aumentará la capacidad de ocupación por la afluencia de los huéspedes, incrementará la utilidad y ayudará a generar nuevas plazas de trabajo. Además, el sector turístico contribuye en el desarrollo económico del país porque según la balanza turística, durante el periodo de enero a junio del

2017, el ingreso de divisas por turismo fue de 773.2 millones representando un crecimiento del 8.9% respecto al mismo periodo de tiempo en el 2016 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017). Con la aplicación del modelo de calidad escogido, se logrará proponer un plan de mejora que motivará cambios positivos en los procesos de las distintas áreas de servicio de acuerdo a los problemas que presenten cada una de ellas. Por tanto, se pretende aprovechar la aplicación del modelo para conocer el grado de satisfacción de los huéspedes de esta clase de hoteles. Es así que, los resultados terminarán por diagnosticar la situación de dichos establecimientos hoteleros para cualquier referencia por la cual se desee consultar la investigación.

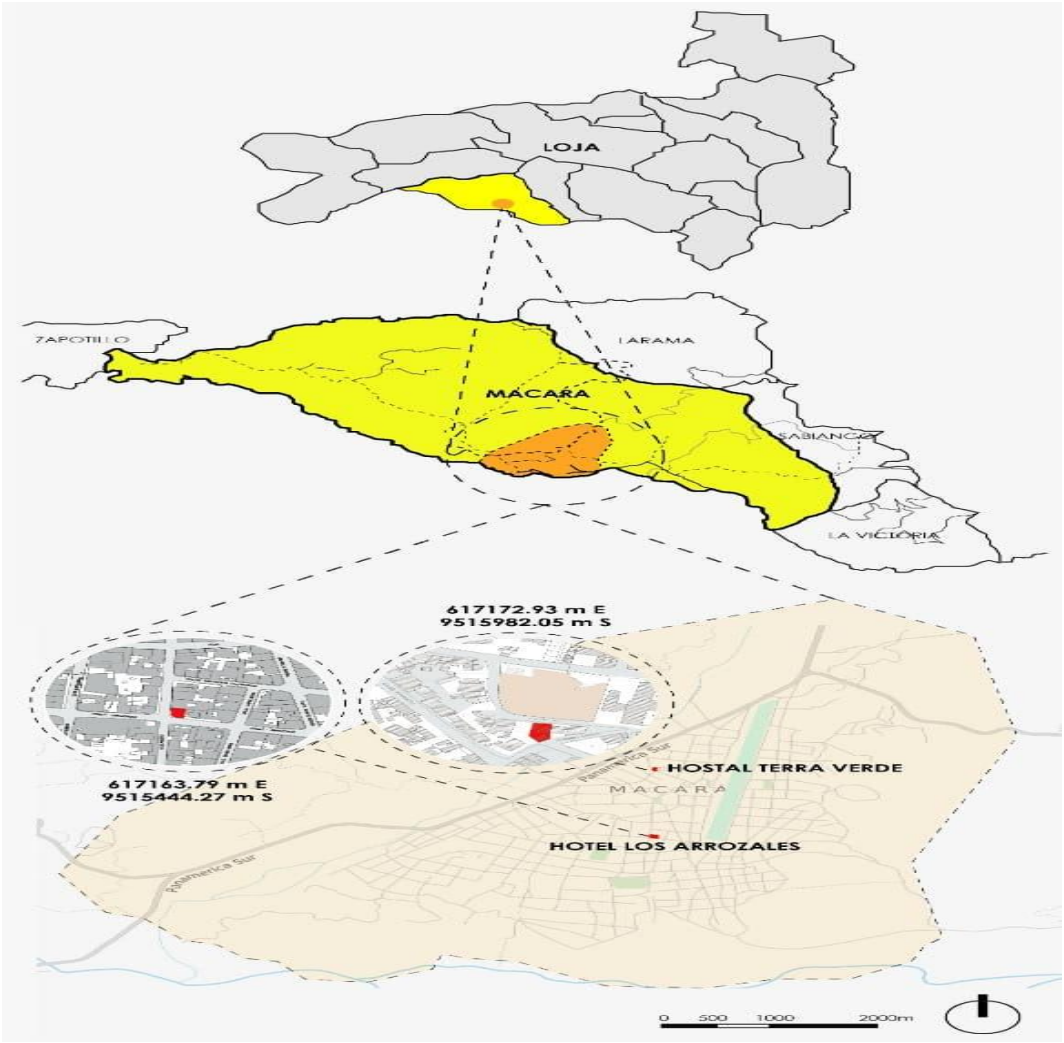
En la presente investigación se muestra la importancia de la calidad de los servicios que brindan los hoteles de segunda (tres estrellas) y tercera (dos estrellas) categoría en la ciudad de Guayaquil para el sector turístico. La calidad de los servicios depende de la satisfacción del cliente; por lo tanto, si las percepciones del huésped son superiores a la expectativa se puede definir que el cliente se siente satisfecho y que el servicio que brinda la empresa es de calidad. Mientras que, si ocurre al contrario, se evidencia insatisfacción por parte del huésped, dando como resultado negativo un servicio que carece de calidad. Para analizar si los servicios son de calidad, se utilizó el modelo de medición de satisfacción conocido como SERVQUAL el mismo que ayudó a conocer la situación actual de estos establecimientos. Además, a través de las herramientas de investigación, se planteó el mismo desarrollo de dimensiones y variables que constituye este modelo. Los resultados obtenidos permitieron identificar de mejor manera los problemas que presentan estos hostales según su categoría. Por lo tanto, se pudo concretar que los establecimientos hoteleros de tercera categoría son aquellos en los que los huéspedes se sintieron más insatisfechos respecto a la calidad de los servicios prestados, ya que presentaron resultados negativos. Esto, a diferencia de los hoteles de segunda categoría, los cuales presentaron falencias en menor magnitud.

En un análisis por dimensión, se puede decir que en los hoteles de segunda categoría la dimensión de instalaciones es la que más resultados negativos obtuvo, siendo casi todas sus variables desfavorables. Además, en las dos dimensiones restantes, del personal y la organización, se encontraron también fallas pero con resultados positivos, lo cual permitió manifestar que se brinda un servicio de calidad, aunque lo cierto es que falta mejorar. Por otro lado, en los hoteles de tercera categoría, las tres dimensiones estudiadas resultaron negativas, incluso existiendo variables que son más altas negativamente que otras. Para concluir, la propuesta del plan de mejora para la resolución de los problemas se fundamentó acertadamente en la metodología del ciclo de Deming, el cual ayuda a establecer de excelente manera los procesos a seguir. En este plan, se plantean objetivos para lograr resolver las falencias encontradas, los cuales deben ser cumplidos para que las organizaciones alcancen a brindar un servicio de calidad; y que 63 les favorezca en la rentabilidad y productividad de los mismos, así como en la buena imagen empresarial. (Selena Monar, 2018)

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Ubicación del Área de Estudio

El presente estudio se llevara a cabo en los Hostales Los Arrozales y Terra Verde, que se encuentran ubicados en la parroquia Macará, cantón Macará, provincia de Loja en las siguientes coordenadas UTM: Los Arrozales: 4 °22´ 59.21´´S y Terra Verde: 4 °22´41.22´´S 79 °56´ 38.20´´ O



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 1 Mapa de Localización

El cantón Macará en la provincia de Loja está ubicado a 450 m.s.n.m. y reúne, con seguridad, las características, del pasado y del presente, que le

otorgan el muy reconocido nombre de Centinela del Sur por su gente luchadora y hospitalaria, que, sin descanso, buscan con trabajo el adelanto de su pueblo. (PDOT MACARA, 2014)

Relieve.

El cantón Macará forma parte del sistema montañoso austral andino del Ecuador. El perfil orográfico del Cantón tiene un relieve que desciende desde los 2640 m.s.n.m. en el sector del cerro Jatumpamba en el este, hasta los 295 m.s.n.m. en el sector de Linderos al oeste.

En el cantón Macará, la geomorfología se caracteriza principalmente por la presencia de relieves de tipo tectónico erosivo donde se destacan los relieves de tipo montañoso con el 60,23 % del territorio, colinado alto con el 11,12 %, colinado muy alto con el 9,94 %, colinado medio con el 7,35 % y colinado bajo con el 3,38 %. Las formas de relieve que se han originado en el cantón son de tipo: de posicional, denotativo y tectónico erosivo, los relieves de tipo tectónico erosivo corresponden a: relieve colinado bajo, relieve colinado medio, relieve colinado alto, relieve colinado muy alto y relieve montañoso, lo cual significa que ocupan un 92,03 % de la superficie del cantón, lo que representa 52851,18 hectáreas. (Briceño, 2015)

Descripción.

Conocido también por el cantón donde inicia y termina la patria, el cantón fronterizo Macará constituye la puerta de entrada a Ecuador desde Perú cuenta con 5 parroquias: Macará y Eloy Alfaro que son parroquias Urbanas; Sabiango, Larama y La Victoria son parroquias Rurales. (GAD MACARA, 2014)

- **Cabecera cantonal:** Macara
- **Macará Altitud:** 430 m.s.n.m
- **Temperatura promedio:** 25 ºC

- **Superficie:** 578 Km2
- **Clima:** El clima en el cantón Macará generalmente es tropical.
- **Ubicación:** Suroccidente de la provincia de Loja
- **Límites:**

  Norte: Cantones Célica y Paltas

  Sur: República del Perú

  Este: Cantón Sozoranga

  Oeste: Cantones Pindal y Zapotillo (PDOT MACARA, 2014)

Fecha de fundación y Fecha de cantonización

El cantón Macará fue fundado en el año 1719 por el Cap. Don Juan Felipe Tamayo de Castillo, quien arribó a estas tierras bautizándolas con el nombre de “San Antonio de Macará”. Para el año de 1735 el General venezolano Juan Otamendi diseñó el ordenamiento básico de lo que es actualmente la cabecera cantonal. (PDOT MACARA, 2014)

El primer concejo que tuvo este prestigioso cantón estuvo integrado por los siguientes ilustres macareños. El 22 de septiembre de 1902, gracias a la ardua labor del Dr. Manuel Enrique Rengel, su destacado talento y dedicación, Macará fue elevada a la categoría de cantón, pues fue él quien al desempeñarse como Legislador por la provincia de Loja, trabajó incansablemente hasta alcanzar la tan anhelada cantonización para su tierra querida (Briceño, 2015)

Historia y cultura

Macará es una de las poblaciones más antiguas de la región, fue parte del cantón Paltas, en donde era conocida con el nombre de Gualanga. El término Macará es de origen incásico, el cual significa “Tierra del cuero”, porque muy antiguamente el pueblo se dedicaba a la actividad peletera como actividad comercial

Macará tiene un entorno humano, por lo general mestizo, si bien existe también la presencia de la raza blanca, ambas impulsoras férreas del progreso, es también conocida como la centinela del sur ecuatoriano. Su condición fronteriza, la hizo estar vinculada siempre a las sociedades del norte peruano de Piura y Sullana, ello la ha favorecido mucho en lo comercial y turístico. Es muy destacado, en la cultura nacional, el Dr. Manuel Enrique Rengel, nacido en l875 autor de la novela social y antropológica Luzmila, verdadero retrato costumbrista de su pueblo; en una trama, atada a los idilios de Luzmila, su personaje central, se hace un verdadero retrato de las costumbres y tradiciones de su pueblo y de sus realidades socioeconómicas cotidianas (GAD MACARA, 2014)

Análisis Demográfico

En esta variable se establece un análisis situacional para conocer la estructura, composición y dinámica de la población de Macará, tomando como fuente de información investigaciones e información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Macará 2011 (PD y OT), Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), Sistema Nacional de información de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), entre otros.

5.2. Materiales

Recursos Humanos

- Personas especializadas en sistemas de calidad
- Docentes
- Tesista

Recursos Materiales

- Anillados
- Material de oficina
- Impresiones
- Empastados

Recursos tecnológicos

- Internet
- Celular
- Grabadora
- internet
- Cámara
- Computadora

Recursos Empresariales o Institucionales

- Información Gads
- Aporte empresarial
- Imprevistos

Recursos Bibliográficos

- Libros
- Sitios web
- Reglamentos legales en el sector Turístico

Observación Directa mediante esta técnica se realizó el levantamiento de información con la utilización de la matriz propia y se pudo evidenciar mediante las fotografías el estado de los hostales.

5.3. Técnicas

La entrevista que se aplicó a los gerentes y trabajadores de los establecimientos permitió obtener información de cómo son operados y del clima laboral en los mismos, para con ello poder realizar el análisis interno de los hostales.

La encuesta que se realizó a los clientes del establecimiento permitió obtener información clave para el desarrollo de la investigación pues mediante la encuesta basada en el modelo Servqual se pudo saber qué es lo que les hace falta al establecimiento para que la estancia de los clientes y el servicio brindado sea de calidad habiendo obtenido esta información se procede a realizar la matriz de estrategias para dar solución a algunos de los problemas que se verifico mediante la aplicación de la encuesta.

Matriz en base a lineamientos de instituciones reguladoras en Establecimientos turísticos, esta matriz es la principal de la investigación pues con ella se pudo hacer un diagnóstico de los hostales y saber sus fortalezas y debilidades, y con ello saber cómo direccionar las encuestas hacia quienes forman parte de los establecimientos y con las instituciones reguladoras saber si cumplen con lo necesario para otorgar el permiso de funcionamiento y salvaguardar la seguridad de los clientes.

Muestreo mediante este método se pudo obtener el número de encuestas que se tenía que realizar a los establecimientos se tomó como referencia los clientes por factura del año 2018 para sacar la muestra y practicar las encuestas las cuales sirvieron en gran manera para el desarrollo de la investigación.

5.4. Metodología por objetivos

5.4.1. Metodología para el primer objetivo

Diagnosticar de la situación actual de los hostales de segunda categoría de la ciudad de Macará, provincia de Loja.

Recopilación de información

Cabe recalcar que para el presente trabajo se ha considerado los establecimientos Hostal los Arrozales y Hostal Terra Verde quienes se encuentran registrados en el catastro del año 2016 con la categoría 2 los mismos que se presentan en el desarrollo de esta investigación además se menciona que existen otros establecimientos con esta categoría pero en el momento de la investigación se pudo observar que dichos establecimientos no están vigentes, otros no brindaron la apertura para entregar la información que se requiere para el levantamiento de esta investigación, esa es la razón por la que solo se realizó el estudio de estos dos establecimientos. Para el cumplimiento del primer objetivo se recolectó información secundaria como leyes, requisitos del MINTUR, permisos de funcionamiento, Gestión de Riesgos, Cuerpo de Bomberos, Ministerio del Trabajo, Ministerio del Ambiente, Conadis y GAD Macará.

Matriz de Diagnostico

Se realizó la matriz de diagnóstico, utilizando la información recopilada en el trabajo de campo, que contiene principalmente: datos de los Hostales, permisos de las empresas turísticas, cumplimiento del reglamento turístico y servicios turísticos.

Aplicación de matriz

Se hizo la visita in situ para el cumplimiento del primer objetivo, en esta se logró observar la situación actual en la que se encuentran los Hostales, además se recolecto la información para la elaboración de la matriz.

Entrevistas

La entrevista se la va realizo al Gerente de cada hostal con la finalidad de conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades y a su vez como está

estructurada la misma, y así poder diagnosticar las estrategias que convendría cambiar para mejorar la calidad del servicio que se ofrece.

FODA interno Debilidades y Fortalezas

Con la información recolecta se procedió a elaborar en análisis FODA utilizando únicamente la debilidades y fortalezas observadas en los establecimientos.

5.4.2. Metodología para el segundo objetivo

Evaluar la calidad del servicio que ofrecen los hostales de segunda categoría del cantón Macará

Cuestionario

Con esta herramienta se obtuvo las preguntas del modelo SERVQUAL, el cual consta de cinco dimensiones las cuales permiten analizar aspectos que ayudan a mejorar la calidad de los servicios hacia los clientes; Ya que para la aplicación a los establecimientos se aumentaron preguntas con el fin de determinar preferencias y tipo de servicio por parte de los clientes para ello la encuesta que se aplico tuvo como objeto el conocer un enfoque externo y la imagen que proyectan las empresas a los usuarios.

5.4.2.1. Tamaño de la muestra

- **Tamaño de Muestra Hostal Los Arrozales**

Para la obtención de la muestra se considera el número de usuarios del hostal durante el año 2018, en base a las facturas otorgadas. Aplicando un total 7.200 clientes que ocupan los servicios del hostal.

$$\boldsymbol{n} = \frac{z^2(p \times q)}{e^2 + \left(\frac{z^2(p \times q)}{N}\right)}$$

Datos:

z= Nivel de confianza 1,96

q= Probabilidad de éxito 0,5

p= probabilidad de fracaso 0,5

N= Población 7.200

e= Margen de error de estimación 0,05

Desarrollo de la fórmula, reemplazando datos:

$$\boldsymbol{n} = \frac{1{,}96^2(0{,}5 \times 0{,}5)}{0{,}05^2 + \left(\frac{1{,}96^2(0{,}5 \times 0{,}5)}{7.200}\right)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{3{,}69\ (0{,}25)}{0{,}0025 + \left(\frac{3{,}69\ (0{,}25)}{7{,}200}\right)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{0{,}9604}{0{,}0025 + (1.280)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{0{,}9604}{2.63}$$

$$\boldsymbol{n} = 365$$

La muestra de la población es 7.200 de acuerdo a los usuarios del año 2018 proporcionando como resultado 365 encuestas para su aplicación.

- **Tamaño de Muestra Hostal Terra Verde**

Para la obtención de la muestra se considera el número de usuarios del hostal durante el año 2018, en base a las facturas otorgadas.

$$\boldsymbol{n} = \frac{z^2(p \times q)}{e^2 + \left(\frac{z^2(p \times q)}{N}\right)}$$

Datos:

z= Nivel de confianza 1,96

q= Probabilidad de éxito 0,5

p= probabilidad de fracaso 0,5

N= Población 1.400

e= Margen de error de estimación 0,05

Desarrollo de la fórmula, reemplazando datos:

$$\boldsymbol{n} = \frac{1{,}96^2(0{,}5 \times 0{,}5)}{0{,}05^2 + \left(\frac{1{,}96^2(0{,}5 \times 0{,}5)}{1.400}\right)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{3{,}69\ (0{,}25)}{0{,}0025 + \left(\frac{3{,}69\ (0{,}25)}{1.400}\right)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{0{,}9604}{0{,}0025 + (6{,}57)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{0{,}9604}{3.19}$$

$$\boldsymbol{n} = 301$$

La muestra de la población es 1.400 de acuerdo a los usuarios del año 2018 proporcionando como resultado 301 encuestas para su aplicación.

Encuestas

Se elaboró una encuesta basada en 25 preguntas, las mismas que se determina en el modelo Servqual, a través de 5 dimensiones (fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, elementos tangibles), aplicadas a los clientes de los Hostales.

Tabulación

Se tomó como referencia las dimensiones del modelo servqual, calculando los porcentajes de las respuesta de los clientes.

Datos estadísticos

Para obtener resultados, se tabulo con una tabla de frecuencia, y se convirtió los resultados en porcentajes para de esta manera presentar los gráficos.

FODA externo amenazas y Oportunidades

Mediante esta matriz se obtuvo toda la información de las encuestas aplicadas, por consecuente se procedió a desarrollar el análisis de factores externos viendo las falencias y oportunidades que presenta los Hostales.

FODA CRUZADO

Para desarrollar el FODA CRUZADO se utilizó toda la información recolectada; fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, de esta manera se llegó a las estrategias. Se procedió a cruzar las (oportunidades O1 y Fortalezas F1) y (debilidades D1 y amenazas A1) realizando comparaciones con cada punto de la matriz y así encontrar objetivos estratégicos para mejorar la calidad de los Hostales.

5.4.3. Metodología para el Tercer Objetivo

Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de los hostales de segunda categoría del cantón Macará.

Estrategias propuestas

Luego de haber desarrollado el FODA cruzado, se obtuvo estrategias para el mejoramiento, satisfacción del cliente las mismas que seran

desarrolladas en el presente objetivo.

Desarrollo de las estrategias

A través de políticas, indicadores, características, valores se pudo desarrollar cada una de las estrategias de las cuales algunas fueron planteadas para su ejecución y otras quedaron como recomendación para los hostales.

6. RESULTADOS

OBJETIVO 1: Diagnóstico de la situación actual de las empresas hoteleras de segunda categoría de la ciudad de Macará

6.1.1. Diagnostico Externo

Cuadro 1 Alojamientos del Cantón Macara

TIPOLOGIA	CATEGORIA	NOMBRES DE LA EMPRESA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN
Hostal	Segunda	Terra Verde	Patricio Luzuriaga	Barrio Velazco Ibarra calle Lázaro Vaca
Hostal	Segunda	Karina	Santos Estrada	Barrio luz de América calle 10 de Agosto y Antonio Ante
Hostal	Segunda	Los Arrozales	Robert Tacuri	Barrio Amazonas calle 10 de agosto y Amazonas
Motel	Segunda	Los Ceibos	Rafael Delgado	Calle km4 via zapotillo
Hostal	Segunda	Santigyn	Nilo Torres Guamán	Barrio central calle Simón Bolívar y Manuel Enrique Rengel
Hostal	Segunda	Colina	Víctor Guamán Quezada	Barrio Juan Montalvo calle José Joaquín de Olmedo y Loja
Hostal	Segunda	El Conquistador	Rogelio Yaguachi Balcázar	Barrio Central calle Simón Bolívar y Manuel Enrique Rengel

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Según el Catastro del año 2016, el cantón Macará cuenta con 15 establecimientos turísticos de primera, segunda y tercera categoría; de los cuales 7 de ellos corresponden a la segunda categoría, además se tomó en cuenta solamente 2 establecimientos ya que algunos no cuentan como alojamientos y otros no brindaron la apertura para realizar la investigación.

6.1.2. Diagnostico Interno

6.1.2.1. Hostal los Arrozales

Quienes somos

Somos una empresa familiar comprometida con los clientes, trabajamos para ofrecer siempre lo mejor de nuestros servicios y brindar una perspectiva diferente y placentera en cada estadía. (Quezada, 2012)

Características

El Hostal Los Arrozales se presenta como una nueva alternativa en cuanto al servicio hotelero, se creó hace 10 años como una empresa, por la familia Tacuri, inicio sus actividades el 18 de febrero del 2009, se encuentra ubicada en la calle 10 de Agosto y Amazonas, cuya finalidad es de satisfacer las necesidades de los clientes tanto nacionales como extranjeros; el servicio que ofrece es de buena calidad lo cual ha permitido lograr un posicionamiento en el mercado local. La empresa ofrece los servicios de: Hospedaje, cafetería, parqueadero privado e internet inalámbrico. Además, las instalaciones presentan un parqueadero que tiene capacidad para 8 vehículos. (Quezada, 2012)

Creación

El Hostal los Arrozales fue creado en el año 2009, por el Sr. Robert Tacuri Loaiza gerente del establecimiento hotelero, el hostal cuenta con 6 empleados los cuales son 2 recepcionistas, 1 camarera , 1 administrador, 1 gerente, 1 cocinero.

Valores.

Manejamos una cultura de alta calidad y mejora continua. Desarrollamos trabajo en equipo.

Respeto por lo que hacemos y con quien lo hacemos.

Permanente innovación.

Horizontalidad en nuestro liderazgo.

Misión

"Somos un hostal que proporciona servicio hospedaje, con todos los atributos de calidad, buscando la satisfacción de los clientes, promoviendo el turismo del cantón Macará"

Visión

"Ser un hostal líder en el mercado del sector, con una imagen corporativa que brinde productos y servicios competitivos y diferenciados, con los más altos estándares de calidad que superen las expectativas de los clientes, con personal comprometido, dentro de un marco de cultura de hospitalidad para el año 2019"

Contactos

Teléfono: (07) 269-5381

Celular: 0990567444

Medios de Difusión

El Hostal los arrozales cuenta con una página en Facebook donde muestra sus instalaciones y servicio

Cuadro 2 Matriz de diagnóstico del Hostal Los Arrozales

N°	VARIABLE	DOCUMENTO	
		REQUERIMIENTOS	
		CUMPLE	**NO CUMPLE**
1	**Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)**	• Formulario n 2, que se debe llenar con la dirección exacta y datos del negocio • Formulario de permiso de funcionamiento copia de cedula de identidad • Pago de la patente municipal, activo totales y bomberos • Documentos de salud de las personas que laboran en el local • Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	Especificación de las funciones para cada trabajador

2	**Registro Único Contribuyente. (R.U.C.)**	• Inscripción en el servicio de rentas internas(SRI) • Pago del IVA al 12%	• Pago del 10% de los servicios
3	**Municipio**	• Carnet de salud a todo el personal, la misma que es otorgado por la dirección provincial de salud • permiso de cuerpo de bomberos el mismo que cumple con: plan de contingencia, señalética de no fumar, extintor, salida de emergencia, pago anual de permiso de funcionamiento contra incendios, señalética en caso de emergencia • registro generador de desechos sanitarios el mismo que cumple con: el manejo adecuado de residuos orgánicos e inorgánicos.	
4	**Hidrocarburos**		• El Hostal Los Arrozales no Cuenta con permisos de Hidrocarburos, transporte de combustible otorgado por la agencia de Hidrocarburos
5	**Gestión de Riesgos**	• El Hostal si cuenta con plan de contingencia y gestión operativa que ayuda a controlar situaciones de emergencia y minimizar sus consecuencias negativas los requisitos que debe cumplir son: • Botiquín de primeros auxilios, lámparas de emergencia internas, vías de evacuación señalizadas, puertas de emergencia funcionales, señalética, sistemas de	• Megáfono, identificación de amenazas,

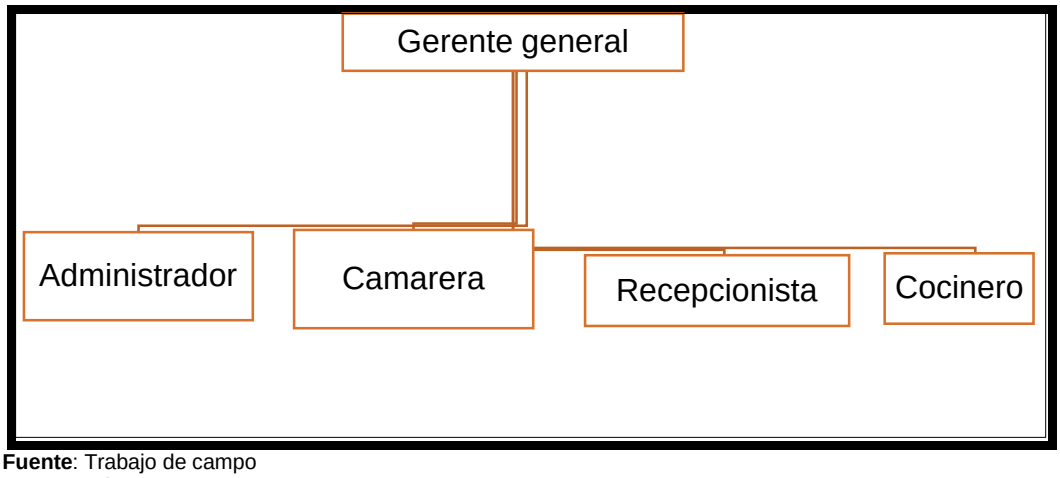
		alarmas, zonas de seguridad, riesgo social	
6	**Agencia de registro sanitario (ARCSA).**	• Cumplimiento con la normativa sanitaria. • Condiciones higiénicas dentro de las habitaciones, (colchones, sabanas, almohadas, edredones) • Baños (toallas limpias, inodoro desinfectado) • Manipulación de alimentos de forma rigurosa por que el personal si hace uso de las malla y cubre bocas.	
7	**Ministerio de trabajo**	• Remuneración a los empleados pagar el ultimo día del mes • Aporte a seguro socia de los empleados hasta el 15 de cada mes • • Decima cuarta remuneración bonificación actual equivalente a la remuneración básica (hasta el 15 de agosto) • Décimo tercera remuneración o bono navideño (hasta 24 de diciembre de cada año)	• Pagar el 25% de utilidades a los empleados hasta el 15 de abril de cada año • Uniformes para el personal se debe suministrar anualmente uniformes para el personal de la empresa • Repartir el 10% de servicio
8	**Consejo Nacional para Igualdad de Discapacidades** (**CONADIS)**	• Personal capacitado para la atención a personas con capacidades especiales • El establecimiento cuenta con rampas de acceso para personas que tenga discapacidad.	• Sistema Braille
9	**Ministerio del Ambiente**	• Empresa eco eficiente (manejo responsable de los recursos naturales, uso de correcto de los recursos)	• Energía de panel solar • Gestión de compras responsables • Eco transporte

		• Gestión de desechos • Consumo de agua	• Facturación electrónica(eco papel) • Manejo de aguas residuales
10	**Infraestructura Hostal Los Arrozales**	• Estacionamiento propio dentro de las instalaciones del establecimiento. • Acondicionamiento térmico dentro de áreas comunes. • Señalética, salida y entrada • Entrada principal para clientes y otra para servicio • Rampas para sillas de ruedas	
11	**Área de clientes general**	• Cuenta con habitaciones para personas con capacidades especiales ubicadas en la parte baja del establecimiento • Todas las habitaciones con baño privado • Aire concionador en todas las habitaciones • Servicio telefónico • Caja fuerte en recepción • Cerradura para puerta de acceso a la habitación • Almohada extra a petición del huésped • Closet armario y colgador de ropa • Escritorio, silla • Luz de velador • Cafetería • Salón de eventos	• Caja fuerte en cada habitación • Área para fumadores • Portamaletas
12	**Área de clientes cuartos de baño y aseo privado**	• Agua caliente centralizada las 24 horas. • Iluminación independiente sobre lavamanos • Espejo de medio cuerpo sobre lavamanos • Espejo flexible y de aumento sobre lavamanos	• Secador de cabello

		• Juego de toallas cuerpo, manos y pies • Toalla de piso para salida de la tina/ducha • Amenities de limpieza, champú, jabón, papel higiénico • Vaso • Acondicionador • Enjuague bucal • Crema	
13	**Servicios Generales**	• Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito • Cuenta con alcantarillado • Servicio médico para emergencia • Sistema de tratamiento de aguas residuales • Cámaras de seguridad • Silla de ruedas disponibles para huéspedes • Cama extra servicio a petición del huésped • Servicio de garaje • Servicio de cafetería	• Cuenta con personal certificado en competencias laborales en las áreas operativas y administrativas del establecimiento • Cuenta con personal que hable algún idioma extranjero en las áreas de contacto con el huésped • No cuenta con un buzón se sugerencia u otro tipo de evaluación del servicio • El establecimiento no cuenta con certificaciones

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Organigrama Institucional Hostal los Arrozales



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 2. Organigrama Institucional Hostal los Arrozales

Estado actual del Hostal los Arrozales

He tomado como referencia algunas fotografías del estado actual de las áreas del establecimiento.

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

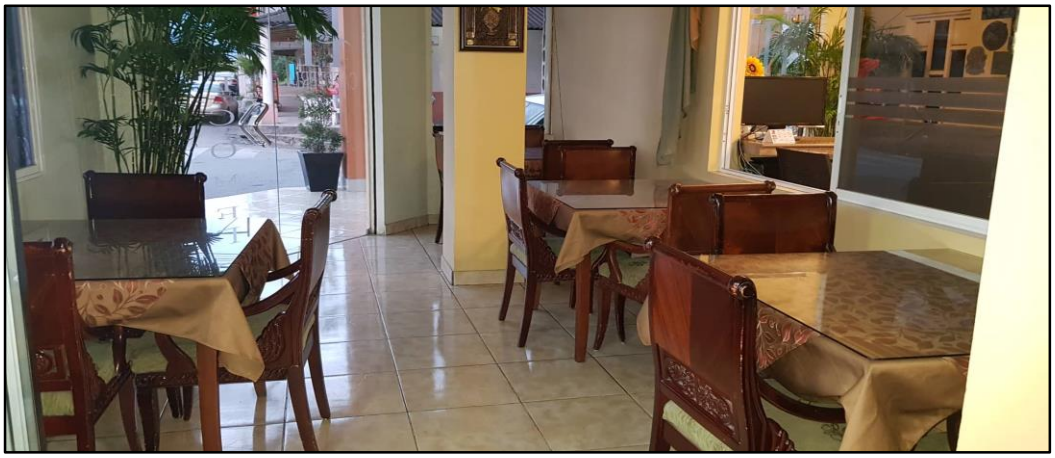
Figura 3 Infraestructura del Hostal los Arrozales

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 4 . Recepción del Hostal los Arrozales

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 5 Lobby del Hostal los Arrozales



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 6 Cafetería del Hostal los Arrozales

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 7 Habitaciones simples del Hostal los Arrozales

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 8 Habitaciones dobles del Hostal los Arrozales

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 9 Habitaciones triples Hostal los Arrozales

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 10 Garaje del Hostal los Arrozales

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 11 señalética de emergencia del Hostal los Arrozales

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 12 Sistema de video vigilancia del Hostal los Arrozales.

Entrevistas

Entrevista al gerente del Hostal Los Arrozales

¿Cómo está organizado el personal administrativo del hostal los Arrozales?

Tenemos un organigrama centralizado donde cada departamento del hostal tiene bien claro cuáles son sus funciones para lograr que el hostal tenga un buen funcionamiento.

¿Qué herramientas de marketing utiliza usted para ofertar los servicios del hostal?

Las formas con que promocionados nuestros se servicios se basa en la utilización de Tips que están en auge como redes sociales, medios audiovisuales radio, tv y en folletos y catálogos turísticos.

¿Con que frecuencia se capacita al personal del hotel?

El Personal lo capacitados cada año en todas las áreas afines al hostal con lo cual incentivamos nuestra política empresarial de servicio y calidad los 12 meses del año, así mismo cuidamos de la estabilidad de nuestros empleados como eje fundamental de nuestro hotel

¿El hostal trabaja conjuntamente con otras empresas (Restaurantes, empresas de transporte, servicios de guías), para brindar un mejor servicio a los clientes?

Tenemos convenios con agencias de viajes para que ocupen nuestras instalaciones con precios muy accesibles pero no todo el tiempo si no en temporadas altas, sin descuidar la cálida de nuestro servicio dentro del hostal no contamos con guías turísticos pero podemos facilitarle mediante las agencias de viajes en nuestra localidad

¿Porque cree que los clientes prefieren los servicios que presta su hostal?

Por qué el cliente al momento de entrar a las instalaciones empieza a sentirse como en casa por sus instalaciones y la hospitalidad de todos quienes formamos esta empresa

Entrevista al recepcionista del Hostal Los Arrozales

¿Cómo es su ambiente laboral?

En el hostal las personas que laboramos en esta empresa compartimos principalmente el respeto y el compañerismo nuestro lema es atender bien al cliente brindarle siempre lo mejor y ser siempre amables con el fin de que el cliente se sienta como en casa

¿Recibe capacitación constante sobre su puesto de trabajo?

Si cada colaborador recibe capacitación acorde a su trabajo también nos capacitamos en atención al cliente y servicios complementarios para ofrecer siempre lo mejor al cliente

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

Si la mayoría de los clientes se van satisfechos por los servicios ofrecidos y es por eso que tenemos clientes extranjeros que vuelven cada año a ocupar nuestros servicios por la calidad y la calidez que se les brinda

¿Qué tipo de clientes y en que temporadas visitan el hostal?

La mayoría de clientes que visita el hotel son gente propia de Macará pero que residen en el extranjero, también es visitado por gente que viaja hasta el Perú pues estamos ubicados 10 minutos del puente internacional, el hotel tienen mayor afluencia de clientes en los meses de agosto y septiembre por las festividades del cantón.

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

Si es el sueldo básico y recibo los benéficos que por ley me corresponden.

Matriz FODA Hostal los Arrozales

Cuadro 3. Matriz Hostal los Arrozales

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Cuenta con una excelente infraestructura **F2**. Ubicación favorece la preferencia del cliente **F3**. Precios cómodos **F4**.Seguridad y atención las 24 horas **F5.** Las instalaciones están adecuadas para personas con capacidades especiales **F6.** Dispone de aire acondicionado en todos sus espacios **F7.** Tiene la marca establecida **F8**. El propietario tiene la voluntad para el cambio **F9**. Cuenta con espacio para garaje **F10**. Buenas relaciones empleado-empleador **F11**. Cuenta con señalética de seguridad **F12**. Cuenta con servicio de cafetería **F13**. Alianzas con otras empresas para los servicios turísticos y el servicio de transporte a clientes **F14.** Cuenta con espacios para ampliar la infraestructura del lugar y subir de categoría **F15**. En temporadas altas se cuenta con personal suficiente para atención al cliente.	**D1**.falta de capacitar al personal en diferentes áreas **D2**. Los empleados no tienen uniforme **D3.** No cuenta con un plan de promoción **D4**. No cuenta con un manual de funciones **D5**. La capacitación a los empleados para atención al cliente es anual **D6**. El registro de clientes es manual **D7.** No existe un sistema para medir la satisfacción del cliente **D8.** Oferta de servicio de alimentación es limitada **D9**. No cuenta con un sistema de reservas online **D10**. No cuenta con alianzas con agencias de viajes **D11.** No cuenta con tarjetas de presentación.

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.1.2.2. Hostal Terra Verde

Quienes somos

Somos una empresa familiar con gran vocación de servicio público enfocada en la satisfacción total del cliente. Estamos comprometidos con el bienestar de nuestros clientes y colaboradores y con el desarrollo y progreso de nuestro cantón.

Características

El Hostal Terra Verde ofrece otro concepto en hospedaje brindando al cliente los mejores servicios, es una empresa familiar que inicio en el año 2003 en la actualidad cuenta con 15 años brindando hospitalidad a sus clientes se encuentra ubicado en las calles Lázaro Vaca diagonal al Hospital Binacional de Macará, su gerente es el Ing. Patricio Luzuriaga, entre los servicios que ofrece el hostal están: cafetería, internet, gimnasio. El hostal cuenta con 6 empleados los cuales son 2 recepcionistas, 1 camarera, 1 administrador, 1 gerente, 1 cocinero

Valores.

Nuestro hostal se rige por valores que permiten a nuestros colaboradores una convivencia basada en respeto y amistad, fomentando con ello el trabajo en equipo, y brindando una atención apropiada a nuestros huéspedes poniendo en práctica el respeto, honestidad y el compromiso.

Misión

Atender a nuestros huéspedes con la amabilidad que nos caracteriza y brindarles un servicio con los más altos estándares de calidad, para que disfruten su estadía y de esa manera obtener su preferencia y fidelidad hacia nosotros.

Visión

Convertirnos en el hostal líder en calidad y atención al huésped en el cantón Macará, a través de una política de mejoramiento continuo y de la búsqueda de la satisfacción total del cliente durante su permanencia en nuestras instalaciones.

Contactos

Teléfono: 072-694-990

Celular: 099184622

Medio de Difusión

Se encuentra siendo publicitado mediante una página en Facebook, la cual se puede buscar con el nombre de Hostal Terra Verde.

Cuadro 4 Matriz de diagnóstico del Hostal Terra Verde

N°	VARIABLE	DOCUMENTO	
		REQUERIMIENTOS	
		CUMPLE	**NO CUMPLE**
1	**Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)**	• Formulario n 2, que se debe llenar con la dirección exacta y datos del negocio • Formulario de permiso de funcionamiento copia de cedula de identidad • Pago de la patente municipal, activo totales y bomberos • Documentos de salud de las personas que laboran en el local • Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	• Especificación de las funciones para cada trabajador
2	**Registro Único Contribuyente. (R.U.C.)**	• Inscripción en el servicio de rentas internas(SRI) • Pago del IVA al 12%	• Pago del 10% de los servicios
3	**Municipio**	• Carnet de salud a todo el personal, la misma que es otorgado por la	•

		dirección provincial de salud • permiso de cuerpo de bomberos el mismo que cumple con: plan de contingencia, señalética de no fumar, extintor, salida de emergencia, pago anual de permiso de funcionamiento contra incendios, señalética en caso de emergencia • registro generador de desechos sanitarios el mismo que cumple con: el manejo adecuado de residuos orgánicos e inorgánicos.	
4	**Hidrocarburos**		• El Hostal Los Arrozales no Cuenta con permisos de Hidrocarburos, transporte de combustible otorgado por la agencia de Hidrocarburos
5	**Gestión de Riesgos**	• El Hostal si cuenta con plan de contingencia y gestión operativa que ayuda a controlar situaciones de emergencia y minimizar sus consecuencias negativas los requisitos que debe cumplir son: • Botiquín de primeros auxilios, lámparas de emergencia internas, vías de evacuación	• Megáfono, identificación de amenazas,

		señalizadas, puertas de emergencia funcionales, señalética, sistemas de alarmas, zonas de seguridad, riesgo social	
6	**Agencia de registro sanitario (ARCSA).**	• Cumplimiento con la normativa sanitaria. • Condiciones higiénicas dentro de las habitaciones, (colchones, sabanas, almohadas, edredones) • Baños (toallas limpias, inodoro desinfectado) • Manipulación de alimentos de forma rigurosa por que el personal si hace uso de las malla y cubre bocas.	
7	**Ministerio de trabajo**	• Remuneración a los empleados pagar el ultimo día del mes • Aporte a seguro socia de los empleados hasta el 15 de cada mes • Decima cuarta remuneración bonificación actual equivalente a la remuneración básica (hasta el 15 de agosto) • Décimo tercera remuneración o bono navideño (hasta 24 de diciembre de cada año)	• Pagar el 25% de utilidades a los empleados hasta el 15 de abril de cada año • Uniformes para el personal se debe suministrar anualmente uniformes para el personal de la empresa • Repartir el 10% de servicio

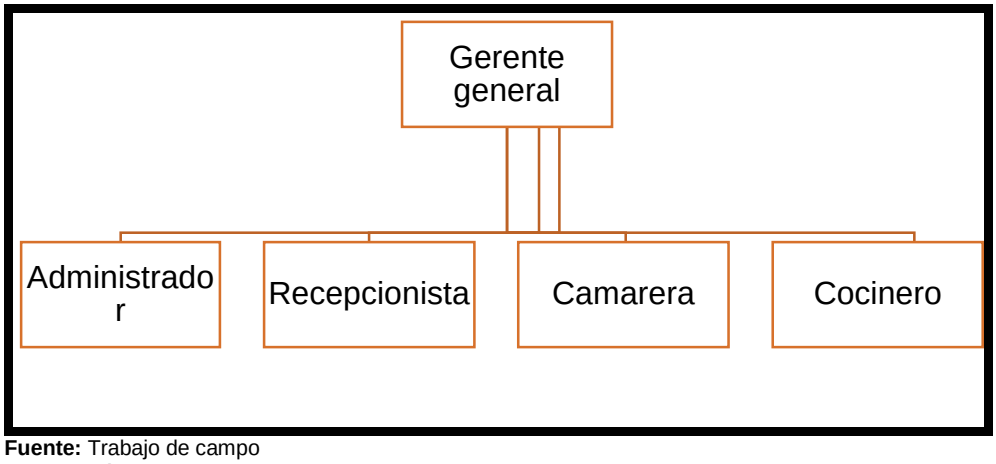
8	**Consejo Nacional para Igualdad de Discapacidades (CONADIS)**	• Personal capacitado para la atención a personas con capacidades especiales • El establecimiento cuenta con rampas de acceso para personas que tenga discapacidad.	• Sistema Braile
9	**Ministerio del Ambiente**	• Empresa eco eficiente (manejo responsable de los recursos naturales, uso de correcto de los recursos) • Gestión de desechos • Consumo de agua	• Energía de panel solar • Gestión de compras responsables • Eco transporte • Facturación electrónica(eco papel) • Manejo de aguas residuales
10	**Infraestructura Hostal Terra Verde**	• Acondicionamiento térmico dentro de áreas comunes. • Señalética, salida y entrada • Rampas para sillas de ruedas	• Estacionamiento propio dentro de las instalaciones del establecimiento. • Entrada principal para clientes y otra para servicio
11	**Área de clientes general**	• Cuenta con habitaciones para personas con capacidades especiales ubicadas en la parte baja del establecimiento	• Caja fuerte en cada habitación • Área para fumadores • Portamaletas • Caja fuerte en recepción

		• Todas las habitaciones con baño privado • Aire concionador en todas las habitaciones • Servicio telefónico • Cerradura para puerta de acceso a la habitación • Almohada extra a petición del huésped • Closet armario y colgador de ropa • Escritorio, silla • Luz de velador • Cafetería	
12	**Área de clientes cuartos de baño y aseo privado**	• Agua caliente centralizada las 24 horas. • Iluminación independiente sobre lavamanos • Espejo de medio cuerpo sobre lavamanos • Espejo flexible y de aumento sobre lavamanos • Juego de toallas cuerpo, manos y pies • Toalla de piso para salida de la tina/ducha • Amenities de limpieza, champú, jabón, papel higiénico • Vaso • Acondicionador • Enjuague bucal • Crema	• Secador de cabello
13	**Servicios Generales**	• Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito • Cuenta con alcantarillado	• Cuenta con personal certificado en competencias laborales en las áreas operativas y

		• Servicio médico para emergencia • Sistema de tratamiento de aguas residuales • Cámaras de seguridad • Silla de ruedas disponibles para huéspedes • Cama extra servicio a petición del huésped • Gimnasio • Servicio de cafetería	administrativas del establecimiento • Cuenta con personal que hable algún idioma extranjero en las áreas de contacto con el huésped • No cuenta con un buzón se sugerencia u otro tipo de evaluación del servicio • El establecimiento no cuenta con certificaciones

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Organigrama Institucional del Hostal Terra Verde



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 13. Organigrama Institucional Hostal Terra Verde

Generalidades del Hostal Terra Verde

Se encuentra ubicado en la provincia de Loja, Cantón Macará, calle Lázaro Vaca diagonal al Hospital Binacional de Macará.

El Hostal actualmente se encuentra administrado por el Ing. Patricio Luzuriaga representante legal del Hostal con **RUC, Nº:1102186862001**

Hostal Terra Verde, es un establecimiento de dos estrellas que cuenta con 13 plazas poniendo a disposición a sus clientes los siguientes servicios:

- Nº de plazas simples: 3
- Nº de plazas Dobles: 5
- Nº de plazas Triples: 3
- Nº de plazas Matrimoniales: 2

Así mismo cuenta con dos departamentos que son:

- Recepción
- Consejería

Estado actual del Hostal Terra Verde

He tomado como referencia algunas fotografías del estado actual de las áreas del establecimiento.

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 14 Infraestructura del Hostal Terra Verde

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 15 Recepción del Hostal Terra Verde

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 16 Lobby del Hostal Terra Verde

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 17 Cafetería del Hostal Terra Verde

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

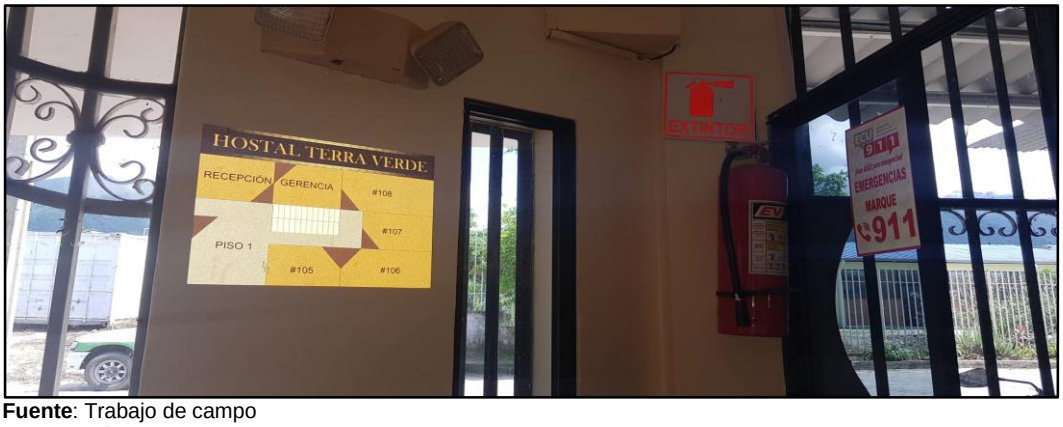
Figura 18 Habitaciones simples del Hostal Terra Verde

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 19 Habitaciones dobles del Hostal Terra Verde

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 20 Habitaciones triples del Hostal Terra Verde

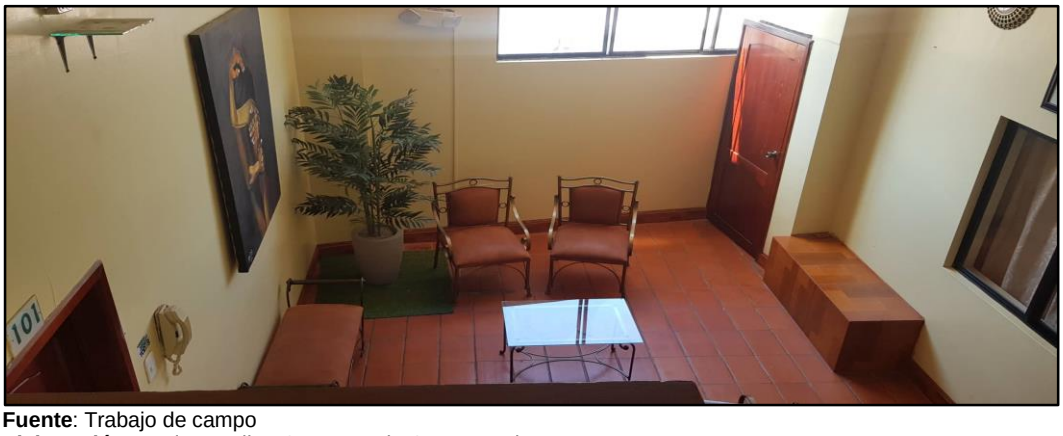


Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 21 Señalética

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 22 Servicios



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 23 Área social del Hostal Terra Verde

Entrevistas

Entrevista dirigida al gerente del Hostal Terra Verde

- **¿Cómo está organizado el personal administrativo del hostal Terra Verde?**

  Mediante el organigrama institucional que maneja nuestro hostal tenemos varias personas que ayudan al cumplimiento de las labores del hostal por ejemplo un administrador camarera y recepcionista.
- **¿Qué herramientas de marketing utiliza usted para ofertar los servicios del hostal?**

  Se promociona mediante afiches y algunos letreros de señalización en puntos estratégicos de afluencia de gente
- **¿Con que frecuencia se capacita al personal del hostal?**

  El personal recibe capacitación 1 vez al año o cuando entra personal nuevo a laborar en el hostal.
- **¿El hostal trabaja conjuntamente con otras empresas (Restaurantes, empresas de transporte, servicios de guías), para brindar un mejor servicio a los clientes?**

  Contamos con un servicio de empresas de transporte a disposición del hostal las 24 horas.
- **¿Porque cree que los clientes prefieren los servicios que presta su hostal?**

  Porque brindamos un servicio de calidad y calidez.

Entrevista al recepcionista del Hostal Terra Verde

- **¿Cómo es su ambiente laboral?**

  El ambiente laboral en el cual me encuentro trabajo es muy bueno, existe colaboración dentro del ámbito laboral
- **¿Recibe capacitación constante sobre su puesto de trabajo?**

  Si al momento que empecé a trabajar como recepcionista recibí capacitaciones en temas de atención al cliente

- **¿Desde su punto de vista todos los clientes se sienten satisfechos con los servicios que presta el hostal?**

  Si, la mayoría de los clientes manifiestan su satisfacción con los servicios que presta este hostal.
- **¿Qué tipo de clientes y en que temporadas visitan el hostal?**

  Existe gran diversidad en cuanto al tipo de clientes, ya que por ser una región fronteriza nos visitan también extranjeros, las temporadas en las que visitan los clientes son en feriados y los meses de agosto y septiembre por celebrarse las fiestas del cantón.
- **¿Considera usted que lo que gana (sueldo) compensa con su trabajo realizado?**

  Si el sueldo es acorde a mi trabajo.

Matriz FODA Hostal Terra Verde

Cuadro 5. Matriz Hostal Terra Verde

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Ambiente visual en el área del servicio en óptimas condiciones. **F2.** Cuenta con una excelente infraestructura **F3**. Ubicación favorece la preferencia del cliente **F4**. Precios cómodos **F5**.Seguridad y atención las 24 horas **F6.** Las instalaciones están adecuadas para personas con capacidades especiales **F7**. Dispone de aire acondicionado en todos sus espacios **F9**. El propietario tiene la voluntad para el cambio **F11**. Buenas relaciones empleado-empleador **F12**. Cuenta con señalética de seguridad F**13**. Cuenta con infraestructura de cafetería **F14.** Alianzas con otras empresas para los servicios turísticos y el servicio de transporte a clientes **F15.** En temporadas altas se cuenta con personal suficiente para atención al cliente	**D1.**falta de capacitar al personal en diferentes áreas **D2.**No cuenta con parqueadero **D3.** Los empleados no tienen uniforme **D4**. No cuenta con página de Facebook **D5**. La capacitación a los empleados para atención al cliente es anual **D6.** El registro de clientes es manual **D7**. No existe un sistema para medir la satisfacción del cliente **D8.** No cuenta con un sistema de reservas on line **D9**. No cuenta con alianzas con agencias de viajes **D10.** No cuenta con un manual de funciones. **D11.** No cuenta con una marca establecida

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.2. OBJETIVO 2: Evaluar la calidad de servicio que ofrece los hostales de segunda categoría en el cantón Macará

6.2.1. Aplicación de la encuesta del modelo SERVQUAL a los clientes de los hostales de segunda categoría de la ciudad de Macará (Anexo 3. Modelo de encuesta SERVQUAL aplicada a los establecimientos hoteleros. , pág. 166)

6.2.1.1 Resultado de aplicación de modelo SERVQUAL

Análisis e interpretación de Datos del Hostal Los Arrozales

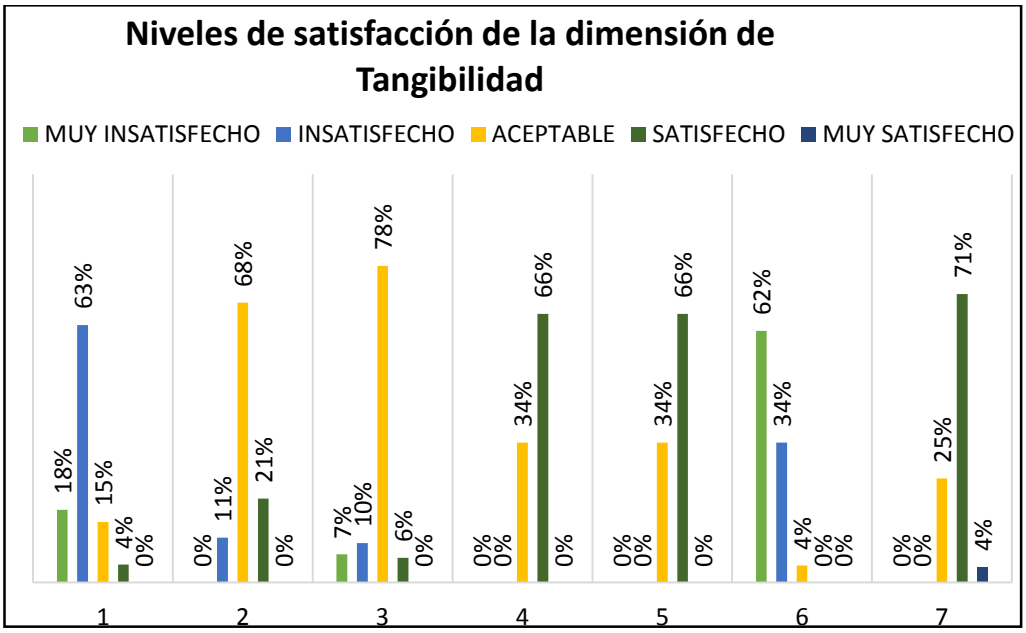
Cuadro 6 ***Niveles de satisfacción de la dimensión de Tangibilidad***

Fuente: trabajo de campo

N	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN					
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO	TOTAL
1	El empleado utiliza equipos–equipos modernos	18%	63%	15%	4%	0%	100%
2	La folletería impresa (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros.	0%	11%	68%	21%	0%	100%
3	Existen materiales suficientes para la presentación del servicio.	7%	10%	78%	6%	0%	100%
4	Las instalaciones de tipo física se encuentran en buenas condiciones.	0%	0%	34%	66%	0%	100%
5	Las instalaciones son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio	0%	0%	34%	66%	0%	100%

6	Considera que uniforme del personal es el adecuado para laborar en el establecimiento	62%	34%	4%	0%	0%	100%
7	El servicio brindado llena sus expectativas.	0%	0%	25%	71%	4%	

Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 24. Niveles de satisfacción de la dimensión de Tangibilidad

Análisis e Interpretación de Datos

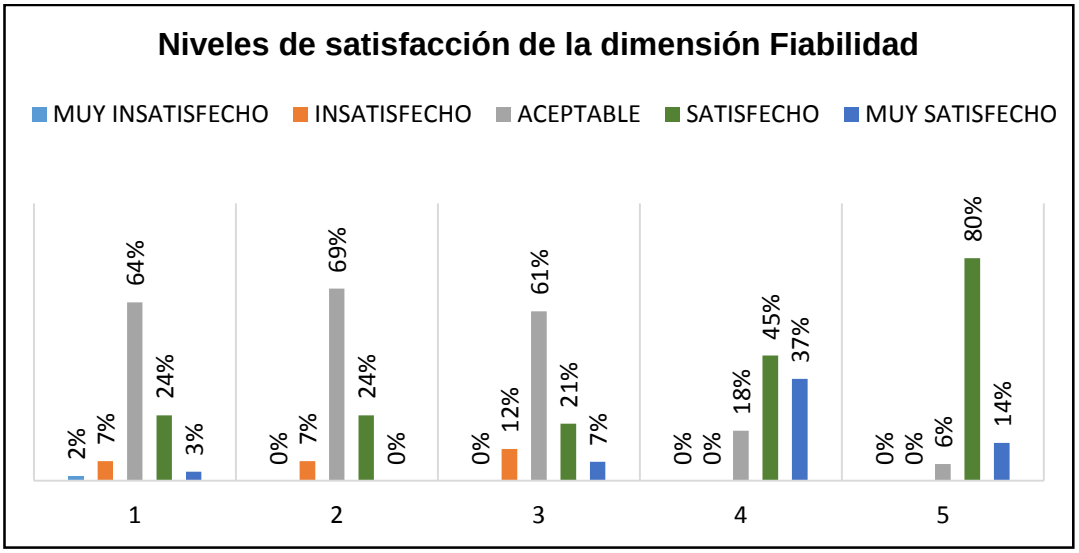
Del 100% de encuestados el 63% de estos está insatisfecho respecto a los equipos modernos que el empleado utiliza; el 68% afirma que es aceptable la folletería impresa que se utiliza en el establecimiento; el 78% considera que son aceptables los materiales impresos que se utiliza en el hotel; el 66% afirma que está satisfecho respecto a las instalaciones de tipo física; los mismos datos se ven reflejados respecto al cuidado y óptimas condiciones de estas; el 62% de los clientes está muy insatisfecho en el

uniforme que el personal utiliza ; el servicio brindado llena las expectativas del cliente en un 71%.

Cuadro 7. Niveles de satisfacción de la dimensión Fiabilidad

N	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
8	¿Cuándo el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?	2%	7%	64%	24%	3%
9	¿Cuando un cliente tiene un problema, el empleado demuestra interés en solucionarlo?	0%	7%	69%	24%	0%
10	¿El empleado realiza bien el servicio desde la primera vez que ofrece su atención?	0%	12%	61%	21%	7%
11	Le es brindada atención individual y personalizada por igual a todos los clientes	0%	0%	18%	45%	37%
12	Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.	0%	0%	6%	80%	14%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 25. Niveles de satisfacción de la dimensión Fiabilidad

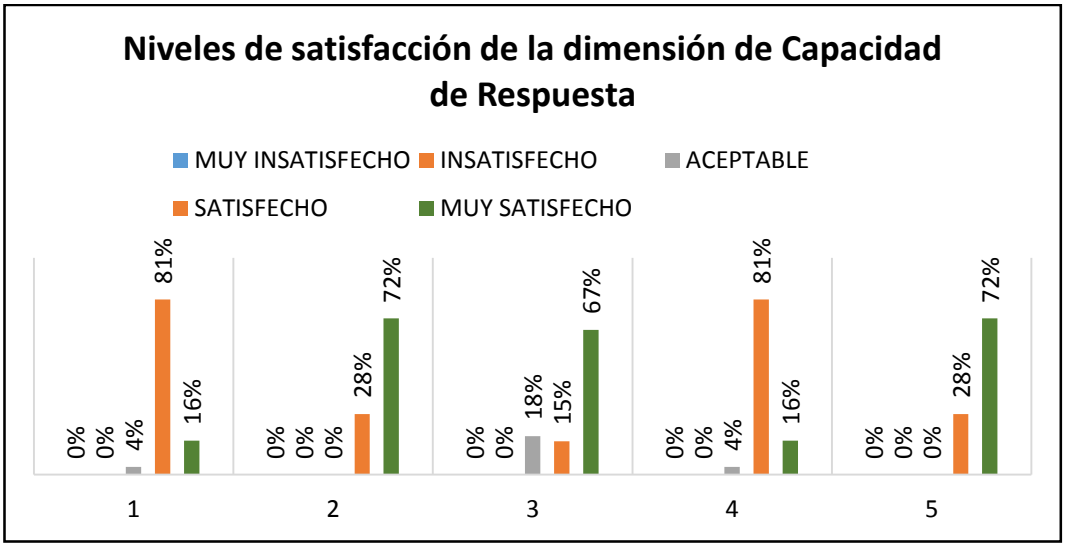
Análisis e Interpretación de Datos

De los 365 encuestados el 64% considera que es aceptable que el empleado de servicios cuando promete hacer algo lo cumple en cierto tiempo ; el 69 % manifiesta que es aceptable que el empleado demuestre interés en solucionar problemas del cliente; el empleado realiza bien el servicio desde la primera vez que lo ofrece esto se lo ve reflejado con el 61% de encuetados que lo considera aceptable; 45% está satisfecho con la atención brindada individual y personalizada ; los empleados están capacitados para poder responder las preguntas de los clientes ya que el 80% de encuestados está satisfecho al respecto.

Cuadro 8. Niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de Respuesta

N	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
13	El tiempo que espero para obtener el servicio fue satisfactorio	0%	0%	4%	81%	16%
14	Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderles	0%	0%	0%	28%	72%
15	Si necesita resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado	0%	0%	18%	15%	67%
16	Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio	0%	0%	4%	81%	16%
17	Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.	0%	0%	0%	28%	72%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 26. Niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de Respuesta

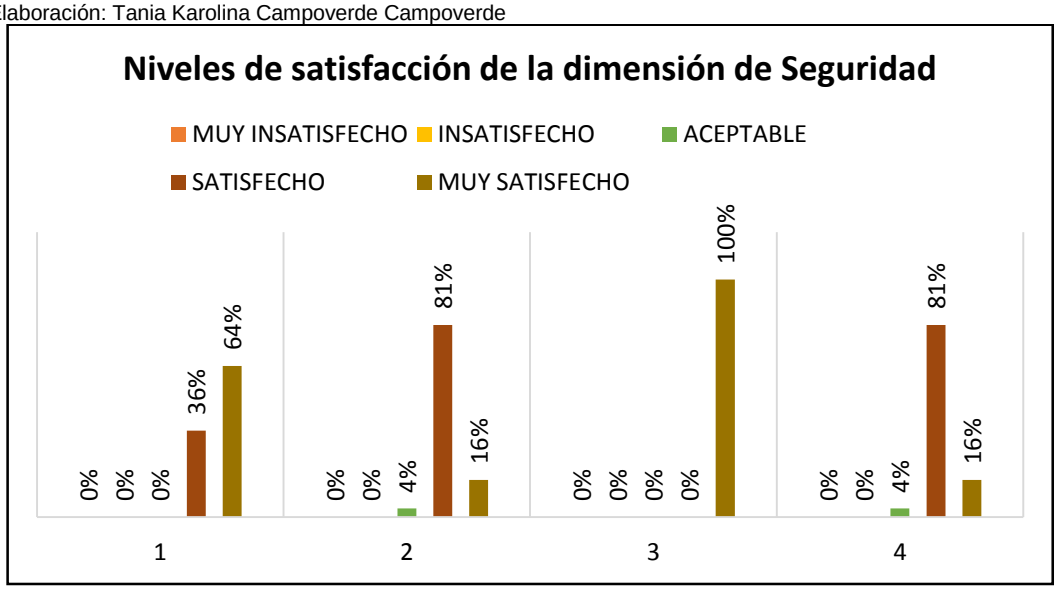
Análisis e Interpretación de Datos

Tras realizar las encuestas a los clientes del Hostal los Arrozales se verifico que el 81% de estos está satisfecho con el tiempo de espera para obtener el servicio ; el 72% está muy satisfecho ya que los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderlos; el empleado siempre está presto para resolver dudad en un tiempo adecuado esto lo demuestra el 67% de clientes al estar muy satisfecho al respecto; el 81% de encuetados está satisfecho ya que los empleados demuestran estar capacitados para brindar el servicio y el 72% se encuentra muy satisfecho por la disponibilidad de los empleados.

Cuadro 9. Niveles de satisfacción de la dimensión de Seguridad

N	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
18	El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad	0%	0%	0%	36%	64%
19	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.	0%	0%	4%	81%	16%
20	Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes	0%	0%	0%	0%	100%
21	Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio	0%	0%	4%	81%	16%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 27. Niveles de satisfacción de la dimensión de Seguridad

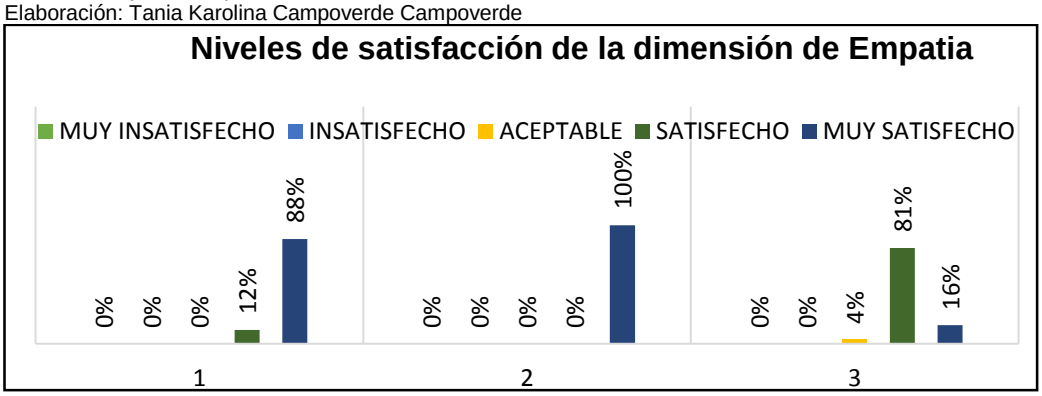
Análisis e Interpretación de Datos

El 64% de encuestados manifiesta que el comportamiento de los empleados les inspira confianza y seguridad ya que están muy satisfechos al respecto; el 81% está satisfecho en que los empleados tienen los conocimientos suficientes para responder sus preguntas; al demostrar igualdad para todos sus clientes el 100% está muy satisfecho; en la demostración de la organización en el servicio el 81% se encuentra satisfecho.

Cuadro 10. Niveles de satisfacción de la dimensión de Empatía

Nº	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
22	El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes	0%	0%	0%	12%	88%
23	Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios	0%	0%	0%	0%	100%
24	El empleado entiende las necesidades específicas del cliente.	0%	0%	4%	81%	16%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 28. Niveles de satisfacción de la dimensión de Empatía

Análisis e Interpretación de Datos

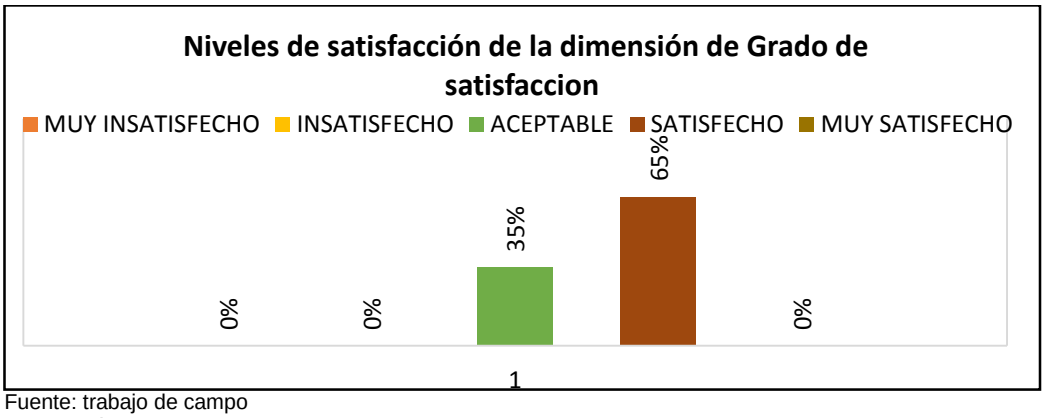
Del 100% de los encuestados el 83% está muy satisfecho con el interés que el empleado demuestra a sus clientes; el 100% está muy satisfecho

con los horarios que el hostal brinda; y el 81% se encuentra satisfecho ya que el empleado entiende las necesidades específicas del cliente.

Cuadro 11. Niveles de satisfacción de la dimensión de Grado de satisfacción

Nº	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
25	Qué grado de satisfacción adquirió tras recibir el servicio	0%	0%	35%	65%	0%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 29. Niveles de satisfacción de la dimensión de Grado de satisfacción

Análisis e Interpretación de Datos

En cuanto a la percepción de los clientes tras haber recibido el servicio el 65% se encuentra satisfecho.

6.2.2. FODA O/A (Oportunidades y Amenzas)

Cuadro 12 Matriz FODA Hostal Los Arrozales

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Crecimiento de la demanda Turística en el cantón Macara **O2**.Nuevas políticas de gobierno apoyan actividad turística **O3.** Nuevos emprendimientos en el Cantón **O4.** Predisposición de las entidades financieras para emprendimientos **O5.** Cantón Fronterizo **O6.** Relaciones de binacionalidad **O7.** Infraestructura acorde a los precios y a lo que ofrece la competencia **O8.** Atención personalizada por parte de los empleados **O9.** Crecimiento de llegada de turistas al Ecuador **O10.** Existe en las medias empresas privadas con la capacidad de cumplir con los requerimientos del sector hotelero (Capacitación, diseño de uniformes, tecnología, publicidad, etc.)	**A1.**Falta de apoyo al sector turístico, por parte de las autoridades del cantón **A2.** Cambios en las necesidades de los clientes **A3.** Inseguridad en el Cantón por la delincuencia **A4**. Contrabando en zona fronteriza **A5.**Competencia con empleados que cumplen las reglamentación en cuanto a presentación **A6**. Hostales con sistema de reserva on line **A7.** Hostales con servicios complementarios

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.2.2.1. Matriz de Estrategias para el Hostal los Arrozales

Cuadro 13. Matriz de Estrategias Hostal los Arrozales

Fuente: trabajo de campo

	Fortalezas- F	**Debilidades –D**
	F2. Cuenta con una excelente infraestructura **F3**. Ubicación favorece la preferencia del cliente **F4**. Precios cómodos **F5**.Seguridad y atención las 24 horas **F6.** Las instalaciones están adecuadas para personas con capacidades especiales **F7.** Dispone de aire acondicionado en todos sus espacios **F8.** Tiene la marca establecida **F9**. El propietario tiene la voluntad para el cambio **F10**. Cuenta con espacio para garaje **F11**. Buenas relaciones empleado-empleador **F12**. Cuenta con señalética de seguridad **F13**. Cuenta con servicio de cafetería **F14**. Alianzas con otras empresas para los servicios turísticos y el servicio de transporte a clientes **F15.** Cuenta con espacios para ampliar la infraestructura del lugar y subir de categoría **F16**. En temporadas altas se cuenta con personal suficiente para atención al cliente	D1.falta de capacitar al personal en diferentes áreas D2. Los empleados no tienen uniforme D3. No cuenta con un plan de promoción D4. No cuenta con un manual de funciones D5. La capacitación a los empleados para atención al cliente es anual D6. El registro de clientes es manual D7. No existe un sistema para medir la satisfacción del cliente D8. Oferta de servicio de alimentación es limitada D9. No cuenta con un sistema de reservas online D10. No cuenta con alianzas con agencias de viajes D11. No cuenta con tarjetas de presentación.
Oportunidades- O	**Estrategias F-O**	**Estrategias D-O**
O1. Crecimiento de la demanda Turística en el cantón Macara.	Ampliar el menú para el servicio de cafetería(F9, F13, F14, F15, O1, O2, O4, O5, O6)	D1, D7, O2, O8, O9 Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal.

Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

O2.Nuevas políticas de gobierno apoyan actividad turística **O3.** Nuevos emprendimientos en el Cantón **O4.** Predisposición de las entidades financieras para emprendimientos **O5.** Cantón Fronterizo **O6.** Relaciones de binacionalidad **O7.** Infraestructura acorde a los precios y a lo que ofrece la competencia **O8.** Atención personalizada por parte de los empleados **O9.** Crecimiento de llegada de turistas al Ecuador **O10.** Existe en las medias empresas privadas con la capacidad de cumplir con los requerimientos del sector hotelero (Capacitación, diseño de uniformes, tecnología, publicidad, etc.)		D2, D3, O2, O10, Diseño de uniformes para personal del hostal que incluya la marca Proponer la reactivación de la página de facebook para promoción del hotel online (D5, D6, O1, O2, O3, O4, O6, O9, O10) Implementar un sistema de reservas y registro de clientes para el área de recepción (D6. O1,O2,OOOO4,O5, O6) Diseñar un dispositivo para medir la satisfacción del cliente (D8,D9,D11, O1,O9,O10) Proponer convenios con entidades turísticas para que se incorpore el hostal en sus paquetes turísticos y promociones en general (D12,O5,O6,O9) Proponer el diseño de una carta menú para el servicio de desayunos(D9,O7,O9) Proponer el Diseño de una Tarjeta de prestación(D12, O1,O2,O4,O8) Proponer un manual de funciones (O1, O2,O8,O9)
Amenazas – A	**Estrategias A-F**	**Estrategias D-A**
A1. Falta de apoyo al sector turístico, por parte de las autoridades del cantón **A2.** Cambios en las necesidades de los clientes **A3.** Inseguridad en el Cantón por la delincuencia **A4**. Contrabando en zona fronteriza **A5.**Competencia con empleados que cumplen las reglamentación en cuanto a presentación **A6**. Hostales con sistema de reserva on line **A7.** Hostales con servicios complementarios	Registrar al Hostal en Entidades de Promoción Turística (F2,F3,F4,F8 F9,F14,F16,A2, A5, A6, A7)	Solicitar al GAD cantonal y Ministerio del interior y otras instituciones relacionadas, se refuerce la seguridad en el sector. (D2,A1,A3, A4, A7) Implementación servicios para la satisfacción del cliente(D2,D4,A2,A7)

Análisis e interpretación de datos

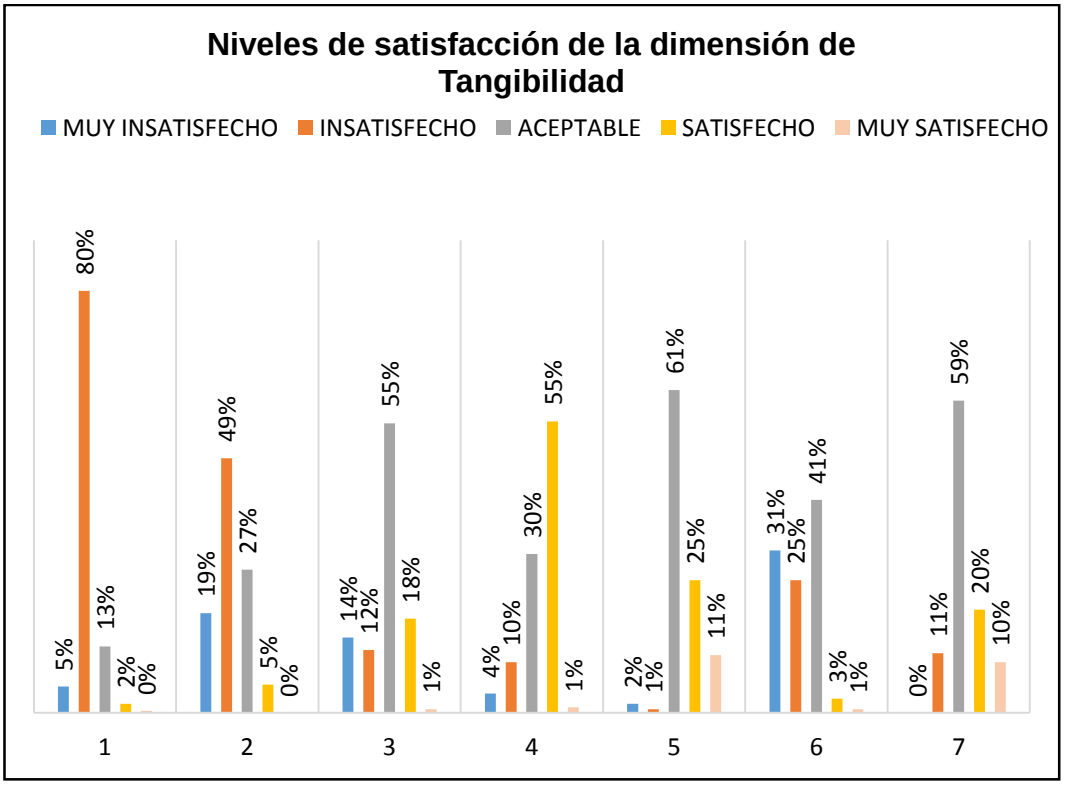
En base al modelo SERVQUAL la calidad del servicio al cliente en el hostal Los Arrozales es de 69%; este índice es aceptable de acuerdo a su categoría.

6.2.2.2. Análisis e interpretación de datos del Hostal Terra Verde

Cuadro 14. Niveles de satisfacción de la dimensión de Tangibilidad

Nº	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
1	El empleado utiliza equipos– equipos modernos	5%	80%	13%	2%	0%
2	La folletería impresa (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros.	19%	49%	27%	5%	0%
3	Existen materiales suficientes para la presentación del servicio.	14%	12%	55%	18%	1%
4	Las instalaciones de tipo física se encuentran en buenas condiciones.	4%	10%	30%	55%	1%
5	Las instalaciones son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio	2%	1%	61%	25%	11%
6	Considera que uniforme del personal es el adecuado para laborar en el hostal	31%	25%	41%	3%	1%
7	El servicio brindado llena sus expectativas.	0%	11%	59%	20%	10%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 30. Niveles de satisfacción de la dimensión de Tangibilidad

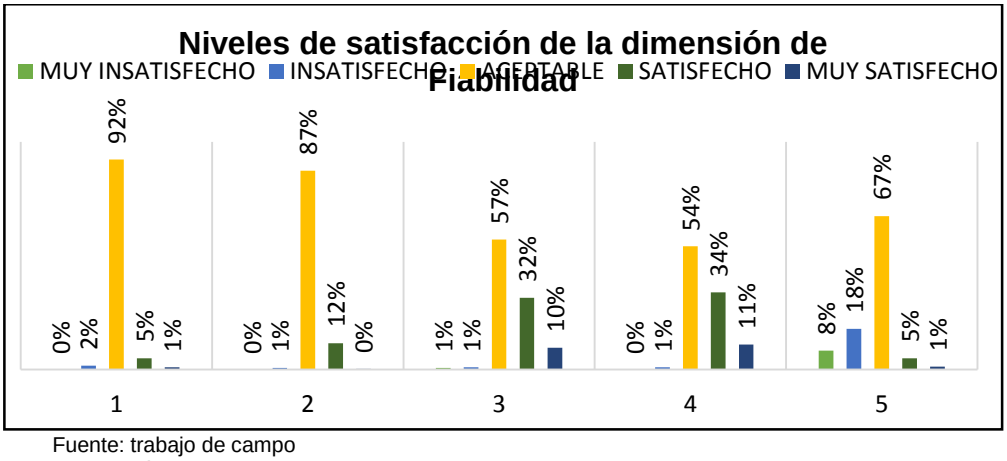
Análisis e Interpretación de Datos

De las encuestas aplicadas del 80% de clientes está insatisfecho en cuanto a los equipos modernos que los empleados utilizan en el Hostal en el mismo grado el 49% respecto a la folletería impresa; el 55% considera que aceptable la cantidad de materiales para la prestación de servicios ; el mismo porcentaje se encuentra satisfecho ya que las instalaciones de tipo física están en buenas condiciones al ser atractivas cuidadas y aptas para brindar un buen servicio el 61% considera que es aceptable al igualmente el 41% considera que el uniforme del personal es el adecuado para laborar en el establecimiento; cumpliendo en un 59% de aceptación en las expectativas del cliente.

Cuadro 15. Niveles de satisfacción de la dimensión de Fiabilidad

Nº	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
8	¿Cuándo el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?	0%	2%	92%	5%	1%
9	¿Cuando un cliente tiene un problema, el empleado demuestra interés en solucionarlo?	0%	1%	87%	12%	0%
10	¿El empleado realiza bien el servicio desde la primera vez que ofrece su atención?	1%	1%	57%	32%	10%
11	Le es brindada atención individual y personalizada por igual a todos los clientes	0%	1%	54%	34%	11%
12	Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.	8%	18%	67%	5%	1%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 31. Niveles de satisfacción de la dimensión de Fiabilidad

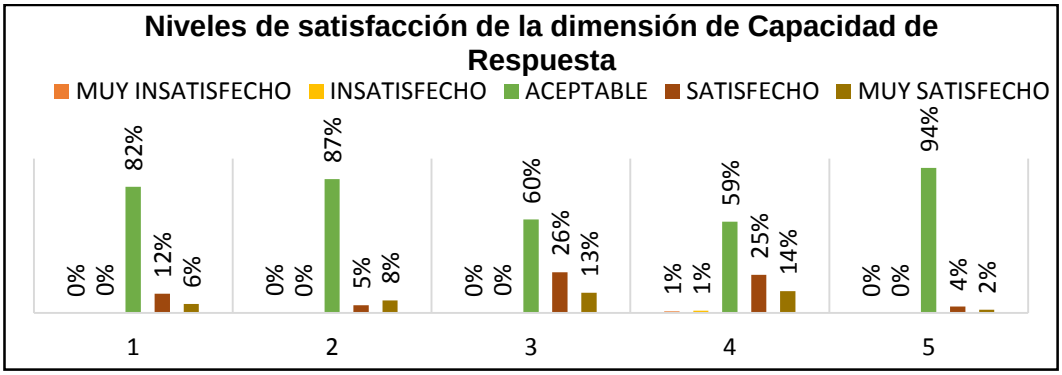
Análisis e Interpretación de Datos

Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple en un 92% de aceptación por parte de los clientes; el 87% considera que es aceptable el interés que este presta al solucionar un problema ; el mismo grado el 57% considera que el empleado realiza bien el servicio desde la primera vez al igual que el 54% le es brindada atención individual y personalizada demostrando que los empleados están capacitados para responder las preguntas de los clientes en un 67% de aceptación.

Cuadro 16. Niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de Respuesta

Nº	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
13	El tiempo que espero para obtener el servicio fue satisfactorio	0%	0%	82%	12%	6%
14	Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderles	0%	0%	87%	5%	8%
15	Si necesita resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado	0%	0%	60%	26%	13%
16	Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio	1%	1%	59%	25%	14%
17	Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.	0%	0%	94%	4%	2%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 32. Niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de Respuesta

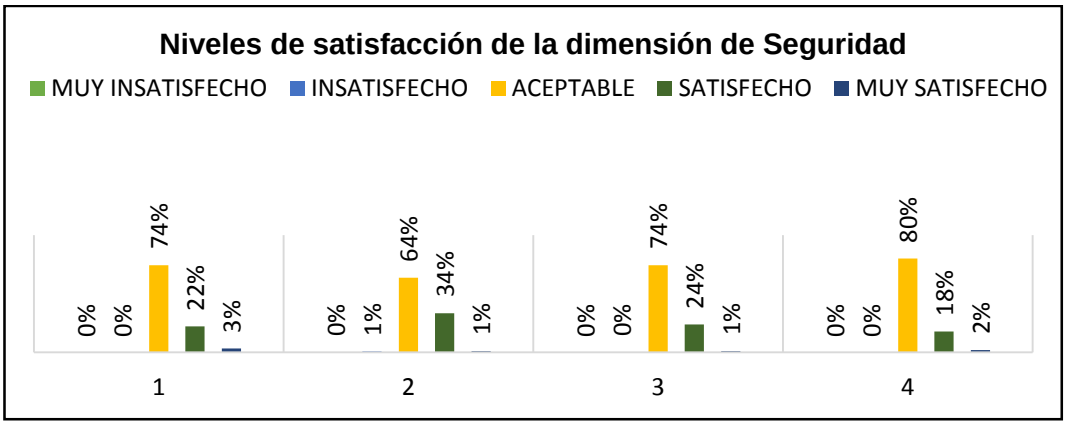
Análisis e Interpretación de Datos

Del 100% de encuestados el 82% manifiesta que es aceptable el tiempo de espera para obtener el servicio; los empleados nunca están muy ocupados para atender a sus clientes ya que el 87% manifiesta que es aceptable en el mismo grado el 60% de clientes considera que el empleado resuelve sus dudas en un tiempo adecuado; el 59% muestra que los empleados están capacitados para obtener un pronto servicio demostrando su disponibilidad para ayudar a sus clientes esto se lo ve reflejado en un 94% de encuestas realizadas.

Cuadro 17. Niveles de satisfacción de la dimensión de Seguridad

Nº	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
18	El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad	0%	0%	74%	22%	3%
19	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.	0%	1%	64%	34%	1%
20	Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes	0%	0%	74%	24%	1%
21	Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio	0%	0%	80%	18%	2%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 33. Niveles de satisfacción de la dimensión de Seguridad

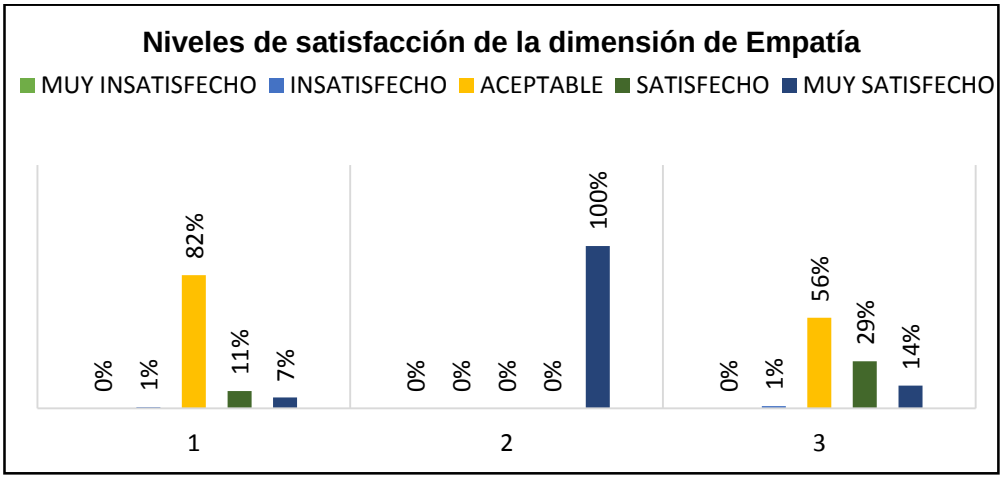
Análisis e interpretación de datos:

Según las encuestas realizadas arrojan un resultado de 74% confirma que es aceptable la confianza y seguridad que los empleados brindan a los clientes en el mismo nivel de satisfacción el 64% de clientes encuestados manifiestan que los empleados tienen conocimientos suficientes para responder sus preguntas demostrando igualdad en un 74% de aceptación al igual que el 80% de encuestados están de acuerdo con la capacidad de organización en el servicio.

Cuadro 18. Niveles de satisfacción de la dimensión de Empatía

Nº	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
22	El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes	0%	1%	82%	11%	7%
23	Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios	0%	0%	0%	0%	100%
24	El empleado entiende las necesidades específicas del cliente.	0%	1%	56%	29%	14%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 34. Niveles de satisfacción de la dimensión de Empatía

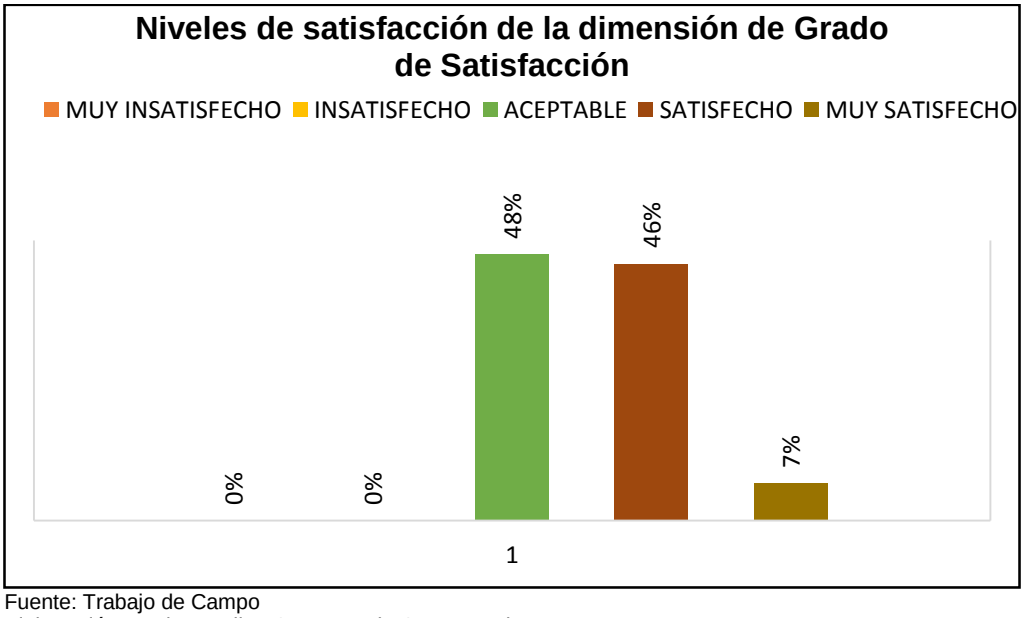
Análisis e Interpretación de Datos

En el Hostal Terra Verde el empleado se preocupa por los intereses de sus clientes esto se ve reflejado en las encuestas aplicadas ya que el 82% lo considera aceptable, al ofrecer horarios convenientes para los usuarios el 100% está muy satisfecho y el 56% manifiesta que es aceptable cuando el empleado entiende sus necesidades específicas.

Cuadro 19. Niveles de satisfacción de la dimensión de Grado de Satisfacción

Nº	PREGUNTAS	NIVELES DE SATISFACCIÓN				
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
25	Qué grado de satisfacción adquirió tras recibir el servicio	0%	0%	48%	46%	7%

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Figura 35. Niveles de satisfacción de la dimensión de Grado de Satisfacción

Análisis e Interpretación de Datos

Tras recibir el servicio de los clientes encuestados el 48% lo considero que es aceptable.

6.2.3. FODA O/A (Oportunidades y Amenazas)

Cuadro 20 Matriz FODA Hostal Terra Verde

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Crecimiento de la demanda Turística en el cantón Macara **O2**.Nuevas políticas de gobierno apoyan actividad turística **O3.** Nuevos emprendimientos en el Cantón **O4.** Predisposición de las entidades financieras para emprendimientos **O5.** Cantón Fronterizo **O6.** Relaciones de binacionalidad **O7.** Infraestructura acorde a los precios y a lo que ofrece la competencia **O8.** Atención personalizada por parte de los empleados **O9.** Crecimiento de llegada de turistas al Ecuador **O10.** Existe en las medias empresas privadas con la capacidad de cumplir con los requerimientos del sector hotelero (Capacitación, diseño de uniformes, tecnología, publicidad, etc.)	**A1.**Falta de apoyo al sector turístico, por parte de las autoridades del cantón **A2.** Cambios en las necesidades de los clientes **A3.** Inseguridad en el Cantón por la delincuencia **A4**. Contrabando en zona fronteriza **A5.**Competencia con empleados que cumplen las reglamentación en cuanto a presentación **A6**. Hoteles con sistema de reserva on line **A7.** Hoteles con servicios complementarios

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.2.3.1. Matriz de estrategias para el Hostal Terra verde

Cuadro 21. Matriz de Estrategias Hostal Terra Verde

Fuente: trabajo de campo

	Fortalezas-	**Debilidades –D**
	F1. Ambiente visual en el área del servicio en óptimas condiciones. **F2.**Cuenta con una excelente infraestructura **F3**. Ubicación favorece la preferencia del cliente **F4**. Precios cómodos **F5**.Seguridad y atención las 24 horas **F6.** Las instalaciones están adecuadas para personas con capacidades especiales **F7**. Dispone de aire acondicionado en todos sus espacios **F9**. El propietario tiene la voluntad para el cambio **F11**. Buenas relaciones empleado-empleador **F12**. Cuenta con señalética de seguridad F**13**. Cuenta con infraestructura de cafetería **F14.** Alianzas con otras empresas para los servicios turísticos y el servicio de transporte a clientes **F15.** En temporadas altas se cuenta con personal suficiente para atención al cliente	**D1.**falta de capacitar al personal en diferentes áreas **D2.**No cuenta con parqueadero **D3.** Los empleados no tienen uniforme **D4**. No cuenta con página de Facebook para promocionar **D5**. La capacitación a los empleados para atención al cliente es anual **D6.** El registro de clientes es manual **D7**. No existe un sistema para medir la satisfacción del cliente **D8.** No cuenta con un sistema de reservas on line **D9**. No cuenta con alianzas con agencias de viajes **D10.** No cuenta con un manual de funciones. **D11.**No cuenta con una marca establecida
Oportunidades- O	**Estrategias F-O**	**Estrategias D-O**
O1. Crecimiento de la demanda Turística en el cantón Macara **O2**.Nuevas políticas de gobierno apoyan a la actividad turística **O3.** Nuevos emprendimientos en el Cantón **O4.** Predisposición de las entidades financieras para emprendimientos **O5.** Cantón Fronterizo **O6.** Relaciones de binacionalidad **O7.** Infraestructura acorde a los precios y a lo que ofrece la competencia	Implementar servicios tecnológicos para atención al cliente, para medir el grado de satisfacción de los usuarios.(F2, F13, F14, F15, O1, O2, O4, O5, O6)	D1, D7, O2, O8, O9 Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal. Proponer el diseño de una marca(D11, O1,O2,O5, O6,O8) D2, D3, O2, O10, Diseño de uniformes para personal del hostal que incluya la marca Mejorar la promoción del hostal por medios online (D5, D6, O1, O2, O3, O4, O6, O9, O10) Proponer un manual de funciones (O1, O2,O8,O9) Proponer se abra un servicio de parqueadero (

O8. Atención personalizada por parte de los empleados **O9.** Crecimiento de llegada de turistas al Ecuador **O10.** Empresas locales con capacidades de cumplir demandas del sector hotelero		D2, O1, O2, O5, O6, O9, O10) Proponer agencias de viajes con las que se pueda realizar alianzas(D9, O1, O2, O5, O6, O9, O10) Implementar un sistema de reservas y registro de clientes para el área de recepción (D6. O1,O2,OOOO4,O5, O6) Diseñar un dispositivo para medir la satisfacción del cliente (D8,D9,D11, O1,O9,O10)
Amenazas – A	**Estrategias A-F**	**Estrategias D-A**
A1. Falta de apoyo al sector turístico, por parte de las autoridades del cantón **A2.** Cambios en las necesidades de los clientes **A3.** Inseguridad en el Cantón por la delincuencia **A4**. Contrabando en zona fronteriza **A5.**Competencia con empleados que cumplen la reglamentación en cuanto a presentación **A6**. Hoteles con sistema de reserva on line **A7.** Hoteles con servicios complementarios y actividades de recreación	Fortalecer y aplicar las alianzas establecidas con otras empresas turísticas que ofrezcan diferentes servicios para mejorar y complementar la atención al turista (F2,F3,F4,F8,F9,F14,F16,A2, A5, A6, A7	Solicitar al GAD cantonal y Ministerio del interior y otras instituciones relacionadas, se refuerce la seguridad en el sector. (D2, ,A1,A3, A4, A7) Implementación servicios de recreación para la satisfacción del cliente(D2,D4,A2,A7)

Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.3. Estrategias de aplicación

OBJETIVO 3: Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio en los Hostales de segunda categoría del Cantón Macará.

6.3.1. Estrategias según las dimensiones del modelo servqual

Elementos Tangibles

- Implementar un sistema de reservas y registro de clientes para el área de recepción
- Diseñar un dispositivo para medir la satisfacción del cliente.
- Proponer el Diseño de una Tarjeta de presentación
- Diseño de un flyer publicitario
- Diseño de uniformes para personal del hostal que incluya la marca

Fiabilidad

- Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal.

Capacidad de Respuesta

- Implementar un sistema de reservas y registro de clientes para el área de recepción
- Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal.

Seguridad

- Proponer un manual de funciones

Empatía

- Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal.
- Proponer el diseño de una carta menú para el servicio de desayunos

Grado de satisfacción

- Proponer la reactivación de la página de Facebook para promoción del hotel online
- Proponer el diseño de una marca
- Proponer la publicidad radial y televisiva

6.3.1.1. Hostal los Arrozales

1. Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal.
2. Diseño de uniformes para personal del hostal que incluya la marca
3. Proponer la reactivación de la página de Facebook para promoción del hotel online
4. Proponer convenios con entidades turísticas para que se incorpore el hostal en sus paquetes turísticos y promociones en general
5. Implementar un sistema de reservas y registro de clientes para el área de recepción
6. Diseñar un dispositivo para medir la satisfacción del cliente
7. Proponer el diseño de una carta menú para el servicio de desayunos
8. Proponer el Diseño de una Tarjeta de presentación.
9. Proponer un manual de funciones
10. Diseño de un flyer publicitario

6.3.1.2. Hostal Terra Verde

1. Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal.
2. Proponer el diseño de una marca
3. Diseño de uniformes para personal del hostal que incluya la marca
4. Mejorar la promoción del hostal por medios online
5. Proponer un manual de funciones
6. Proponer se abra un servicio de parqueadero
7. Proponer agencias de viajes con las que se pueda realizar alianzas
8. Implementar un sistema de reservas y registro de clientes para el área de recepción
9. Diseñar un dispositivo para medir la satisfacción del cliente
10. Diseño de un Flyer publicitario
11. Proponer la publicidad radial y televisiva

6.3.2. Cuadro comparativo para el desarrollo de estrategias para los Hostales

Cuadro 22 Resumen Estratégico

Cuadro Comparativo de estrategias		
	Los Arrozales	**Terra verde**
Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal.	x	X
Diseño de uniformes para personal del hostal que incluya la marca	x	X
Mejorar la promoción de Hostal por medios online.	X	X
Implementar un sistema de registro de clientes para el área de recepción	X	
Diseñar un dispositivo para medir la satisfacción del cliente	X	X
Proponer convenios con entidades turísticas para que se incorpore el hostal en sus paquetes turísticos y promociones en general	X	X
Proponer el diseño de una carta menú para el servicio de desayunos	X	
Proponer el Diseño de una Tarjeta de presentación.	X	
Proponer un manual de funciones	X	x
Implementar un plan de capacitación para los empleados del hostal.	x	X
Diseño de uniformes para personal del hostal que incluya la marca		X
Proponer el diseño de una marca		X
Proponer se abra un servicio de parqueadero		X
Diseño de un Flyer publicitario	X	x
Publicidad Radial		X

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

A continuación se presenta las estrategias generales para los hostales de segunda categoría del cantón Macará:

6.3.3. Plan de Capacitación para los empleados de los Hostales de segunda categoría del cantón Macará.

En el cuadro 23 se presenta la propuesta del plan de capacitación para los establecimientos de estudio.

Cuadro 23. Estrategia propuesta: Plan de Capacitación para los empleados de los Hostales de segunda categoría del cantón Macará.

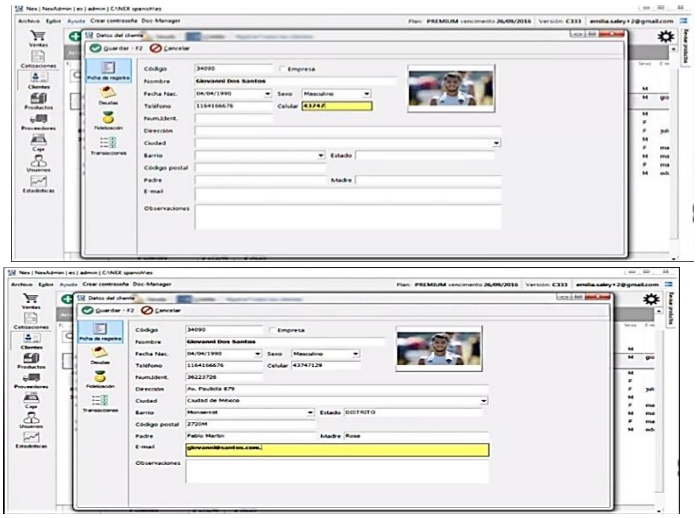
N#	Curso	Tiempo	Certificados	Lugar	Responsable de la capacitación	Mes	Días	Hora	Tiempo de Duración	Costo Pax.	# Pax.	Sub. Total
1	Atención al cliente	40 Horas	Si valido por 40 horas que sirven para el currículo del empleado	Salón de Eventos Hostal los Arrozales	Ing. Patricia Gonzales	Junio	Lunes Martes	16h00 18h00	10 semanas	Curso otorgado por el Mintur		
2	Hospitalidad	40 Horas	Si valido por 40 horas		Ing. Paulina Paladines	Julio	Lunes Martes	16h00 18h00	10 semanas			
3	Idioma Ingles	60 Horas	Si valido por 40 horas		Ing. Esther Mannale	Agosto	Sábado	08h00 13h00	12 semanas	30.00	6	180$
4	Recursos Humanos	20 Horas	Si valido por 40 horas		Ing. José Jaramillo	Octubre	Lunes Martes	18h00 21h00	04 semanas	Curso Otorgado por el departamento de Recursos Humanos del Municipio de Macará		
5	Manipulación de alimentos	40 Horas	Si valido por 40 horas que sirven para el currículo del empleado		Ing. Alba Herrera (secap).	Noviembre	Lunes Martes	16h00 18h00	10 semanas	25.00	4	100$
										TOTAL		280

Generalidades	Motivar al personal Mejorar la calidad en el servicio
Funcionalidades	Desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño los hostales
Inversión	Esta estrategia esta valorada por $140,00 por cada empresario de los hostales
Capacitadores	Mismos que seran contratados por parte de gerencia a traves de secretaria de capacitación tecnica (SECAP) cada uno con el presupuesto cotizado anteriormente. Y el resto por el ,municipio de Macará y el Mintur

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.3.4. Sistema de registro de clientes para el área de recepción de los Hostales

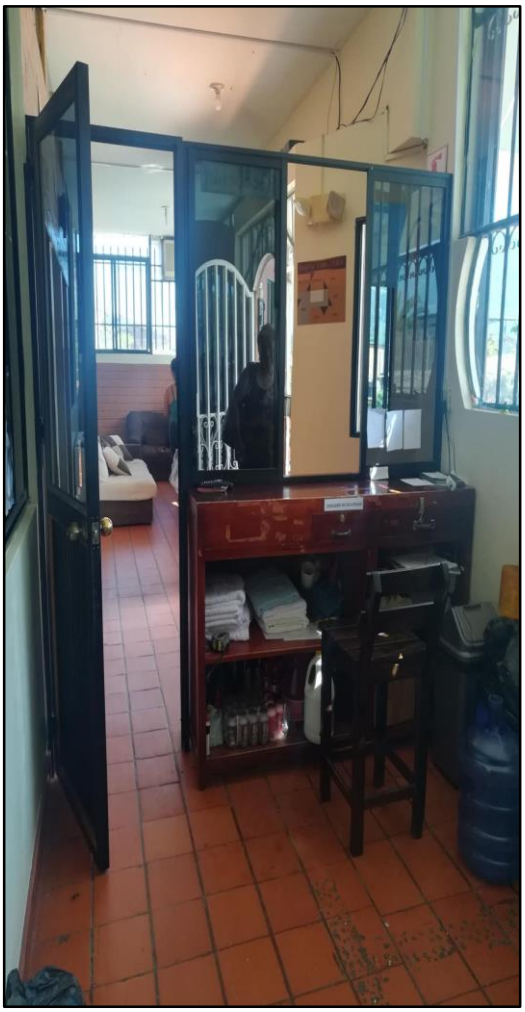
Cuadro 24 .- Sistema de Gestión de Calidad

Estrategia sugerida	Implementar un sistema de registro de clientes para el área de recepción
Importancia	Implementar un sistema de registro de clientes es algo esencial en el departamento de recepción pues con esto ayuda saber los clientes frecuentes y el número de clientes que llegan mensual o anualmente, también es importante porque permite la rápida atención del cliente al momento de registrarse
Características	• Información completa de los clientes • Lista de transacciones • Control de deudas y créditos • Sistema de puntos para fidelización
Políticas	Mejorar el servicio al cliente
Valores	Seguridad Lealtad al del cliente
Indicador	En un mes de llevar a cabo el proyecto los hostales del Cantón Macará contaran con el sistema de reservas con un 8,3% de clientes registrados.
Mosaico SGC	
	
Medios de Verificación	
Generalidades	Disminuir el tiempo de espera del Check-in
Funcionalidades	• Tarjetas de felicitaciones por el onomástico de los clientes. • Alerta de Reservas
Inversión	Costo gratuito
Ver SGC	https://www.nextar.com/es/clientes

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.3.5. Dispositivo para medir la satisfacción de los clientes de los Hostales

Cuadro 25 Dispositivo

Estrategia sugerida	Diseñar un dispositivo para medir la Satisfacción del cliente
Importancia	Pedir a los clientes que califiquen el grado de satisfacción es una buena forma de ver si se convertirán en clientes habituales,
Características	Medir el grado de satisfacción de los usuarios (Excelente-Bueno-Regular-Malo)
Políticas	Mejorar el servicio al cliente
Valores	Nuevas tendencias tecnológicas
Indicador	Luego de seis meses saber el grado de satisfacción de los usuarios de los hostales del cantón Macará
Dispositivo	
ANTES 	
Dispositivo para medir la calidad del servicio	

Medios de Verificación	
Generalidades	Medir la calidad del servicio prestado
Funcionalidades	Califica el servicio desde la percepción del usuario
Inversión	$200,00

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.3.6. Manual de Funciones para los Hostales

Cuadro 26 Manual de funciones

A continuación se presenta las estrategias específicas para cada uno de los hostales de segunda categoría del cantón Macará.

Estrategia sugerida	Proponer manual de funciones para los hostales de segunda categoría del cantón Macará
Importancia	Es de gran importancia tener un manual de funciones no solo porque todas las certificaciones de calidad (ISO, OHSAS, etc), lo requieran, sino porque su uso interno y diario, minimiza los conflictos de áreas, marca responsabilidades, divide el trabajo, aumenta la productividad individual y organizacional.
Características	Elaborar un manual de funciones para cada trabajador del hostal en el cual se detallen cada una de las obligaciones que tiene que cumplir el trabajador acorde a su cargo. El manual de funciones se elaborara para el siguiente personal: Recepcionista Camarera Cocinero Gerente Administrador
Políticas	Proyectar una nueva manera de ofrecer los servicios a los clientes, otorgando a cada empleado diferentes funciones según su cargo.
Valores	Responsabilidad Honestidad Puntualidad Respeto Humildad Confianza
Indicador	A cabo 6 meses de presentado el proyecto se pondrá a consideración de los empleados para que empiece a cumplir y así ir mejorando la atención y brindar un servicio de calidad y calidez a los huéspedes.
Administrador	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Gerente – administrador
Nivel	Superior

SUBALTERNOS	Todo el personal

NATURALEZA DEL TRABAJO Y FUNCIONES

Tiene la responsabilidad de la administración del hotel y normalmente es en quien descansa el éxito o fracaso financiero del mismo; siempre tiene la autoridad para establecer las políticas generales para su operación. Define, interpreta, aplica y mejora políticas establecidas por la dirección requiere conocimiento funcional de todas las fases de la operación de la empresa. Reunir el equipo que le ayudará a administrar el Hotel.

Dividido en 4 categorías

- Elabora y aplica políticas de la Administración. Integrado por el Gerente General Y jefes de departamento.
- El personal general. y personal operativo.

Operación de tiempo completo solicita e interpreta información (informes estándar y especiales) producción, consumo, resultados brutos, gastos generales y departamentales, precisión de ventas a corto plazo. Hacer frente a las muchas y diversas situaciones.

Debe conocer el movimiento económico diario.

Autorizar permisos, vacaciones y licencias de acuerdo a las disposiciones vigentes; así como aplicar las sanciones disciplinarias de acuerdo a las facultades que le concede el Código del Trabajo, los reglamentos y más disposiciones legales vigentes.

Cumplir y hacer cumplir las leyes, reglamentos, normas generales procedimientos y más disposiciones que rigen en el Hotel.

Camarera

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Denominación del cargo	Camarera
Nivel	Operativo
SUBALTERNOS	Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO Y FUNCIONES

La camarera es la persona que se halla al frente del departamento y tiene la obligación de cuidar de la conservación del mobiliario, de la lencería (en el caso de que exista), de los productos de limpieza y del material y los utensilios que se utilicen en el día a día. Por tanto, esta persona tiene que estar formada y cualificada para llevar temas tan diversos y distintos como los que hemos citado.

Es la persona encargada de organizar y panificar todo el trabajo, para ello debe establecer unos planes estandarizados y unos métodos de trabajo para desarrollar las tareas de la forma más rápida y eficaz posible. Para esta organización, la camarera se reúne a primera hora de la mañana con todo el personal de pisos y de limpieza y les distribuye el trabajo en función de los listados de ocupación proporcionados por el departamento de recepción. La camarera suele utilizar cuatro tipos de listados:

- Listado de ocupación del día.
- Listado de previsión (por días).
- Listado de entradas.

- Listado de salidas.

En la limpieza diaria de la habitación y en la medida de lo posible siempre se dejará el carro delante de la habitación que se esté limpiando. Este carro, en las horas que la camarera de pisos no esté en planta, deberá ser guardado en el office de planta o bien en alguna habitación libre, nunca se dejará el carro ni en el pasillo ni dentro de una habitación ocupada

Funciones para Recepcionista

DESCRIPCIÓN DEL CAGO

Denominación del cargo	Recepcionista
Nivel	Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO Y FUNCIONES

Es el responsable de ejecutar todas las funciones que se le encomiendan dentro de su turno. El recepcionista de noche tiene además la potestad de tomar decisiones en ausencia del director y es el encargado de hacer los cierres y el balance de producción

REPRESENTA UNO DE LOS PILARES BÁSICOS DONDE SE APOYA EL NEGOCIO, ES EL CENTRO NEUROLÓGICO DEL HOSTAL

- Promotora y vendedora de habitaciones y servicios
- Recibe y atiende a los clientes
- Depositaria de quejas

FUNCIONES DE FACTURACIÓN

Apertura de facturas, bien sean por persona o por habitación.
Cargar todos los importes extras que realice el cliente
Llevar un control de todas las facturas emitidas.
Hacer los cierres diarios de facturación

FUNCIONES DEL MOSTRADOR O FRONT OFFICE

Controlar el planning de las habitaciones.
Controlar el estado de la habitación (room-status): libre, ocupada, sucia o bloqueada.
Supervisión de las reservas del hotel (no del departamento).
Registro de clientes.
Información del movimiento de clientes al resto de departamentos.

FUNCIONES DE LA CAJA

Cobro de facturas, tanto en efectivo como a crédito.
Garantizar las facturas emitidas a crédito.

IMPORTANCIA

Primer y último contacto con el huésped
Evaluación del servicio
Su buen servicio elevará el prestigio del hotel
Ayudan a incrementar las ventas al sugerir servicios del hotel.

Área de Cocina	
DESCRIPCIÓN DEL CAGO	
Denominación del cargo	Cocinero
Nivel	Operativo
SUBALTERNOS	Auxiliar de cocina
NATURALEZA DEL TRABAJO Y FUNCIONES • Es el encargado de todo lo relacionado con el menú de los días, crea un excelente menú donde lo primordial es agradar a huésped. • Organiza y distribuye el trabajo de toda la cocina. • Programa los cuadros de horario, servicios, días libres y vacaciones del personal. • Informa al departamento de personal de la marcha de sus trabajadores y propone los ascensos. • Encargado de que se cumplan estrictamente las normas de seguridad e higiene en el trabajo. • Supervisa la elaboración de los platos, condimentación y presentación de los mismos. • Busca el rendimiento adecuado a su personal y el aprovechamiento máximo del género • Responsable de la elaboración de todas las cartas y platos que tenga el hotel. • En algunas ocasiones, esta tarea se comparte con el director de alimentación y bebidas. • Encargado de hacer la compra diaria de todo el género que necesite en los plazos que él acuerde. • Realiza el relevé de cocina o parte de consumos diarios junto a la hoja de costes. • Establece y comprueba los menús del personal. • Supervisa tanto a los jefes de partida como las partidas en sí. • Encargado de coordinar junto con el maître el desarrollo de cualquier tipo de servicio entre los dos departamentos	
MEDIOS DE VERIFICACIÓN	
Generalidades	Otorgar funciones especificas para cada uno de los empleados de los hostales.
Funcionalidades	Cumplir con actividades
Inversión	$5,00

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.4. Desarrollo de estrategias para el Hostal los Arrozales.

6.4.1. Diseño de uniformes para personal del Hostal Los Arrozales que incluya la marca

Cuadro 27. Diseño de Uniformes para el Personal

Estrategia sugerida	Diseño de uniformes para personal del Hostal Los Arrozales que incluya la marca
Importancia	Desde el punto de vista de nuestros huéspedes, será una de las primeras impresiones que reciban y ya se sabe… solo hay una primera impresión, de ahí su importancia. Los uniformes del hotel son parte de la imagen de la empresa y una buena apariencia transmitirá a los clientes una impresión positiva y profesional del negocio. Por el lado de los trabajadores, los uniformes no solo transmiten una imagen de la empresa en la que trabajan sino que además proporcionan un sentimiento de pertenencia, lo cual redunda en el beneficio de la empresa.
Uniforme Actual	
Características	Diseñar los uniformes para el personal que labora en el hostal incluyendo la marca en el mismo , con el fin de mejorar el aspecto que se genera visualmente de los empleados

Uniforme de Recepcionista	• Este uniforme tendrá un valor estimado $50.00 dólares, los cuales el 50% será cancelado por el empleado y el 50% restante por parte de la entidad. Camisa manga corta color celeste la misma que llevara bordado el logo de la empresa Pantalón negro Zapatos negros Para los caballeros una corbata de color negro se incluirá en la vestimenta
El uniforme para la Camarera	Este uniforme tendrá un valor estimado de $40 dólares, los cuales el 50% será cancelado por el empleado y el 50% restante por parte de la entidad Camisa celeste de algodón que permita la comodidad de la persona, así mismo bordado el logo del hostal. • Pantalón licra color negro • Zapatos antideslizante
El uniforme para cocinero	Este uniforme tendrá un valor estimado de $70 dólares, los cuales el 50% será cancelado por el empleado y el 50% restante por parte de la entidad

	 • Una chaqueta filipina manga larga color celeste bordado el logo del hostal. • Gorro de cocinero • Pantalón Negro • Zapatos antideslizante
Gerente y administrador	Esta escarapela tendrá un valor estimado de 8$ dólares cada una • El distintivo que llevaran el gerente y administrador del hostal será: • Una escarapela color dorado en la cual de incluya el logotipo de la empresa ,el nombre de la persona que la porta y su cargo
Políticas	Ser un Hostal reconocido dentro de la provincia y el país por su atención y servicio de calidad
Valores	Mejoramiento de la imagen corporativa del hostal
Indicador	A cabo de 6 meses de presentado el proyecto los empleados del hostal contaran con el uniforme que ayude a identificar al hotel de la competencia
MEDIOS DE VERIFICACIÓN	
Generalidades	Motivar al personal Mejorar la imagen corporativa
Funcionalidades	Desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño los hostales
Presupuesto	El valor de los uniformes y las escarapelas es de 121 dólares, los cuales los uniformes el 50% serán cancelados por los empleados.

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.4.2. Proponer la reactivación de la página de Facebook para promoción del hotel online.

Cuadro 28. Reactivación de la página de Facebook

Estrategia sugerida	Reactivación de la página de Facebook para promoción del hotel online	
Características	La página se encuentra sin actividad de ni promoción desde el año 2015 y sería importante reactivarla porque ayudaría a : • Canal de comunicación con tus clientes • Gestionar la reputación online, atendiendo y previniendo posibles crisis. • Comunicación personalizada. Te permite segmentar el mensaje según al público al que te quieras dirigir. De esta forma, obtendrás mejor respuesta. • conocer y fidelizar a tus clientes. • Comunicarte con potenciales clientes. Gracias a la viralidad que favorece la red social, tu mensaje alcanzará a potenciales clientes.	
Políticas	Incrementar el número de clientes y hacer que el hostal sea reconocido a nivel nacional	
Valores	Calidad Servicio	
Indicador	En un mes de haber iniciado el proyecto incrementar el número de clientes que visitan el establecimiento de 600 pax a 800 pax	
Página de Facebook		
Medios de Verificación		
Generalidades	Mejorar la atención al usuario y publicitar el establecimiento.	
Funcionalidades	Incrementar el número de clientes	
	Total	**$0.00**

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.4.3. Proponer convenios con entidades turísticas para que se incorpore el hostal en sus paquetes turísticos y promociones en general.

Cuadro 29. Convenios con entidades Turísticas

Estrategia sugerida	Proponer convenios con entidades turísticas para que se incorpore el hostal en sus paquetes turísticos y promociones en general.	
Características	• fortalecer la promoción del Hostal • tener un mayor número de clientes • réditos económicos para el establecimientos • ser reconocido a nivel provincial y nacional	
Políticas	Incrementar el número de clientes y hacer que el hostal sea reconocido a nivel nacional	
Valores	Calidad Servicio	
Indicador	En 2 meses de haber iniciado el proyecto incrementar el número de clientes que llegan al hostal de 600 pax a 1000pax.	
Entidades Turísticas		
• Agencia de Viajes Gasatur • Agencia de viajes Viafa • Agencia de viajes Alfamar • Reserva bosque seco • Camara provincial de Turismo • Reserva Jocotoco • Cooperativa de camionetas cuidad de Macará • Unidad de Turismo de Macará • Complejo Turistico Aquazul • Comité de feria de integracion fronteriza		
Medios de Verificación		
Generalidades	publicitar el establecimiento	
Funcionalidades	Incrementar el número de clientes	
	Total	**$0.00**

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.4.4. Proponer el diseño de una carta menú para el servicio de desayunos

Cuadro 30 Carta Menú para el Hostal los Arrozales.

Estrategia sugerida	Proponer el diseño de una carta menú para el servicio de desayunos		
Características	Ofrecer: • Desayuno Continental • Desayuno Americano • Desayuno inglés • Tigrillo • Tamales • Humitas • Bebidas		
Políticas	Incrementar las ventas lucrativas en la cafetería del hostal.		
Valores	Calidad Servicio		
Indicador	En un mes de haber iniciado el proyecto incrementar el número de ventas en cafetería de 7 desayunos diarios a 15 desayunos diarios.		
Menú de Cafetería			
Medios de Verificación			
Generalidades	Mejorar la atención al usuario		
Funcionalidades	Incrementar la oferta gastronómica		
Presupuesto	**Diseño:**	$,15.00	
Por 5 cartas	**Impresión:**	$6,00 c.u.	$30,00
	Total		**$45,00**

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Marca

La marca de este hostal ya está establecida y registrada

Fuente: Hostal los Arrozales
Elaboración: Gerente del Hostal los Arrozales

Figura 36. Marca del Hostal los Arrozales

6.4.5. Proponer el Diseño de una Tarjeta de presentación.

Cuadro 31 Tarjeta de presentación

Estrategia sugerida	Tarjeta de presentación del hostal
Importancia	Se podría afirmar que una tarjeta de presentación es el trozo de papel más importante, debido a que es la primera impresión que un potencial cliente tiene de la pequeña empresa, por ello, es catalogada por los especialistas como una extensión de la identidad de la organización, además actúa como un recordatorio de quién es.
Características	**Anverso:** • Marca del Hostal • Slogan • Gerente **Reverso:** • Dirección • Servicios • Contactos
Políticas	Posicionarse en el mercado
Valores	Indicar los servicios del hostal
Indicador	Al cabo de 1 mes de entregar las tarjetas a los clientes del Hostal se espera que sea recomendado para más clientes y aumentar el número de personas que se hospeden en el establecimiento
Tarjeta de presentación	

MEDIOS DE VERIFICACIÓN		
Generalidades	Conocer al hostal	
Funcionalidades	Prsentación de la imagen empresarial	
Presupuesto	**Diseño+impresion (3000)**	$80,00

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.4.6. Diseño de un Flyer publicitario

Cuadro 32. Diseño de un Flyer Publicitario

Estrategia sugerida	Flyer Publicitario
Importancia	los folletos representan uno de los instrumentos de comunicación más efectivos sobre todo porque llegan directamente en las manos de las personas y esto explica por qué es fundamental que sean realizados del modo correcto: el diseño debe ser llamativo, captar la atención y fijarse en la mente de quien lo recibe. El objetivo fundamental es capturar la atención y el interés de aquellos que los leen. Por lo que el diseño y la configuración correcta desde el punto de vista gráfico, del color e incluso el formato es sin duda un factor a tener en cuenta. Existen múltiples formatos, de los tradicionales A5 o A6 a los más originales, los folletos plegados, o con formas personalizadas.

Características	El Flyer contiene información del Hostal con lo que cuentan sus habitaciones fotografías de las mismas, su dirección y un breve mensaje hacia el cliente	
Promoción en los Flyers	Para esta estrategia se realizara la impresión de 2.000 flyers los cuales serán entregados por una persona contratada a la cual se le pagaran 10 dólares diarios, esta persona entregara la publicidad en lugares que tenga mayor concurrencia de gente como el terminal terrestre y el parque central , en los meses de agosto y septiembre por las festividades del cantón.	
Políticas	Captar mayor número de clientes	
Valores	Indicar los servicios del hostal	
Indicador	Al cabo de 7 días de entregar los flyers en tiempo de festividades del cantón aumentar el número de clientes que se hospeden en el lugar de 600 personas a 800 personas.	
Flyer publicitario		
MEDIOS DE VERIFICACIÓN		
Generalidades	Conocer al hostal	
Funcionalidades	Prsentación de la imagen empresarial Captar mayor numero de clientes	
Presupuesto	**Diseño** **Impresión de 2000 flyers**	$5.00 $30.00

	Persona que entrega la publicidad por 2 meses	$600
	TOTAL	$635.00

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.5. Desarrollo de estrategias para el Hostal Terra Verde.

6.5.1. Proponer el diseño de una Marca para el Hostal

Cuadro 33. Estrategia Sugerida: Diseñar una marca para el Hostal Terra Verde

Estrategia sugerida	Diseñar una marca
Importancia	La marca permite a las empresas establecer una identidad única y diferenciada. Pero además, un buen posicionamiento de marca contribuye a crear lazos, a crear afinidad con nuestros valores, a generar vinculación y fidelidad entre el cliente y la casa y, por lo tanto, afecta muy positivamente en el balance final de una empresa.
Registro de la marca	Para registrar una marca se deben seguir los siguientes pasos: • Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. • Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec, hacer click en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”. • Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado. • Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado. • Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad. • Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de

	la persona que es Representante Legal de la organización. • Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo. • Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana.
Características	Diseñar un logotipo que ayude a identificar la imagen del Hostal y recuerden la empresa además sea utilizada por los administradores del hostal y promocionada por Facebook. EL Logotipo está diseñado tomando los colores de la decoración y fachada del hostal e inspirada en imágenes por lo cual se caracteriza Macará quedando de la siguiente manera: Las dos estrellas que bordean las letras marcan la categorización del hostal El sol por ser un cantón muy caluroso no solo por su clima sino también por la hospitalidad de su gente El ceibo por ser un árbol representativo de la zona pues Macará es uno de los cantones de la reserva Bosque seco Los granos de arroz pues en este cantón es su principal fuente de producción por su clima el cual favorece mucho a esta gramínea Las montañas que da a conocer que Macará están asentado en un valle y rodeado de pequeñas elevaciones ecuatorianas y peruanas. El nombre del hostal Terra Verde que quiere decir tierra verde por la abundante producción de zona Además el logotipo se utilizara en más productos del hostal como tarjetas publicitarias, y demás enceres del hostal.
Políticas	Posicionar en el mercado con una nueva imagen con identidad propia, transmitiendo al consumidor la calidad de sus servicios.
Valores	Identificar al hostal a través de la Marca
Indicador	Inmediatamente sea presentado el proyecto el hostal contara con un logotipo propio que ayude a identificarse y diferenciar del resto.
Marca	
Esta marca está realizada con la intervención del gerente tomando su criterio y las características mencionas anteriormente.	

MEDIOS DE VERIFICACIÓN		
Generalidades	Conocer al hostal	
Funcionalidades	Identificativo de la imagen empresarial	
Presupuesto	**Diseño** **Marca** El registro de la marca tendra el valor mencionado . TOTAL	$25,00 $208,00 $233.00

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.5.2. Diseño de Uniformes para el personal de Hostal que incluya la Marca.

Cuadro 34. Estrategia Sugerida: diseño de uniformes para el personal que incluya la marca.

Estrategia sugerida	Diseño de uniformes para personal del Hostal Terra Verde que incluya la marca
Importancia	Los Uniformes de un Hotel son un elemento importantísimo para una empresa en el ámbito turístico. No sólo transmiten una buena o mala imagen a los consumidores, en este caso los huéspedes, sino que también los uniformes transmiten una imagen a los propios trabajadores del hostal y un sentimiento de pertenencia.
Uniforme actual	
Características	Diseñar los uniformes para el personal que labora en el hostal incluyendo la marca en el mismo , con el fin de mejorar el aspecto que se genera visualmente de los empleados
Uniforme de Recepcionista	Este uniforme tendrá un valor estimado 50$ dólares, los cuales el 50% será cancelado por el empleado y el 50% restante por parte de la entidad

	• Camisa manga corta color blanco la misma que llevara bordado el logo de la empresa • Pantalón negro • Zapatos negros • Para los caballeros una corbata de color negro se incluirá en la vestimenta
El uniforme para la Camarera	Este uniforme tendrá un valor estimado $40,00 dólares, los cuales el 50% será cancelado por el empleado y el 50% restante por parte de la entidad. • Camisa negra de algodón que permita la comodidad de la persona, así mismo bordado el logo del hostal. • Pantalón licra color negro • Zapatos de goma
El uniforme para cocinero	Este uniforme tendrá un valor estimado $70,00 dólares, los cuales el 50% será cancelado por el empleado y el 50% restante por parte de la entidad • Una chaqueta filipina manga larga color blanco bordado el logo del hostal. • Gorro de cocinero • Pantalón Negro • Zapatos de Goma

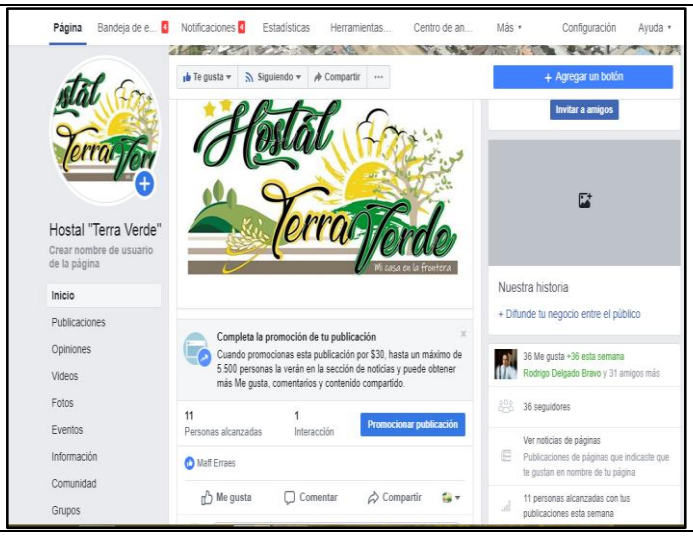
Gerente	Esta escarapela tendrá un valor estimado de $8,00 dólares cada una • El distintivo que llevaran el gerente y administrador del hostal será: • Una escarapela color blanco en la cual de incluya el logotipo de la empresa ,el nombre de la persona que la porta y su cargo
Políticas	Ser un Hostal reconocido dentro de la provincia y el país por su atención y servicio de calidad
Valores	Mejoramiento de la imagen corporativa del hostal
Indicador	A cabo de 6 meses de presentado el proyecto los empleados del hostal contaran con el uniforme que ayude a identificar al hostal de la competencia.
MEDIOS DE VERIFICACIÓN	
Generalidades	Motivar al personal Mejorar la imagen corporativa
Funcionalidades	Desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño los hostales
Presupuesto	El costo de los uniformes es de 176 dólares, los empleados de los establecimientos corren con el 50% de los uniformes.

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.5.3. Mejorar la promoción del Hostal por medios online

Cuadro 35. Promoción del Hostal Terra Verde por medios online

Estrategia sugerida	Mejorar la promoción del Hostal por medios online
Características	La promocion cuesta 2 dolares diarios para que el alcance estimado de visitantes a la pagina sea de 618 a 1.926 por dia • fortalecer la promoción del Hostal • tener un mayor número de clientes • réditos económicos para el establecimientos

	• conocer y fidelizar a tus clientes. • Comunicarte con potenciales clientes. Gracias a la viralidad que favorece la red social	
Políticas	Incrementar el número de clientes y hacer que el hostal sea reconocido a nivel nacional	
Valores	Calidad Servicio	
Indicador	En 2 meses de haber iniciado el proyecto incrementar el número de clientes del Hostal por la promoción de la página.	
Página de Facebook		
		
Medios de Verificación		
Generalidades	publicitar el establecimiento	
Funcionalidades	Incrementar el número de clientes	
	Total por mes	**$60.00**
	Total anual	**$720.00**

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.5.4. Proponer un servicio de parqueadero

Cuadro 36. Proponer un servicio de parqueadero

Estrategia sugerida	Proponer que se abra un servicio de parqueadero
Características	Reservar una habitación en un hotel con estacionamiento propio tiene múltiples beneficios que hacen que éste tema deje de ser prioridad para dar paso al descanso y el entrenamiento, Tener el uso de parqueadero en el hostal permite al cliente tener seguridad de dejar su vehículo, permite ahorrar al no pagar el servicio pues ya vendría incluido al uso del hostal, que el estacionamiento está disponible para los clientes.
Características del estacionamiento	En la parte frontal del hostal se hará la debida señalización para adecuar el servicio de estacionamiento en el cual será para 3 vehículos, dado el número de clientes que recibe el hostal se alquilara un estacionamiento con capacidad para 20 vehículos, el cual queda a 100 metros del hostal para comodidad del huésped.
Políticas	Brindar un servicio placentero para los clientes
Valores	Calidad Servicio Seguridad Ética
Indicador	Al cabo de 6 meses de que se alquile el estacionamiento se mejorara en gran porcentaje la satisfacción del cliente al recibir el servicio

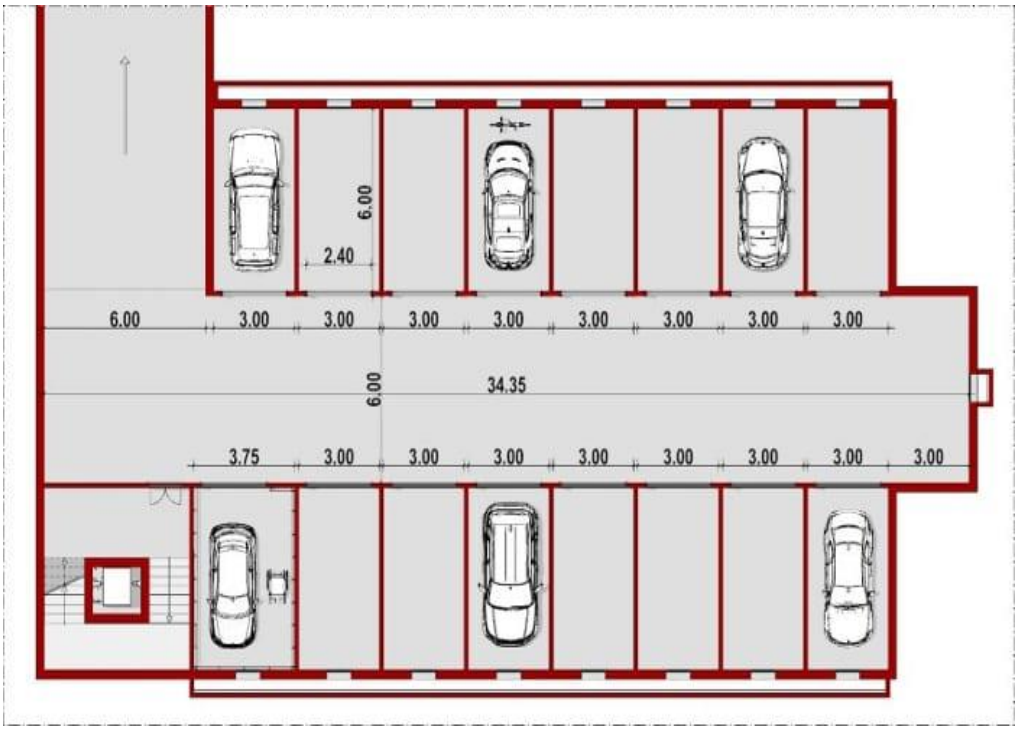
Estacionamiento

Parte frontal del hostal estacionamiento sin señalizar

Como quedaria el estacionamiento señalizado para 3 vehiculos

Estacionamiento alquilado capacidad 20 vehículos

Distribución de los vehículos



Medios de Verificación		
Generalidades	Brindar mejor servicio a los clientes	
Funcionalidades	Generar satisfacción y comodidad en los huéspedes	
	Total de gastos para el estacionamiento frontal del hostal	**$60.00**
	Total de gastos mensual por el alquiler del estacionamiento	**$100.00**
	Total del servicio de estacionamiento del hostal por un año	**$1.260.00**

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.5.5. Proponer agencias de viaje con las que se puede hacer alianzas.

Cuadro 37. Alianzas con agencias de viajes

Estrategia sugerida	Proponer agencias de viaje con las que se puede hacer alianzas.	
Características	• fortalecer la promoción del Hostal • tener un mayor número de clientes • réditos económicos para el establecimientos • ser reconocido a nivel provincial y nacional	
comisiones	Con las agencias de viaje que forme las alianzas el hostal se ofrecerá: por cada 20 clientes que ocupen las habitaciones del hostal llevados por alguna de las agencias de viaje, se realizara el descuento de 15% del costo de las habitaciones,	
Políticas	Incrementar el número de clientes y hacer que el hostal sea reconocido a nivel nacional	
Valores	Calidad Servicio Seguridad Confianza	
Indicador	En 2 meses de haber iniciado el proyecto incrementar el número de clientes que llegan al establecimiento por ventas de las agencias de viajes	
Entidades Turísticas		
• Agencia de Viajes Gasatur • Agencia de viajes Viafa • Agencia de viajes Alfamar • Agencia de viajes Amazon Travel • Agencia de viajes Alvarez Travel • Delgado travel • Agencia operadora de Turismo Travesias del Sur		
Medios de Verificación		
Generalidades	publicitar el establecimiento	
Funcionalidades	Incrementar el número de clientes	
	Total	**$0.00**

Fuente: trabajo de campoverde
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.5.6. Diseño de un Flyer publicitario

Cuadro 38. Diseño de un Flyer publicitario para el Hostal Terra Verde

Estrategia sugerida	Flyer Publicitario
Importancia	los folletos representan uno de los instrumentos de comunicación más efectivos sobre todo porque llegan directamente en las manos de las personas y esto explica por qué es fundamental que sean realizados del modo correcto: el diseño debe ser llamativo, captar la atención y fijarse en la mente de quien lo recibe. El objetivo fundamental es capturar la atención y el interés de aquellos que los leen. Por lo que el diseño y la configuración correcta desde el punto de vista gráfico, del color e incluso el formato es sin duda un factor a tener en cuenta. Existen múltiples formatos, de los tradicionales A5 o A6 a los más originales, los folletos plegados, o con formas personalizadas.
Características	El Flyer contiene información del Hostal con lo que cuentan sus habitaciones fotografías de las mismas, su dirección y un breve mensaje hacia el cliente
Promoción en los Flyers	Para esta estrategia se realizara la impresión de 2.000 flyers los cuales serán entregados por una persona contratada a la cual se le pagaran 10 dólares diarios, esta persona entregara la publicidad en lugares que tenga mayor concurrencia de gente como el terminal terrestre y el parque central en los meses de agosto y septiembre por las festividades del cantón.
Políticas	Captar mayor número de clientes
Valores	Indicar los servicios del hostal

Indicador	A partir de 7 días de entregados los flyers en temporadas festivas aumentar la demanda del hostal en un 20%	
Flyer publicitario		
MEDIOS DE VERIFICACIÓN		
Generalidades	Conocer al hostal	
Funcionalidades	Prsentación de la imagen empresarial Captar mayor numero de clientes	
Presupuesto	**Diseño** **Impresión de 2000 flyers** **Costo de la persona que va a entrtegar la publicidad por 2 meses** **TOTAL**	$5.00 $30.00 $600.00 $635.00

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.5.7. Publicidad Radial

Estrategia sugerida	**Publicidad Radial**
Importancia	Realizar publicidad en radio ofrece varias ventajas para una empresa; entre ellas podemos destacar la segmentación del público objetivo al que se pretende llegar, y también se debe tener en cuenta de que es un medio masivo de comunicación. La publicidad en radio a nivel internacional implica otros costes, aunque no siempre es tan elevados. Todo depende de diferentes variables, y siempre se debe valorar el coste-beneficio de dicho tipo de campañas publicitarias. Los mensajes publicitarios en radio suelen ser de corta duración; y es necesario que los mismos sean efectivos
Características	La radio es considerado un medio móvil porque la gente rutinariamente la escucha en tantos lugares. La radio se escucha en las casas, en los coches, en el trabajo y en las tiendas. Esta movilidad hace que sea bien considerada por los anunciantes de radio. Los anuncios de radio deben cumplir con los plazos estipulados. Pueden tener como duración 60 segundos, 30 segundos, 15 segundos o 10 segundos. El costo de transmitir un anuncio de radio depende de varios factores como: el tamaño del mercado de la radiodifusión, la franja horaria donde se emite el anuncio, y el poder de compra del mercado objetivo.
Políticas	Captar mayor número de clientes
Valores	Indicar los servicios del hostal Ofrecer promociones Dar a conocer el hostal a nivel provincial
Indicador	Al cabo de 3 meses que se trasmitan las cuñas publicitarias aumentar el número de huéspedes nacionales y extranjeros en un 40%.

Radio stereo Macará 104.5 FM		
MEDIOS DE VERIFICACIÓN		
Generalidades	Hacer conocer el Hostal a nivel proviancial y generar mayor afluencia de clientes hacia el establieciento.	
Funcionalidades	Ofrecer promociones Dar a caoner los servicios que se ofrecen Captar mayor numero de clientes	
Cuñas	Las cuñas publicitarias seran repetidas 15 veces al dia	
Presupuesto	Costo por la grabacion de la cuña Costo mensual por la transicion de la cuña Costo anual de la publicidad radial **TOTAL**	$20.00 $60.00 $720.00 $740.00

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

6.6. Proforma presupuestaria para el cumplimiento de las estrategias

Cuadro 39. Presupuesto para los Hostales

		Cuadro Comparativo de estrategias				
		Cat.	**V. unt.**	**V.total**	**Los Arrozales**	**Terra verde**
Menú para el servicio de cafetería		5	$9,00	$45,00	$45,00	
Plan de capacitación		-	-	-	$140,00	$140,00
Diseño de uniformes	Recepción	2	$50,00	$100,00	$113.00	$113.00
	Camarera	1	$40,00	$40,00		
	Cocinero	1	$70,00	$70,00		
	Administrador- Gerente	2	$8,00	$16,00		
Sistema de reservas		-	-	-	-	-
Dispositivo para medir la Satisfacción del cliente		1			$200,00	$200,00
Manual de funciones		8	$1,25	$10,00	$5,00	$5,00
Tarjetas de presentación		3000			$80,00	
Diseño y Registro de la marca						$233,00
Promoción del hostal por medios online						$720,00
Servicio de parqueadero						$1.260,00
Flyer publicitario					$635.00	$635.00
Publicidad Radial						$740.00
Precio estimado para los empleados de los hostales por Los uniformes					$113.00	$113,00
Total					**$1.218.00**	**$4.046.00**

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

7. DISCUSIÓN

La calidad turística según (Perez R. , 2014) la conforman los estándares que aporta a los establecimientos turísticos que la ostentan: prestigio, diferenciación, fiabilidad, rigurosidad y promoción. Por lo que es un conjunto de requisitos que afectan a muchos niveles en las organizaciones que las implantan, con el objetivo de alcanzar la máxima satisfacción de los clientes; bajo este concepto se ha considerado realizar el análisis de la calidad del servicio de los hostales de segunda categoría del cantón Macará, provincia de Loja.

Al hablar de calidad en el Servicio Hotelero, se hace referencia a un concepto integral que tiene como centro de interés la satisfacción total del cliente. Si bien éste es un objetivo muchas veces difícil de alcanzar, su búsqueda garantiza que todos los sectores del hostal están logrando la adhesión y empatía del huésped. En definitiva, se habla de datos reales, momentos concretos donde la atención decae y la calidad se resiente. La calidad subjetiva en el servicio Hotelero, hace referencia a la mirada del cliente, es decir, la verdadera dimensión de la calidad, cómo recibe el huésped la atención. Esto sin duda es lo más importante ya que es el grado de satisfacción el que finalmente define cómo se brinda el servicio. Un gran logro será entonces identificar los atributos fundamentales que el huésped utiliza para valorar la calidad de la atención. En este sentido es imprescindible para el sector hotelero contar con un sistema que provea información constante, clara, fluida y fidedigna y un seguimiento continuo de cada uno de los actores que intervienen en el servicio hotelero, para corregir errores, valorar esfuerzos y subsanar situaciones problemáticas. Este es un gran paso hacia la concreción de ese objetivo siempre instalado en el horizonte que lleva a ser mejores cada día, en atención y servicio.

Dentro de los permisos de funcionamiento con los que cuentan los establecimientos de alojamiento, se observa que cumple con los requerimientos básicos del Municipio, LUAF y SRI. Además el hostal Terra

verde no cumple con vías de evacuación, puertas de emergencia y zonas de seguridad, los dos hostales incumplen en la normativa interna como lo es el no disponer de un manual de funciones para el personal, como lo determina el reglamento de aplicación en la ley de turismo, por ende los empleados no pueden brindar un mejor servicio a los clientes y así obtener una mayor acogida de clientes dando así el cumplimiento de las normas de calidad.

Al respecto (Ritchie, 1991) menciona que las empresas turísticas deben adoptar medidas necesarias, contar con permisos correspondientes, conocer la gestión de riesgos adoptando medidas oportunas que implantan los procesos necesarios para minimizar o eliminar esos peligros dentro de la empresa. Esto nos determina que los hostales requerimientos del código de trabajo al pagar todas las obligaciones predispuestas en la ley de esta manera el personal tendrán mayor compromiso con su trabajo, y a través de este, ver reflejado en los clientes el mejoramiento del grado de satisfacción por el servicio brindado.

Según el Ministerio de Turismo sostiene que los hostales están registrados como persona jurídica ante la autoridad nacional de turismo que ejerce las actividades de un establecimiento de alojamiento" (Art. 19 Ministerio de Turismo/2016).

El personal debería estar en continua capacitación para responder todas las preguntas y por ende tener servicios rápido y eficaz, al respecto Matsumoto Nishizawa (2014), se refiere a la fiabilidad como "la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministros de servicio, solución de problemas y fijación de precios".

Por lo tanto, es conveniente que el personal de los hostales siempre mantengan una actitud, positiva y de esta manera reflejar en sus clientes optimismo. Al respecto Matsumoto Nishizawa (2014) la sensibilidad "Es la

disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio más rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas. Es importante tener en cuenta que la dimensión de seguridad nos muestra que los clientes se encuentran en un 64% muy satisfechos y satisfechos 81% en relación al servicio brindado por los hostales.

Es por ello que una de las estrategias a aplicarse es que, el personal debería contar con un plan de capacitación y mejorar la confianza en los clientes y a su vez la calidad de servicio. Al respecto (Thompson, 2018) la seguridad “es el conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza” Por lo tanto, se puede deducir que la dimensión de empatía de acuerdo a los resultados de los clientes se encuentra entre muy satisfechos 83% y satisfechos 81% en relación a los servicios brindados por los hostales.

Al respecto (Thompson, 2018) 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 de información primaria y secundaria, encuestas, matriz FODA, en relación a esa información.

8. CONCLUSIONES

En la presente investigación se puede concluir en lo siguiente:

- La conformidad por parte de los empresarios y no abrir las puertas para la realización de la investigación no permite obtener estadísticas exactas de todos los hostales de segunda categoría del cantón Macará.
- Se concluye que ninguno de los establecimientos cuenta con un manual de funciones por lo cual los empleados no cumplen correctamente con sus obligaciones.
- En el hostal los Arrozales el 9% de los encuestados manifiesta que está insatisfecho con el servicio brindado, el 22% dice que es aceptable el servicio ofrecido y el 69% declara que está satisfecho con la calidad del servicio brindado
- El hostal Terra Verde tiene el 12% de clientes insatisfechos según las encuestas realizadas este mismo se encuentra con el 60% en un nivel aceptable de la calidad que ofrece en sus servicios y el 28% de los encuestados está satisfecho con el servicio brindado por este hostal.
- Como resultado de la investigación se obtiene que el 10.5% de los usuarios encuestados en los establecimientos hoteleros están insatisfechos con el servicio brindado, el 41% considera que el servicio es aceptable y el 48.5% se encuentra satisfecho con la calidad del servicio brindado por los Hostal
- Los gerentes de los hostales consideran llevar a cabo el proyecto para obtención de réditos económicos a través del mejoramiento empresarial para las percepciones de sus usuarios.
- Las estrategias identificadas en esta investigación ayudarán a los hostales a ofrecer un servicio adecuado, lo que generará utilidades económicas y un cambio de imagen para los alojamientos.

9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Ministerio de Turismo la realización de una matriz específica para los hostales de segunda categoría, que se cumplan con los requerimientos para su categorización y expectativas de calidad en los hostales.
- Se recomienda al GAD Municipal de Macará actualizar el catastro de establecimientos turísticos del cantón.
- Se recomienda a los gerentes de los hostales de segunda categoría inscribir a la organización que representan en de entidades de promoción turística como Cámara Provincial de Turismo para adquirir beneficios publicitarios de esta entidad.
- La calidad del servicio es un tema que se debe considerar dentro de los hostales como un elemento de producción y competitividad, a partir de la identificación de las necesidades de los clientes de esta manera fidelizar a los clientes y a futuro obtener aún más.
- Poner mayor interés en los requerimientos de los clientes, de esta manera mantener al día actualizaciones y programaciones.
- Se recomienda implementar las estrategias sugeridas en esta investigación, ya que son alternativas de solución para las debilidades existentes en los alojamientos.

10. BIBLIOGRAFÍA

Aguilo. (1996). *Evolución y expectativas de la actividad turística.* Madrid.

AITECO. (2009). *Aiteco.com*. Obtenido de https://www.aiteco.com/que-es-la-calidad-de-servicio/

Albacete, C. (2004). *Calidad de servicio en alojamientos rurales.* Granada: Universidad de Granada.

Alegsa. (2011). *Alegsa.com*. Obtenido de http://www.alegsa.com.ar/Dic/sistema.php

Alvarado, V. (03 de febrero de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/DISPOSICIONES-A-ESTABLECIMIENTOS-QUE-REALIZAN-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf

Ambiente, M. d. (26 de Marzo de 2014). *MAE*. Obtenido de http://tramites.ecuadorlegalonline.com/ambiental/ministerio-de-ambiente/procedimiento-para-emision-de-licencias-ambientales/

Arcsa. (23 de abril de 2014). *arcsa*. Obtenido de https://registrelo.go.cr/cfmx/plantillas/ms/ABC_Registrelo.pdf

ARCSA. (2015). *MANUAL DE PRÁCTICAS DE HIGIENE Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS EN.* Quito.

ARIAS, J. (2015). *UNIVERSIDAD TECNICA EQUINOCIAL*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16063/1/61203_1.pdf

Armstrong, K. y. (1997). Fundamentos de nercadoctenia.

Bachs, E. (2003). Ensiclopedia practica, profecional de turismo, hoteles y restaurantes. *Grupo Oceano*.

Baldeon, M., Fanny y Andrade, A., & Stephanie, K. (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

Barrado, G. G. (2017). La importancia de la Calidad en las Empresas. *WordPress*. Obtenido de http://www.aleissistemas.com/blog/la-importancia-la-calidad-las-empresas/

Barrietos, A. (4 de noviembre de 2015). *Aiteco Articulos de Maestria*. Obtenido de https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/

Bejarano, G. N. (16 de septiembre de 2011). *Reglamento General de Actividades Turisticas*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS1.pdf

BERRY, L. B. (1989). Calidad de servicio, una ventaja estratégica para instituciones.

blog medios turisticos en peru. (16 de julio de 2016). Obtenido de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/

Briceño, G. (5 de diciembre de 2015). *universidad tecnica particular de loja*. Recuperado el noviembre de 2010, de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2428/1/Tesis%20de%20Salas.pdf

BRICEÑO, G. A. (JULIO de 2013). Obtenido de UTPL: http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1580/1/DESARROLLO%20E%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20UN%20SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20PARA%20EL%20HOTEL%20DORADO%20DEL%20CANT%C3%93N%20PLAYAS.pdf

Cabrera, B. (18 de Febrero de 2016). *Blog Cabrera y co*. Obtenido de http://cabreraandco.mx/#quienes-somos

Cabrera, B. (s.f.). *Blog Cabrera -7*.

Carbellido, V. M. (2005). Que es la calidad , conceptos gurus y modelos fundamentales. En V. M. Carbellido, *Que es la calidad , conceptos gurus y modelos fundamentales* (pág. 184). Mexico: Limusa.

Carrasco, A. (20 de julio de 2014). *Crece Negocios*. Obtenido de https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/

Cartes, C. C. (marzo de 2014). *Universidad Catoica de Chile*. Obtenido de http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/03/modelo_calidad_de_atencion.pdf

Castillo, F. (16 de junio de 2016). *Ecuared*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Loja_(Ecuador)

Castro, C. M., & Rueda, S. I. (2015). *GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA HOTELERÍACOMO ELEMENTO CLAVE EN EL DESARROLLO DE DESTINOSTURÍSTICOS SOSTENIBLES: CASO BUCARAMANGA.* Bogota.

Castro, D. (14 de abril de 2017). *pagina del municipio de Loja*. Obtenido de http://www.loja.gob.ec/contenido/loja

Chamorro, S. (28 de Enero de 2016). *Deusto Formacion*. Obtenido de https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad

Codigo Laboral, 10, 1964-65-66 (Diciembre de 2017).

Coello, A. A. (s.f.). *LA GESTIÓN DE LA CALIDAD.*

Coello., A. A. (s.f.). Obtenido de http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf

COMERCIO, E. (01 de Agosto de 2016). La gastronomía ecuatoriana se extiende a más continentes. *SABORES*.

Comité ACI, 3. (2005). *American Concrete Institute.* Obtenido de www.inti.gob.ar/cirsoc/pdf/publicom/ACI_318-05_Espanhol.pdf

conceptos y definiciones españolas. (6 de abril de 2014). Obtenido de https://conceptodefinicion.de/infraestructura/

Contreras, X. (12 de noviembre de 2016). *La hoteleria en la ciudad de Mexico*. Obtenido de https://www.turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Estadisticas/La%20hoteleria%20de%20la%20ciudad%20de%20mexico%202013/La%20hoteleria%20de%20la%20Ciudad%20de%20Mexico.pdf

contribuyentes, R. U. (20 de Enero de 2018). *SRI*. Obtenido de http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC

Cortez, M. (14 de abril de 2017). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10507/1/TESIS%20HOTEL.pdf

Cruz, A. (9 de diciembre de 2016). Obtenido de https://www.gembaacademy.com/blog/es/2016/12/09/las-8-dimensiones-de-la-calidad

Cuatrecasas, L. (2005). *Gestión integral de la calidad: implementación, control y certificación.* 3ra Edi.

Cuba, M. d. (julio de 2015). *Ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Turismo

Cueva, R. (septiembre de 2014). *pdf analisis FODA*. Obtenido de http://www.matrizfoda.com/dafo/

Cupueran, E. (10 de diciembre de 2012). *repositorio universidad central del ecuador*. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7212/6.19.001320.pdf;sequence=4

Davoren, J. (Agosto de 2017). *La voz de Houston*. Recuperado el 17 de Junio de 2019, de https://pyme.lavoztx.com/el-propsito-de-un-sistema-de-gestin-de-la-calidad-8141.html

DGAC. (2014). *aviacioncivil.gob.ec.* Obtenido de http://www.aviacioncivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/39REGLAMENTO_PARA_FUNCIONAMIENTO_DE_AEROPUERTOS_EN_ECUADOR.pdf

Dows, I. (3 de Mayo de 2016). *Foro Marketing*. Obtenido de https://www.foromarketing.com/tipos-de-clientes-y-sus-caracteristicas/

Duran, D. J. (2012). *Tecnicas de Restaurante.*

El turismo Aplicado con claridad. (2003). En F. Muñoz. España: copyriogth.

Elsie, B. (30 de Agosto de 2014). *Repositorio de la Universidad Catolica Santiago de Guayaquil*. Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2305/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-197.pdf

España, A. L. (Junio de 2017). *recursosbiblio.url.edu.gt.* Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de ecursosbiblio.url.edu.gt: http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf

España, E. J. (10 de Junio de 2016). *Repositorio de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Obtenido de http://www.repositorio.usac.edu.gt/5738/1/19%20AE%20TGT-2675-2095.pdf

Espine, F. A. (27 de 09 de 2016). Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/ecuador-impulsa-turismo-accesible-para-todos-con-la-firma-de-convenio/

Eunice, N. E., Pat, M. P., & Sánchez, A. L. (2018). CALIDAD EN EL SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y

BEBIDAS DEL MUNICIPIO DE ESCÁRCEGA, CAMPECHE. *Eumed.net*.

Excelencia, E. E. (2016). Metodologías y estrategias para implementar ISO 9001. *Business School*.

Ferrer, S. (2005). La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad delservicio universitario: características del servicio y habilidades profesionales. España.

Flores, J. (abril de 2014). *universidad de cuba*. Obtenido de http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2014oferta-turistica-definicion.html

Flores, Y. (8 de noviembre de 2012). *Blog Turismo*. Obtenido de http://tiposdeturismo.blogspot.com/

Frydman. (2000). Obtenido de https://www.uv.mx/personal/iesquivel/files/2011/07/MARCO-CONCEPTUAL-02.pdf

GAD MACARA. (2014).

Galea, R. (2010). Calidad en el servicio: Fiablidad. *Uncategorized*. Obtenido de https://calidadenelservicio.wordpress.com/2010/10/30/aspectos-importantes-del-servicio-la-fiabilidad/

Garrido, A. M. (8 de julio de 2016). *UNED- Guadalajara Mexico*. Obtenido de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/53098/moreno-garrido.pdf?sequence=1

Garrido, S. J. (2018). *Mantenimiento y limpieza en alojamientos rurales.* Andalucia: Innovacion y Cualificacion S.L. .

GeoRaymi. (s.f.). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/loja/ciudades/canton-loja-ad99cc2c3

Gestiopolis. (2012). *Gestiopolis*. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/

Gisolf, M. C. (2011). La Comida en el Turismo. *Turismo en Teoría*.

Gonzales, R. (22 de enero de 2013). *Universidad de chile*. Obtenido de https://www.educativo.net/articulos/que-es-la-industria-hotelera-885.html

Gracia, E., & Grau, R. (2017). *Estudio de la calidad de servicio como base fundamental para establecerla lealtad del cliente en establecimientos turísticos.* España.

Guerrero, C. (2014). Obtenido de universidad de los andes: https://haytipos.com/normas-iso/

Guzmán López, A., & Cárcamo Solís, M. d. (2014). La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio “Restaurant Familiar Los Fresnos”. Guanajuato, México.

Horovitiz, J. (1990). La calidad del servicio.

http://turismoaccesible.ec/conferencia/. (2016). Turismo Accesible .

Huayapa, A. E. (28 de enero de 2017). *Biblioteca digital Scribd*. Obtenido de https://es.scribd.com/document/159961365/CARACTERISTICAS-DE-LA-INDUSTRIA-HOTELERA

Huete, L. (1997). *economiaeleche.com*. Recuperado el 03 de 01 de 2019, de http://www.economiaelche.com/file_download/39.

Illanes, I. A. (2017). *El Nivel de Servicio en aeropuertos. Análisis del aeropuerto.* Sevilla.

Incontec. (2015). Normas técnicas de calidad. *Estándares*.

INEC. (2003). *Ecuador en cifras.* Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec

INEC. (2010). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/

INEC. (2010).

inovacion, S. s. (agosto de 2017). *Gobierno de España*. Obtenido de https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf

iNTERNATIONAL HOTEL CONSULTING SERVICES . (2019). Obtenido de https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/calidad-y-servicio-hotelero/

ISO, 9. (2013). *ISO 9001 Calidad*. Obtenido de http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-

ISOTools. (03 de 2017). *ISOTools.* Obtenido de https://www.isotools.cl/importancia-del-enfoque-basado-en-procesos-en-iso-90012015/

ISQ. (2018). *Implantacio de Sistemas de Qualitat SLNE.*

ISQ. (s.f.). *Implantacio de Sistemas de Qualitat SLNE.*

IVAO, r. (2011). Obtenido de https://ivaomx.wordpress.com/

J, J. (1983). *Marketing de la Calidad/Manual del Control de la Calidad.* Barcelona: Reverte.

Jimenez, R. (21 de Agosto de 2014). *Instituto Republica Dominicana*. Obtenido de http://www.squalitas.com/site/article/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i

Jorquera, F. J. (24 de agosto de 2015). *repositorio de la universidad de Chile*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorquera%2C%20F..pdf?sequence=3

José Bernardo Betancourt-Ramírez, L. A.-d.-V.-B. (julio.dicienbre de 2014). Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar. *redalyc.org, 19 N 2*, 66-74.

Juares, E. (4 de SEPTIEMBE de 2014). *AHOTEC*. Obtenido de https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=1&submenu1=7&idiom=1#

Jurado, G. (2014). CALIDAD DE LA GESTIÓN EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS OPERACIONES INTERNAS EN RESTAURANTES DE LUJO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE QUITO. *TESIS DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN GERENCIA DE LA CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD.* Quito.

Juran, J. M. (s.f.). Análisis y planeación de la calidad. . Mc Graw Hill.

Lamb, M. D. (2002). *Acacia.org.mx.* Obtenido de http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/M12P15-1.pdf

Larenas, N. (2019). *Las estadísticas de turistas extranjeros en Ecuador 2018.* Quito.

Leo, G. E. (25 de febrero de 2015). *Estructura organizacional de un Hotel*. Obtenido de https://prezi.com/2kcauwcjtkmk/estructura-organizacional-de-un-hotel/

Ley de turismo para el Ecuador (2018).

Loaiza. (2010). Obtenido de www.transporteaereo.es

LOJA, G. (2014). *PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORAL.* LOJA.

Loja, G. d. (s.f.). Permisos de Funcionamiento . Loja, Loja, Ecuador . Obtenido de http://gobernacionloja.gob.ec/intendencia-general-de-policia-2/

Loja, M. d. (24 de abril de 2016). *Municipio de Loja*. Obtenido de http://www.loja.gob.ec/contenido/historia-de-loja

Lopez, C. (2016). Los 10 componentes básicos del buen servicio. *GestioPolis*.

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

Luzuriaga, L. A. (12 de septiembre de 2015). *repositorio de la Universidad Internacional de Ecuador*. Obtenido de https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/599/1/T-UIDE-0549.pdf

M, D. e., & Trujillo, J. (2017). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. *researchgate.net*.

MACARA, P. (2014). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160000830001_PDyOT%20GAD%20MACAR%C3%81%20FINAL_16-03-2015_13-26-46.pdf

MACARA, P. (2014). *GAD MACARA*. Obtenido de PDOT: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160000830001_PDyOT%20GAD%20MACAR%C3%81%20FINAL_16-03-2015_13-26-46.pdf

Macías, A. J. (29 de Diciembre de 2010). *Ley del Sistema Ecuatoriano de Calidad*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_sistema.pdf

Maniviesa, P. (2014). Tipos de atención al cliente. *Dialnet*.

maps, g. (2 de junio de 2019). Obtenido de https://www.google.com/maps/place/4%C2%B022'59.8%22S+79%C2%B056'39.0%22W/@-4.3832707,-79.9447122,19z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x0:0x0!7e2!8m2!3d-4.3832722!4d-79.9441649

Mariuxi, C. R., Daniel, M. C., & Talina, S. M. (Febrero de 2013). Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento. Guayaquil, Ecuador.

Martin, M. (01 de Agosto de 2015). *SOBREBLOGS*. Recuperado el 23 de 05 de 2019, de https://historiageneral.com/2015/08/01/el-origen-de-los-restaurantes/

Martinez, C. (18 de Agosto de 2017). *INESEM*. Obtenido de https://revistadigital.inesem.es/gestion-integrada/sistema-gestion-calidad/

Martinez, D. (14 de julio de 2015). *Aiteco Consultores*. Obtenido de https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/

Marysela, M. M. (12 de enero de 2017). *analisis del servicio hotelero mediente la escala servqual*. Obtenido de file:///C:/Users/Karolinirijilla/Downloads/articulo8%20calidad%20(3).pdf

Melara, M. (2 de octubre de 2018). *Blog de Marlon Melara*. Obtenido de https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/

MINTUR. (2013). *Ministerio de turismo.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/terminal-del-aeropuerto-de-catamayo

MINTUR. (2018). Quito.

MINTUR. (2018). Quito.

MINTUR. (2018). *Ley de turismo para el Ecuador.* Quito: Lexis.

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

Moreira, A. (14 de Julio de 2017). *Matriz FODA*. Obtenido de http://www.matrizfoda.com/dafo/

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

Navarrete, C. V., & Vasco, J. V. (2016). *Calidad en el servicio de las empresas hoteleras.* Riobamba.

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

Nuñez, M. (12 de febrero de 2018). *Hosteleria del Ecuador* . Obtenido de https://hosteleriaecuador.com/calidad-servicio-al-cliente/

Olsen-Sharma. (2002). *LA REVOLUCIÓN RESTAURANTERA. Crecimiento, cambio en la industria internacional del servicio de alimentos.*

OMT. (2005-2007). La Sustentabilidad del Turismo según la OMT.

OMT. (2007). La Sustentabilidad del Turismo.

ORDOÑES, J. (2016). *REPOSITORIO UNL*. Obtenido de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10103/1/JESSICA%20ORDO%C3%91EZ%20%28%20BIBLIOTECA%29.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

Osés, J. (2016). Los servicios tienen características únicas que los diferencian fundamentalmente de los productos físicos e implican otras formas de pensar el negocio. *BuenosNegocios*.

Palacios Romero , V., & García , L. (2017). REFLEXIONES DE LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA FRANCÉS EN EL INSTITUTO

TECNOLÓGICO INTERNACIONAL DE QUITO. *Revista Órbita Pedagógica*, 2.

Pannoso, L. (febrero de 2012). *blog entorno turistico*. Obtenido de https://www.entornoturistico.com/los-6-elementos-del-sistema-turistico/

Parasuraman, Z. y. (1985). Modelo SERVQUAL.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1985). Modelo SERVQUAL.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1998). *La evaluacion de la calidad percibida como herramienta de gestion en servicios.* Murcia: España -libros.

Paul, M. (6 de febrero de 2015). *Definiciones Hoteles*. Obtenido de https://conceptodefinicion.de/check-in/

Paute, C. (2 de abril de 2016). *generalidades de la industria hotelera*. Obtenido de https://es.slideshare.net/Suemi7/lectura-la-industria-del-turismo-y-los-hoteles

Pazmiño, M. (30 de Enero de 2016). *PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA LA GESTIÓN DE LA EXCELENCIA LOGIN+593 22236970*. Obtenido de https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/

PDOT MACARA. (2014). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160000830001_PDyOT%20GAD%20MACAR%C3%81%20FINAL_16-03-2015_13-26-46.pdf

Pérez, Á. (23 de Septiembre de 2017). Restaurantes adaptan los menús a escritura braille. *EL TELEGRAFO*.

Perez, M. (13 de octubre de 2014). *Municipio de Bayamon*. Obtenido de http://www.municipiodebayamon.com/servicios-municipales/empresas/patente-municipal/

Perez, M. R. (2014). Revista Turydes: Turismo y Desarrollo.

Perez, R. (28 de septiembre de 2014). Obtenido de http://www.intedya.com/internacional/8/consultoria-calidad-turistica-.html

Pérez, R. M. (2014). El turismo y sus organismo. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*.

Permiso de funcionamiendo para establecimientos de actividad turistica , 20140002 (23 de abril de 2014).

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN ESTABLECIMIENTOS DE ACTIVIDAD TURISTICA, 20140002 (23 de abril de 2014).

Pesantes, L. (21 de febrero de 2017). *Significados*. Obtenido de https://www.significados.com/calidad/

Porto, J. P. (14 de marzo de 2015). *Definiciones*. Obtenido de https://definicion.de/huesped/

Productividad, M. d. (2018). *PLAN NACIONAL DE CALIDAD 2918.* Quito.

Publica, M. d. (8 de agosto de 2015). *Ministerio de Salud Publica*. Obtenido de https://www.salud.gob.ec/emision-del-certificado-unico-de-salud/

Quezada, J. (6 de agosto de 2012). *repositorio universidad nacional de Loja*. Obtenido de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1050/1/Tesis%20Johanna%20Quezada.pdf

Quito, M. d. (15 de febrero de 2014). *bomberos quito*. Obtenido de https://prezi.com/gg_va-l8zu5k/certificado-de-los-bomberos/

Ramirez Cavassa, C. (2006). *hoteles: gerencia, seguridad y mantenimiento.* MAD.

Ramirez, C. (2016). Hoteles.com revela la fórmula de una estancia de hotel perfecta: comodidad, limpieza y buen servicio. *Dialnet*.

Ramirez, R. (octubre de 2015). *Universidad de Colima.* Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/demanda-turistica.htm

Ramírez, S. M. (2013). La gastronomía en el sistema turístico. Buscando nuevos productos, mejorando destinos. El caso de la isla de Fuerteventura. *PASOOS*.

RESTAURANTERIA, N. B. (abril de 2010). Obtenido de http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html

Riofrio, E. (22 de septiembre de 2016). *universidad tegnologica equinoccial*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1988/1/40808_1.pdf

Ritchie, F. y. (1991).

Rivadeneira, F. (2010). Origenes e historia del restaurante. *UnderMedia S.A.*

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

Roys, V. (2 de agosto de 2016). *hoteles en Tunja*. Obtenido de https://hotelesentunja.com/historia-de-los-hoteles-en-el-muno/

S.f. (2018). Mercado y Clientes. *Marketig en el Siglo XXI*.

Salinas, C. R., González, C. M., Estrada, S. S., Peña, F. M., & Alarcón, O. M. (Enero de 2019). *SECTUR*. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/BCT_No40fINAL.pdf

Samaniego, S. P. (2015). *Estudios Migratorios Latinoamericanos.* Bueno Aires - Argentina.

Schneider, 2. (febrero de 2014). *Jornades de Foment de la Investigación*. Obtenido de

http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78452/forum_2007_17.pdf?sequence=1

Selena Monar, M. V. (9 de Marzo de 2018). *Repositorio de la universidad Catolica Santiago de Guayaquil*. Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10296/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-493.pdf

SENPLADES. (21 de FEBRERO de 2014). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1108_MACARA_LOJA.pdf

Serrano, L. y. (2015). *Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas.* Colombia.

Sharma, O. y. (2000). *La revolución restaurantera.Crecimiento, cambio y estrategia en la industria internacional del servicio de alimentos .*

Sisteme de Gestion de Calidad. (s.f.). Obtenido de https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/d_recursos_humanos/concurso/normativa/_archivos//000007_Otras%20normativas%20especificas/000000_SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20LA%20CALIDAD%20ISO%209000.pdf

Software, A. (2017). SOLUCIÓN DE PQRS – PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS. *Aranda Software*.

Sosa, K. Q., & Nuñez, K. (25 de Enero de 2019). *innovatur*. Obtenido de https://www.innovtur.com/turismo-inclusivo-una-opcion-para-mejorar-la-calidad-de-la-oferta-turistica-o-una-necesidad/

Sparks, B. y. (2003). *Administracion de Hoteles y Restaurantes.*

Sparks, B. y. (2003). *RESTAURANTES Y EL MARKETING TURISTICO.*

Suarez, J. (26 de septiembre de 2017). *datos generales de turismo Mintur*. Obtenido de

https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/323596-ecuador-turistico-cifras-datos-que-debes-saber

Templates, F. C. (2014). *Copyright .* Obtenido de http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/48_analisis_objetivos_calidad.html

Thompson, I. (2018). *Definición de Servicios.*

Torres, J. (26 de noviembre de 2012). *Repositorio de la Universidad Tecnica Particular de loja*. Obtenido de file:///C:/Users/Karolinirijilla/Downloads/1074400%20(1).pdf

Trabajo, M. d. (19 de octubre de 2016). *pagina web del Ministerio del Trabajo*. Obtenido de http://www.trabajo.gob.ec/

Trujillo, C. ,. (2014). *Servir con calidad en México.* Mexico: Mexicana.

Trujillo, Carrete, Vera, & López, G. (2014). *Servir con calidad en México.* Mexico: Mexicana.

Turismo, M. d. (14 de junio de 2014). *Reglamento general de actividades Turisticas*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%CC%81sticas.pdf

Turismo, M. d. (18 de febrero de 2016). Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf

turismo, M. d. (2017). Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/

Turismo, M. d. (14 de abrl de 2017). *study lib*. Obtenido de https://studylib.es/doc/6367319/reglamento-de-alojamiento-turistico

Ucha, F. (12 de Mayo de 2016). *Definicion ABC*. Obtenido de https://www.definicionabc.com/general/cancelacion.php

Ucha, F. (23 de mayo de 2016). *definiciones España*. Obtenido de https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php

UIOOT. (1967). Turismo: Definición.

Valdez, E. (22 de junio de 2016). *repositorio de la Universidad de Trujillo*. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2429/VALDEZ%20CABANILLAS%20ERIKA%20RUTH%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

vasquez, c. (9 de septiembre de 2015). *hotel olid*. Obtenido de http://www.hotelolid.com/origen-los-hoteles/

Vásquez., A. M. (2016). *Calidad de los servicios turisticos gestiony desarrollo del turismo regional en Mexico.* Mexico.

Vázques, M. O. (27 de Junio de 2017). *El Insignia*. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de https://blog.elinsignia.com/2017/06/27/la-importancia-del-servicio-al-cliente-en-un-restaurante-marcelo-oscar-vazquez/

Vázquez, V. H., & Espinoza., M. P. (2018). *Evaluación de la calidad en el servicio al cliente en los hoteles.* Jalisco.

Vega, A. V. (2015). *La Calidad Percibida Del Servicio En Establecimientos Hoteleros.* Obtenido de http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/304/260

Voger, A. (24 de marzo de 2013). *vitacoras*. Obtenido de https://bitacorasdeviaje.com/tips/que-es-un-hostal

11. ANEXOS

Anexo1. Anteproyecto de Tesis

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

TEMA:

"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS HOSTALES DE SEGUNDA CATEGORIA EN EL CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA"

Anteproyecto de tesis previo la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística.

AUTOR:

Tania Karolina Campoverde Campoverde

LOJA - ECUADOR

2018

1.TEMA:

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS HOSTALES SEGUNDA CATEGORIA EN EL CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”

2. PROBLEMÁTICA

En la actualidad la actividad turística es una de las actividades comerciales más importantes del planeta. Para la Organización Mundial del Turismo en los albores del nuevo milenio, el turismo se consolida como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo, generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países. El sector turístico está creciendo con mucha fuerza (un 7% en 2017 a nivel mundial). Según el secretario general de la OMT, Francesco Frangialli, el turismo mantiene la economía mundial "en movimiento", siendo la primera partida del comercio internacional, generando el mayor volumen de ingresos por exportaciones y dando empleo a millones de personas, producto de su carácter multisectorial, y pese a las continuas turbulencias mundiales que amenazan su expansión y que se ha mantenido tenazmente, por ello muchos países se interesan seriamente en su desarrollo. Incluso, el turismo, en las últimas décadas ha configurado la geografía, demografía, economía y aspectos socio-culturales en muchas regiones del mundo. La importancia de las empresas hoteleras en la actividad turística, se presenta porque muchos hoteles no son simples sitios para dormir o pernoctar, sino que son considerados como atractivos turísticos, los cuales incluyen gran variedad de servicios como restauración, comercio, recreación ,comunicación y transporte, Por ello el servicio de alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia en la actividad turística y, el conocimiento de su situación actual, es vital para determinar y abordar los problemas de toda la actividad turística. (Marysela, 2017)

Ecuador trabaja por fomentar el turismo interno hacia localidades rurales, sin invadir el ecosistema de las especies protegidas o de las comunidades. Debido a esos esfuerzos permanentes, el país recibió 14 reconocimientos de los World Travel Awards , de las 26 categorías a las que estaba

nominado en la sección Sudamérica, lo que lo convirtió en el país más ganador de la región en 2017.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo este reconocimiento le abre las puertas al país para aumentar el flujo de turismo receptor (visitas por parte de extranjeros) y atraer nuevas inversiones, además de fortalecer el turismo interno.

La provincia más visitada en 2016 fue Santa Elena, seguida de Manabí y Esmeraldas. Aún se analiza las cifras de este año respecto a turismo interno.

La Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo informó que durante 2016 los desplazamientos por turismo interno fueron de 12,3 millones de viajes, lo que dinamizó la economía en el Ecuador con $ 285,5 millones. El 40% de estos desplazamientos fue realizado en los diferentes feriados, lo que representó más de 4,9 millones de viajes alrededor del país.

En el mismo informe, el ministerio señala que los establecimientos de alojamiento de lujo a nivel nacional (excepto Galápagos), en junio de 2017 tuvieron una ocupación del 59,6% y 42% en los de primera categoría, lo que representa el crecimiento del 1,1% y 15,6%, respectivamente. (Suarez, 2017)

La provincia de Loja se ha distinguido en todos los tiempos por una definida vocación por la música de sus habitantes y por cultivar el género musical, entre hombres y mujeres de todos los estratos sociales. De esta manera, podemos concluir que la música es para el lojano un lenguaje, una forma de expresión natural, profundamente ligada a su existencia. De manera paralela a las celebraciones religiosas se desarrolla una intensa actividad comercial protagonizada por lojanos, turistas nacionales y extranjeros. Es la ocasión para que la multifacética actividad de los lojanos se manifieste

ante propios y extraños en toda su potencialidad y virtualidades. El arte musical, las artes plásticas en su diversidad de técnicas, las artesanías industriales tecnificadas y tradicionales tienen una presencia alentadora y llena de promesas. (Castro D. , 2017)

Uno de los cantones que integra la provincia de Loja es Macará se caracteriza por su clima cálido y la hospitalidad de su gente, por ser un paso cercano al vecino país del Perú, su población se dedica al cultivo del arroz siendo esta una ciudad con pocas fuentes de trabajo. (MACARA, GAD MACARA, 2014)

Las empresas hoteleras han creído conveniente su creación para ofrecer a la ciudadanía todo tipo de servicios que correspondan al ámbito hotelero turístico y de esta manera satisfacer la demanda existente en el mercado local, esta ciudad es muy visitada en los meses de agosto y septiembre por la feria de integración fronteriza y las fiestas de cantonización, existe competencia desleal por parte de los empresarios hoteleros ofreciendo así servicios no adecuados y afectando la imagen del hotel y del cantón.

Esta investigación se basa en analizar la calidad en el servicio de los establecimientos hoteleros y como estos pueden afectar el desarrollo turístico del cantón, pues no se realizan planes de inversión para el mejoramiento de la calidad hotelera,

3. JUSTIFICACION

Ecuador ha enfrentado una crisis económica durante los últimos años que ha generado inestabilidad en distintos sectores de la economía, siendo los más afectados los pequeños establecimientos de hospedaje por la poca demanda turística. En Ecuador la oferta hotelera se ha convertido, en un sector totalmente competitivo donde la mayor parte de establecimientos turísticos, al no contar con recursos necesarios, ha generado un declive en la calidad y servicio,

Este proyecto se justifica en los siguientes ámbitos:

Académico: en el ámbito académico la presente investigación es un requisito previo a obtener el título de pregrado en administración turística, que permitirá poner en prácticas los conocimientos adquiridos en el desarrollo profesional.

Social-Cultural: la investigación contribuirá a desarrollar estrategias que permitan mejorar la calidad y servicio, ofertado por los establecimientos hoteleros, beneficiando a todos los sectores económicos directos e indirectos del cantón Macara.

Turístico: la investigación se justifica en el ámbito turístico, por la implementación de estrategias que pondrán en marcha los establecimientos hoteleros, presentando un servicio nuevo y eficiente, dando a conocer los atractivos turísticos naturales y culturales de la zona, a todos aquellos que opten por visitarlos, promoviendo el desarrollo turístico de la localidad.

Económico-Empresarial: Desde este enfoque el turismo representa una alternativa de desarrollo económico para los establecimientos hoteleros del cantón Macará, dinamizando la economía de la empresa.

Con el presente trabajo investigativo se pretende demostrar la importancia que tiene realizar el análisis de calidad dentro del servicio hotelero ya que dará la oportunidad de mejorar e innovar la oferta de los servicios que brindan, generar la demanda de nuevos clientes.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general

Analizar la calidad del servicio de los Hostales Residencia en el Cantón Macará de la Provincia de Loja.

4.2. Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación actual de los hostales de segunda categoría del Cantón Macará
2. Evaluar la calidad de servicio que ofrece los hostales de segunda categoría en el cantón Macará
3. Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio en los Hostales de segunda categoría del Cantón Macará.

5. MARCO TEORICO

5.1. Marco conceptual

5.1.1. La calidad

5.1.2. Seguridad

5.1.3. Higiene

5.1.4. Accesibilidad

5.1.5. Transparencia

5.1.6 Autenticidad

5.1.7. Servicio de hospedaje

5.1.8. Oferta Turística

5.1.9. La infraestructura

5.1.10. Demanda Turística

5.1.11. ISO

5.1.14. Normas de la Familia ISO 9000

- Normas ISO 9001:2008
- La norma ISO 9000:2000
- ISO 9000
- ISO 9001
- ISO 9004

5.1.15 Reglamento de alojamiento categorización de los alojamientos

5.1.16. Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico Categorías asignadas

5.1.17. Modelos de calidad en el servicio

5.1.18. Modelo SERVQUAL

- Concepto del modelo SERVQUAL
- Importancia de la Metodología SERVQUAL
- Características del modelo SERVQUAL

5.1.19. Análisis FODA

5.1.20. Muestreo

- formulas

5.1.21. Estrategias

- Concepto
- Tipos
- Clasificación

5.2. Marco Referencial

5.2.1. Generalidades del Cantón Macará.
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.

5.2.6.3. Personajes excepcionales de macará

5.2.6.4. Leyendas

5.2.6.5. Gastronomía

5.2.7. Atractivos

5.2.7.1. Atractivos Naturales

5.2.7.2. Atractivos Culturales

5.2.8. Planta turística

5.2.9. Servicios.

6. METODOLOGIA

En la actualidad el proceso investigativo en el Ecuador exige que se unifique la teoría y práctica a más de basarse en una información oportuna y eficaz de una investigación

Para lograr esto fue necesario fundamentar los métodos, técnicas y procedimientos de recolección y monitoreo de datos referentes al tema de estudio consistente en: ´´**Análisis de la calidad del servicio de los hostales de segunda categoría en el cantón Macará, provincia de Loja"** el mismo que requerirá de una adecuada selección de instrumentos investigativos de manera correcta que conduzcan al cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos.

Para el primer objetivo, **Diagnosticar la situación actual de los hostales de segunda categoría del Cantón Macará** se utilizara el método de Investigación Descriptiva, con la finalidad de determinar las características de los establecimientos, sus antecedentes, económicos, y demás factores que incurrieron dentro de la empresa también se utilizara el método analítico que nos permite realizar un análisis mediante la observación y examen de un hecho en particular. 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. Otra técnica a utilizar La entrevista se la va a realizar al Gerente de cada hostal con la finalidad de conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades y a su vez como está estructurada la misma, y con esto poder diagnosticar los puntos que convendría cambiar para mejorar la calidad.

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.

Para el segundo objetivo, "**Evaluar la calidad de servicio que ofrece los hostales de segunda categoría en el cantón Macará",** para ello se aplicara 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. Se procederá también a realizar el cálculo de la muestra para posteriormente elaborar el diseño de la encuesta que se les aplicará a los clientes de los hostales, seguidamente se aplicará la encuesta y se efectuará la tabulación respectiva de las mismas para luego hacer un análisis comparativo y cuantitativo con los resultados obtenidos, y finalmente elaborar las debidas conclusiones. Para ello se utilizará el enfoque cuantitativo, cualitativo, los métodos analítico y sintético que nos permitirán realizar cada uno de los puntos antes mencionados

Para el tercer objetivo, **"Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio en los Hostales de segunda categoría del Cantón Macará.",** dentro de este objetivo se desarrollará lo siente: tema, problema, meta, alcance, actividades a corto y largo plazo, tiempo, recursos y control. Se analizará las ventajas de brindar calidad en el servicio para satisfacer a los clientes. Para este objetivo se utilizará el método analítico y sintético pues sabiendo las debilidades y fortalezas de la empresas hoteleras se podrá elaborar las estrategias que involucren a todos los actores mediante un taller participativo , también es de gran importancia establecer vínculos con todas las entidades que se encuentren inmersas en el sector turístico, para así dar a conocer como mejoraría la calidad en el servicio de los hoteles y por ende como eso servirá para el crecimiento turístico de la zona.

Para la realización de este proyecto, se tomará en cuenta la opinión y participación de empresarios, expertos, docentes e instituciones del sector

de manera que brinden información y compartan sus experiencias y conocimientos que aporten para mejorar la calidad en el servicio en el sector hotelero.

7. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	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	1	2	3	4	1	2	3	4
OBJETIVO 1 Diagnosticar la situación actual de los hostales de segunda categoría del Cantón Macará																																
1. Describir la empresa. Misión, Visión	X	X	X																													
2. Ficha de empresa				X	X	X																										
3.Análisis FODA							X	X																								
OBJETIVO 2 Evaluar la calidad de servicio que ofrece los hostales de segunda categoría en el cantón Macará																																
1.Cálculo de la muestra									X																							
2.Diseño de la encuesta										X																						
3.Aplicación de la encuesta											X																					
4.Tabulación													X																			
5.Análisis comparativo														X	X																	
6.Análisis cuantitativo																X	X															
7.Conclusiones																		X														
OBJETIVO 3 Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio en los Hostales de segunda categoría del Cantón Macará																																
1.Tema																			X													
2.Problema																				X												
3.Meta																					X											
4.Alcance																						X										
5.Actividades a corto y largo plazo																							X									
6.Tiempo																								X								
7.Recursos																									X							
8.Control																										X						
Corrección borrador de tesis																											X	X				
Trámites legales																													X	X		
Disertación																															X	X
Fuente y elaboración: Tania Campoverde																																

8. PRESUPUESTO

8.1. Recursos Humanos

Personas especializadas en sistemas de calidad

Docentes

Tesista

Transporte

Alimentación

8.2. Recursos Materiales

Papel Bond

Anillados

Material de oficina

Impresiones

Empastados

8.3. Recursos técnicos

Internet

Cámara

Computadora

Imprevistos

8.4. Recursos Empresariales o Institucionales

Información Gads

Aporte empresarial

Recursos Humanos	
Personas especializadas en sistemas de calidad	600$
Docentes	0$
Tesista	0$
Transporte	120$
Alimentación	60$
Recursos Materiales	
Papel Bond	40$
Anillados	30$
Material de oficina	50$
Impresiones	70$
Empastados	60$
Recursos técnicos	
Internet	40$
Cámara	0$
Computadora	0$
Imprevistos	150$
Recursos Empresariales o Institucionales	
Información Gads	0$
Aporte empresarial	0$
TOTAL	1.220$

Fuente y elaboración: Tania Campoverde

9. BIBLIOGRAFIA

López , F., & Quera, M. (Enero de 2006). *http://www.ecom.cat.* Recuperado el 12 de Febrero de 12, de http://www.ecom.cat/pdf/hotel_accesible.pdf

(MIPRO), M. D. (2018). *PLAN NACIONAL DE LA CALIDAD 2018.* Quito.

(2002). En G. Delgado, *Efectos sobre el crecimiento economico Andaluz* (pág. 164). Sevilla España: Focus Avengoa.

(2002). En B. G. Martin, *Regionalizacion Turistica del Mundo* (pág. 190). España: Ediosiones de la universidad de Barcelona.

(2010). En J. L. Sanz, *Calidad segunda edicion* (pág. 250). Madrid: Carmen Lara Carmona.

(2011). En A. Trujillo, *Servir con calidad en Mexico* (pág. 215). mexico: LID editorial mexicana.

(2015). En T. Herrera, *la gestion de la calidad en los servicios* (pág. 260). España: universidad de Malaga España.

46, D. m. (17 de julio de 2014). *Lexjuris Puerto Rico*. Obtenido de http://www.lexjuris.com/jsm/lexdm46.htm

Aguilo. (1996). *Evolución y expectativas de la actividad turística.* Madrid.

AITECO. (2009). *Aiteco.com*. Obtenido de https://www.aiteco.com/que-es-la-calidad-de-servicio/

Albacete, C. (2004). *Calidad de servicio en alojamientos rurales.* Granada: Universidad de Granada.

Alegsa. (2011). *Alegsa.com*. Obtenido de http://www.alegsa.com.ar/Dic/sistema.php

Alvarado, V. (03 de febrero de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/DISPOSICIONES-A-ESTABLECIMIENTOS-QUE-REALIZAN-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf

Ambiente, M. d. (26 de Marzo de 2014). *MAE*. Obtenido de http://tramites.ecuadorlegalonline.com/ambiental/ministerio-de-ambiente/procedimiento-para-emision-de-licencias-ambientales/

Arcsa. (23 de abril de 2014). *arcsa*. Obtenido de https://registrelo.go.cr/cfmx/plantillas/ms/ABC_Registrelo.pdf

ARCSA. (2015). *MANUAL DE PRÁCTICAS DE HIGIENE Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS EN.* Quito.

ARIAS, J. (2015). *UNIVERSIDAD TECNICA EQUINOCIAL*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16063/1/61203_1.pdf

Armstrong, K. y. (1997). Fundamentos de nercadoctenia.

Bachs, E. (2003). Ensiclopedia practica, profecional de turismo, hoteles y restaurantes. *Grupo Oceano*.

Baldeon, M., Fanny y Andrade, A., & Stephanie, K. (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

Barrado, G. G. (2017). La importancia de la Calidad en las Empresas. *WordPress*. Obtenido de http://www.aleissistemas.com/blog/la-importancia-la-calidad-las-empresas/

Barrietos, A. (4 de noviembre de 2015). *Aiteco Articulos de Maestria*. Obtenido de https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/

Bejarano, G. N. (16 de septiembre de 2011). *Reglamento General de Actividades Turisticas*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS1.pdf

BERRY, L. B. (1989). Calidad de servicio, una ventaja estratégica para instituciones.

blog medios turisticos en peru. (16 de julio de 2016). Obtenido de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/

Briceño, G. (5 de diciembre de 2015). *universidad tecnica particular de loja*. Recuperado el noviembre de 2010, de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2428/1/Tesis%20de%20Salas.pdf

BRICEÑO, G. A. (JULIO de 2013). Obtenido de UTPL: http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1580/1/DESARROLLO%20E%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20UN%20SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20PARA

%20EL%20HOTEL%20DORADO%20DEL%20CANT%C3%93N%20PLAYAS.pdf

Cabrera, B. (18 de Febrero de 2016). *Blog Cabrera y co*. Obtenido de http://cabreraandco.mx/#quienes-somos

Cabrera, B. (s.f.). *Blog Cabrera -7*.

Carbellido, V. M. (2005). Que es la calidad , conceptos gurus y modelos fundamentales. En V. M. Carbellido, *Que es la calidad , conceptos gurus y modelos fundamentales* (pág. 184). Mexico: Limusa.

Carrasco, A. (20 de julio de 2014). *Crece Negocios*. Obtenido de https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/

Cartes, C. C. (marzo de 2014). *Universidad Catoica de Chile*. Obtenido de http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/03/modelo_calidad_de_atencion.pdf

Castillo, F. (16 de junio de 2016). *Ecuared*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Loja_(Ecuador)

Castro, C. M., & Rueda, S. I. (2015). *GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA HOTELERÍACOMO ELEMENTO CLAVE EN EL DESARROLLO DE DESTINOSTURÍSTICOS SOSTENIBLES: CASO BUCARAMANGA.* Bogota.

Castro, D. (14 de abril de 2017). *pagina del municipio de Loja*. Obtenido de http://www.loja.gob.ec/contenido/loja

Chamorro, S. (28 de Enero de 2016). *Deusto Formacion*. Obtenido de https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad

Codigo Laboral, 10, 1964-65-66 (Diciembre de 2017).

Coello, A. A. (s.f.). *LA GESTIÓN DE LA CALIDAD.*

Coello., A. A. (s.f.). Obtenido de http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf

COMERCIO, E. (01 de Agosto de 2016). La gastronomía ecuatoriana se extiende a más continentes. *SABORES*.

Comité ACI, 3. (2005). *American Concrete Institute.* Obtenido de www.inti.gob.ar/cirsoc/pdf/publicom/ACI_318-05_Espanhol.pdf

conceptos y definiciones españolas. (6 de abril de 2014). Obtenido de https://conceptodefinicion.de/infraestructura/

Contreras, X. (12 de noviembre de 2016). *La hoteleria en la ciudad de Mexico*. Obtenido de https://www.turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Estadisticas/La%20hoteleria%20de%20la%20ciudad%20de%20mexico%202013/La%20hoteleria%20de%20la%20Ciudad%20de%20Mexico.pdf

contribuyentes, R. U. (20 de Enero de 2018). *SRI*. Obtenido de http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC

Cortez, M. (14 de abril de 2017). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10507/1/TESIS%20HOTEL.pdf

Cruz, A. (9 de diciembre de 2016). Obtenido de https://www.gembaacademy.com/blog/es/2016/12/09/las-8-dimensiones-de-la-calidad

Cuatrecasas, L. (2005). *Gestión integral de la calidad: implementación, control y certificación.* 3ra Edi.

Cuba, M. d. (julio de 2015). *Ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Turismo

Cueva, R. (septiembre de 2014). *pdf analisis FODA*. Obtenido de http://www.matrizfoda.com/dafo/

Cupueran, E. (10 de diciembre de 2012). *repositorio universidad central del ecuador*. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7212/6.19.001320.pdf;sequence=4

Davoren, J. (Agosto de 2017). *La voz de Houston*. Recuperado el 17 de Junio de 2019, de https://pyme.lavoztx.com/el-propsito-de-un-sistema-de-gestin-de-la-calidad-8141.html

DGAC. (2014). *aviacioncivil.gob.ec.* Obtenido de http://www.aviacioncivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/39REGLAMENTO_PARA_FUNCIONAMIENTO_DE_AEROPUERTOS_EN_ECUADOR.pdf

Dows, I. (3 de Mayo de 2016). *Foro Marketing*. Obtenido de https://www.foromarketing.com/tipos-de-clientes-y-sus-caracteristicas/

Duran, D. J. (2012). *Tecnicas de Restaurante.*

El turismo Aplicado con claridad. (2003). En F. Muñoz. España: copyriogth.

Elsie, B. (30 de Agosto de 2014). *Repositorio de la Universidad Catolica Santiago de Guayaquil*. Obtenido de

http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2305/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-197.pdf

España, A. L. (Junio de 2017). *recursosbiblio.url.edu.gt.* Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de ecursosbiblio.url.edu.gt: http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf

España, E. J. (10 de Junio de 2016). *Repositorio de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Obtenido de http://www.repositorio.usac.edu.gt/5738/1/19%20AE%20TGT-2675-2095.pdf

Espine, F. A. (27 de 09 de 2016). Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/ecuador-impulsa-turismo-accesible-para-todos-con-la-firma-de-convenio/

Eunice, N. E., Pat, M. P., & Sánchez, A. L. (2018). CALIDAD EN EL SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL MUNICIPIO DE ESCÁRCEGA, CAMPECHE. *Eumed.net*.

Excelencia, E. E. (2016). Metodologías y estrategias para implementar ISO 9001. *Business School*.

Ferrer, S. (2005). La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad delservicio universitario: características del servicio y habilidades profesionales. España.

Flores, J. (abril de 2014). *universidad de cuba*. Obtenido de http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2014oferta-turistica-definicion.html

Flores, Y. (8 de noviembre de 2012). *Blog Turismo*. Obtenido de http://tiposdeturismo.blogspot.com/

Frydman. (2000). Obtenido de https://www.uv.mx/personal/iesquivel/files/2011/07/MARCO-CONCEPTUAL-02.pdf

GAD MACARA. (2014).

Galea, R. (2010). Calidad en el servicio: Fiablidad. *Uncategorized*. Obtenido de https://calidadenelservicio.wordpress.com/2010/10/30/aspectos-importantes-del-servicio-la-fiabilidad/

Garrido, A. M. (8 de julio de 2016). *UNED- Guadalajara Mexico*. Obtenido de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/53098/moreno-garrido.pdf?sequence=1

Garrido, S. J. (2018). *Mantenimiento y limpieza en alojamientos rurales.* Andalucia: Innovacion y Cualificacion S.L. .

GeoRaymi. (s.f.). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/loja/ciudades/canton-loja-ad99cc2c3

Gestiopolis. (2012). *Gestiopolis*. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/

Gisolf, M. C. (2011). La Comida en el Turismo. *Turismo en Teoría*.

Gonzales, R. (22 de enero de 2013). *Universidad de chile*. Obtenido de https://www.educativo.net/articulos/que-es-la-industria-hotelera-885.html

Gracia, E., & Grau, R. (2017). *Estudio de la calidad de servicio como base fundamental para establecerla lealtad del cliente en establecimientos turísticos.* España.

Guerrero, C. (2014). Obtenido de universidad de los andes: https://haytipos.com/normas-iso/

Guzmán López, A., & Cárcamo Solís, M. d. (2014). La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio “Restaurant Familiar Los Fresnos”. Guanajuato, México.

Horovitiz, J. (1990). La calidad del servicio.

http://turismoaccesible.ec/conferencia/. (2016). Turismo Accesible .

Huayapa, A. E. (28 de enero de 2017). *Biblioteca digital Scribd*. Obtenido de https://es.scribd.com/document/159961365/CARACTERISTICAS-DE-LA-INDUSTRIA-HOTELERA

Huete, L. (1997). *economiaeleche.com*. Recuperado el 03 de 01 de 2019, de http://www.economiaelche.com/file_download/39.

Illanes, I. A. (2017). *El Nivel de Servicio en aeropuertos. Análisis del aeropuerto.* Sevilla.

Incontec. (2015). Normas técnicas de calidad. *Estándares*.

INEC. (2003). *Ecuador en cifras.* Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec

INEC. (2010). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/

INEC. (2010).

inovacion, S. s. (agosto de 2017). *Gobierno de España*. Obtenido de https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf

iNTERNATIONAL HOTEL CONSULTING SERVICES . (2019). Obtenido de https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/calidad-y-servicio-hotelero/

ISO, 9. (2013). *ISO 9001 Calidad*. Obtenido de http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-

ISOTools. (03 de 2017). *ISOTools.* Obtenido de https://www.isotools.cl/importancia-del-enfoque-basado-en-procesos-en-iso-90012015/

ISQ. (2018). *Implantacio de Sistemas de Qualitat SLNE.*

ISQ. (s.f.). *Implantacio de Sistemas de Qualitat SLNE.*

IVAO, r. (2011). Obtenido de https://ivaomx.wordpress.com/

J, J. (1983). *Marketing de la Calidad/Manual del Control de la Calidad.* Barcelona: Reverte.

Jimenez, R. (21 de Agosto de 2014). *Instituto Republica Dominicana*. Obtenido de http://www.squalitas.com/site/article/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i

Jorquera, F. J. (24 de agosto de 2015). *repositorio de la universidad de Chile*. Obtenido de

http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorquera%2C%20F..pdf?sequence=3

José Bernardo Betancourt-Ramírez, L. A.-d.-V.-B. (julio.dicienbre de 2014). Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar. *redalyc.org, 19 N 2*, 66-74.

Juares, E. (4 de SEPTIEMBE de 2014). *AHOTEC*. Obtenido de https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=1&submenu1=7&idiom=1#

Jurado, G. (2014). CALIDAD DE LA GESTIÓN EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS OPERACIONES INTERNAS EN RESTAURANTES DE LUJO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE QUITO. *TESIS DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN GERENCIA DE LA CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD.* Quito.

Juran, J. M. (s.f.). Análisis y planeación de la calidad. . Mc Graw Hill.

Lamb, M. D. (2002). *Acacia.org.mx.* Obtenido de http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/M12P15-1.pdf

Larenas, N. (2019). *Las estadísticas de turistas extranjeros en Ecuador 2018.* Quito.

Leo, G. E. (25 de febrero de 2015). *Estructura organizacional de un Hotel*. Obtenido de https://prezi.com/2kcauwcjtkmk/estructura-organizacional-de-un-hotel/

Ley de turismo para el Ecuador (2018).

Loaiza. (2010). Obtenido de www.transporteaereo.es

LOJA, G. (2014). *PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORAL.* LOJA.

Loja, G. d. (s.f.). Permisos de Funcionamiento . Loja, Loja, Ecuador . Obtenido de http://gobernacionloja.gob.ec/intendencia-general-de-policia-2/

Loja, M. d. (24 de abril de 2016). *Municipio de Loja*. Obtenido de http://www.loja.gob.ec/contenido/historia-de-loja

Lopez, C. (2016). Los 10 componentes básicos del buen servicio. *GestioPolis*.

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

Luzuriaga, L. A. (12 de septiembre de 2015). *repositorio de la Universidad Internacional de Ecuador*. Obtenido de https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/599/1/T-UIDE-0549.pdf

M, D. e., & Trujillo, J. (2017). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. *researchgate.net*.

MACARA, P. (2014). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160000830001_PDyOT%20GAD%20MACAR%C3%81%20FINAL_16-03-2015_13-26-46.pdf

MACARA, P. (2014). *GAD MACARA*. Obtenido de PDOT: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160000830001_PDyOT%20GAD%20MACAR%C3%81%20FINAL_16-03-2015_13-26-46.pdf

Macías, A. J. (29 de Diciembre de 2010). *Ley del Sistema Ecuatoriano de Calidad*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_sistema.pdf

Maniviesa, P. (2014). Tipos de atención al cliente. *Dialnet*.

maps, g. (2 de junio de 2019). Obtenido de https://www.google.com/maps/place/4%C2%B022'59.8%22S+79%C2%B056'39.0%22W/@-4.3832707,-79.9447122,19z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x0:0x0!7e2!8m2!3d-4.3832722!4d-79.9441649

Mariuxi, C. R., Daniel, M. C., & Talina, S. M. (Febrero de 2013). Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento. Guayaquil, Ecuador.

Martin, M. (01 de Agosto de 2015). *SOBREBLOGS*. Recuperado el 23 de 05 de 2019, de https://historiageneral.com/2015/08/01/el-origen-de-los-restaurantes/

Martinez, C. (18 de Agosto de 2017). *INESEM*. Obtenido de https://revistadigital.inesem.es/gestion-integrada/sistema-gestion-calidad/

Martinez, D. (14 de julio de 2015). *Aiteco Consultores*. Obtenido de https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/

Marysela, M. M. (12 de enero de 2017). *analisis del servicio hotelero mediente la escala servqual*. Obtenido de file:///C:/Users/Karolinirijilla/Downloads/articulo8%20calidad%20(3).pdf

Melara, M. (2 de octubre de 2018). *Blog de Marlon Melara*. Obtenido de https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/

MINTUR. (2013). *Ministerio de turismo.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/terminal-del-aeropuerto-de-catamayo

MINTUR. (2018). Quito.

MINTUR. (2018). Quito.

MINTUR. (2018). *Ley de turismo para el Ecuador.* Quito: Lexis.

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

Moreira, A. (14 de Julio de 2017). *Matriz FODA*. Obtenido de http://www.matrizfoda.com/dafo/

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

Navarrete, C. V., & Vasco, J. V. (2016). *Calidad en el servicio de las empresas hoteleras.* Riobamba.

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

Nuñez, M. (12 de febrero de 2018). *Hosteleria del Ecuador* . Obtenido de https://hosteleriaecuador.com/calidad-servicio-al-cliente/

Olsen-Sharma. (2002). *LA REVOLUCIÓN RESTAURANTERA. Crecimiento, cambio en la industria internacional del servicio de alimentos.*

OMT. (2005-2007). La Sustentabilidad del Turismo según la OMT.

OMT. (2007). La Sustentabilidad del Turismo.

ORDOÑES, J. (2016). *REPOSITORIO UNL*. Obtenido de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10103/1/JESSICA%20ORDO%C3%91EZ%20%28%20BIBLIOTECA%29.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

Osés, J. (2016). Los servicios tienen características únicas que los diferencian fundamentalmente de los productos físicos e implican otras formas de pensar el negocio. *BuenosNegocios*.

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

Pannoso, L. (febrero de 2012). *blog entorno turistico*. Obtenido de https://www.entornoturistico.com/los-6-elementos-del-sistema-turistico/

Parasuraman, Z. y. (1985). Modelo SERVQUAL.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1985). Modelo SERVQUAL.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1998). *La evaluacion de la calidad percibida como herramienta de gestion en servicios.* Murcia: España -libros.

Paul, M. (6 de febrero de 2015). *Definiciones Hoteles*. Obtenido de https://conceptodefinicion.de/check-in/

Paute, C. (2 de abril de 2016). *generalidades de la industria hotelera*. Obtenido de https://es.slideshare.net/Suemi7/lectura-la-industria-del-turismo-y-los-hoteles

Pazmiño, M. (30 de Enero de 2016). *PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA LA GESTIÓN DE LA EXCELENCIA LOGIN+593 22236970*. Obtenido de https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/

PDOT MACARA. (2014). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160000830001_PDyOT%20GAD%20MACAR%C3%81%20FINAL_16-03-2015_13-26-46.pdf

Pérez, Á. (23 de Septiembre de 2017). Restaurantes adaptan los menús a escritura braille. *EL TELEGRAFO*.

Perez, M. (13 de octubre de 2014). *Municipio de Bayamon*. Obtenido de http://www.municipiodebayamon.com/servicios-municipales/empresas/patente-municipal/

Perez, M. R. (2014). Revista Turydes: Turismo y Desarrollo.

Perez, R. (28 de septiembre de 2014). Obtenido de http://www.intedya.com/internacional/8/consultoria-calidad-turistica-.html

Pérez, R. M. (2014). El turismo y sus organismo. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*.

Permiso de funcionamiendo para establecimientos de actividad turistica , 20140002 (23 de abril de 2014).

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN ESTABLECIMIENTOS DE ACTIVIDAD TURISTICA, 20140002 (23 de abril de 2014).

Pesantes, L. (21 de febrero de 2017). *Significados*. Obtenido de https://www.significados.com/calidad/

Porto, J. P. (14 de marzo de 2015). *Definiciones*. Obtenido de https://definicion.de/huesped/

Productividad, M. d. (2018). *PLAN NACIONAL DE CALIDAD 2918.* Quito.

Publica, M. d. (8 de agosto de 2015). *Ministerio de Salud Publica*. Obtenido de https://www.salud.gob.ec/emision-del-certificado-unico-de-salud/

Quezada, J. (6 de agosto de 2012). *repositorio universidad nacional de Loja*. Obtenido de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1050/1/Tesis%20Johanna%20Quezada.pdf

Quito, M. d. (15 de febrero de 2014). *bomberos quito*. Obtenido de https://prezi.com/gg_va-l8zu5k/certificado-de-los-bomberos/

Ramirez Cavassa, C. (2006). *hoteles: gerencia, seguridad y mantenimiento.* MAD.

Ramirez, C. (2016). Hoteles.com revela la fórmula de una estancia de hotel perfecta: comodidad, limpieza y buen servicio. *Dialnet*.

Ramirez, R. (octubre de 2015). *Universidad de Colima.* Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/demanda-turistica.htm

Ramírez, S. M. (2013). La gastronomía en el sistema turístico. Buscando nuevos productos, mejorando destinos. El caso de la isla de Fuerteventura. *PASOOS*.

RESTAURANTERIA, N. B. (abril de 2010). Obtenido de http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html

Riofrio, E. (22 de septiembre de 2016). *universidad tegnologica equinoccial*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1988/1/40808_1.pdf

Ritchie, F. y. (1991).

Rivadeneira, F. (2010). Origenes e historia del restaurante. *UnderMedia S.A.*

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

Roys, V. (2 de agosto de 2016). *hoteles en Tunja*. Obtenido de https://hotelesentunja.com/historia-de-los-hoteles-en-el-muno/

S.f. (2018). Mercado y Clientes. *Marketig en el Siglo XXI*.

Salinas, C. R., González, C. M., Estrada, S. S., Peña, F. M., & Alarcón, O. M. (Enero de 2019). *SECTUR*. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/BCT_No40fINAL.pdf

Samaniego, S. P. (2015). *Estudios Migratorios Latinoamericanos.* Bueno Aires - Argentina.

Schneider, 2. (febrero de 2014). *Jornades de Foment de la Investigación*. Obtenido de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78452/forum_2007_17.pdf?sequence=1

Selena Monar, M. V. (9 de Marzo de 2018). *Repositorio de la universidad Catolica Santiago de Guayaquil*. Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10296/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-493.pdf

SENPLADES. (21 de FEBRERO de 2014). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1108_MACARA_LOJA.pdf

Serrano, L. y. (2015). *Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas.* Colombia.

Sharma, O. y. (2000). *La revolución restaurantera.Crecimiento, cambio y estrategia en la industria internacional del servicio de alimentos .*

Sisteme de Gestion de Calidad. (s.f.). Obtenido de https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/d_recursos_humanos/concurso/normativa/_archivos//000007_Otras%20normativas%20especificas/000000_SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20LA%20CALIDAD%20ISO%209000.pdf

Software, A. (2017). SOLUCIÓN DE PQRS – PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS. *Aranda Software*.

Sosa, K. Q., & Nuñez, K. (25 de Enero de 2019). *innovatur*. Obtenido de https://www.innovtur.com/turismo-inclusivo-una-opcion-para-mejorar-la-calidad-de-la-oferta-turistica-o-una-necesidad/

Sparks, B. y. (2003). *Administracion de Hoteles y Restaurantes.*

Sparks, B. y. (2003). *RESTAURANTES Y EL MARKETING TURISTICO.*

Suarez, J. (26 de septiembre de 2017). *datos generales de turismo Mintur*. Obtenido de https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/323596-ecuador-turistico-cifras-datos-que-debes-saber

Templates, F. C. (2014). *Copyright .* Obtenido de http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/48_analisis_objetivos_calidad.html

Thompson, I. (2018). *Definición de Servicios.*

Torres, J. (26 de noviembre de 2012). *Repositorio de la Universidad Tecnica Particular de loja*. Obtenido de file:///C:/Users/Karolinirijilla/Downloads/1074400%20(1).pdf

Trabajo, M. d. (19 de octubre de 2016). *pagina web del Ministerio del Trabajo*. Obtenido de http://www.trabajo.gob.ec/

Trujillo, C. ,. (2014). *Servir con calidad en México.* Mexico: Mexicana.

Trujillo, Carrete, Vera, & López, G. (2014). *Servir con calidad en México.* Mexico: Mexicana.

Turismo, M. d. (14 de junio de 2014). *Reglamento general de actividades Turisticas*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%CC%81sticas.pdf

Turismo, M. d. (18 de febrero de 2016). Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf

turismo, M. d. (2017). Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/

Turismo, M. d. (14 de abrl de 2017). *study lib*. Obtenido de https://studylib.es/doc/6367319/reglamento-de-alojamiento-turistico

Ucha, F. (12 de Mayo de 2016). *Definicion ABC*. Obtenido de https://www.definicionabc.com/general/cancelacion.php

Ucha, F. (23 de mayo de 2016). *definiciones España*. Obtenido de https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php

UIOOT. (1967). Turismo: Definición.

Valdez, E. (22 de junio de 2016). *repositorio de la Universidad de Trujillo*. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2429/VALDEZ%20CABANILLAS%20ERIKA%20RUTH%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

vasquez, c. (9 de septiembre de 2015). *hotel olid*. Obtenido de http://www.hotelolid.com/origen-los-hoteles/

Vásquez., A. M. (2016). *Calidad de los servicios turisticos gestiony desarrollo del turismo regional en Mexico.* Mexico.

Vázques, M. O. (27 de Junio de 2017). *El Insignia*. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de https://blog.elinsignia.com/2017/06/27/la-importancia-del-servicio-al-cliente-en-un-restaurante-marcelo-oscar-vazquez/

Vázquez, V. H., & Espinoza., M. P. (2018). *Evaluación de la calidad en el servicio al cliente en los hoteles.* Jalisco.

Vega, A. V. (2015). *La Calidad Percibida Del Servicio En Establecimientos Hoteleros.* Obtenido de http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/304/260

Voger, A. (24 de marzo de 2013). *vitacoras*. Obtenido de https://bitacorasdeviaje.com/tips/que-es-un-hostal

•

NETGRAFIA

- http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16063/1/61203_1.pdf
- http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1580/1/DESARROLLO%20E%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20UN%20SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20PARA%20EL%20HOTEL%20DORADO%20DEL%20CANT%C3%93N%20PLAYAS.pdf
- http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2428/1/Tesis%20de%20Salas.pdf
- http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7212/6.19.001320.pdf;sequence=4
- link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160000830001_PDyOT%20GAD%20MACAR%C3%81%20FINAL_16-03-2015_13-26-46.pdf
- Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/
- btenido de http://app.sni.gob.ec/sni-
- Obtenido de file:///C:/Users/Karolinirijilla/Downloads/articulo8%20calidad%20(3).pdf
- http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10103/1/JESSICA%20ORDO%C3%91EZ%20%28%20BIBLIOTECA%29.pdf
- http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1108_MACARA_LOJA.pdf
- https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf
- https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-20

Anexo 2. Matriz de Diagnostico de los establecimientos

Cuadro 40. Anexo 2. Matriz de Diagnostico de los establecimientos

FICHA DE INFORMACIÓN TURISTICA DE ALOJAMIENTOS TURISTICOS					
1. DATOS GENERALES DEL HOSTAL LOS ARROZALES Y EL HOSTAL TERRA VERDE					
1.1. Ubicación					
Ciudad					
Parroquia					
Calles					
Nombre Gerente Hotel					
1.2. Representante de la Empresa					
Nº Cedula					
RUC					
Cargo					
1.3. Empresa Turística					
Razón social					
Tipo de empresa					
Misión					
Visión					
Creación					
Miembros de la empresa o accionistas					
Nº de empleados					
1.4. Servicios Turísticos					
Categoría					
	Simples	Dobles	Triples	Matrimoniales	Suit

Nº de plazas						
		Cumple	No cumple		Cumple	No cumple
Departamentos	Recepción			Cocina		
	RRHH			Lavandería		
	Marketing			Bodega		
	Reservas			Comprar		
	Consejería			Mantenimiento		
Alianzas convenios						

2. REGLAMENTOS ENTIDAD TURISTICA

	Definición	**Requisitos**	**Cumplimientos**		**Emisión o vigente**		**Observación**
			Cumple	No cumple	F. emisión	F. final	
2.1. L.U.A.F	Licencia Única Anual de Funcionamiento. Se debe presentar los permisos otorgados a la empresa y que son solicitados por el Municipio de Macará	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					
2.2. S.R.I.	**Definición**	**cumple**	**No cumple**		**Observaciones**		
	Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI)						
Factura Documento que se entrega por la compra y la venta de un producto o servicio.	Pago del IVA 12 %						
	Pago de servicios 10%						
	Variable	**Definición**	**Requisitos**		**Cumple**	**No cumple**	**Observaciones**
	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	El pago de un valor en dólares cada 12 meses sobre el ingreso bruto del establecimiento				

2.2. MUNICIPIO		cualquier servicio, industria o negocio				
	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.			
			Señalética en caso de emergencia.			

			(Números de emergencia).			
	Registro generador de desechos sanitarios	Manejo adecuado de tipos de residuos	Basureros para residuos orgánicos			
			Basureros para residuos inorgánicos			
2.3. HIIDROCARBUROS/ ARCH. 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					
2.4. GESTION DE RIESGOS	**Definición**	**Requisitos**		**Cumple**	**No cumple**	**Observaciones**
	Plan de contingencia.	Botiquín de primeros auxilios				
		Megáfono				
		Lámparas de emergencia o internas.				
		Vías de evacuación señalizadas				
		Puertas de emergencia funcionales				

	Estructura estratégica y operativa que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas.	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).			
2.5. 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 instalaciones.	Complimiento de la normativa sanitaria dentro del establecimiento			
		Condición es higiénicas en las habitaciones			
		Condiciones higiénicas en los baños			
		Manipulación de alimentos			

2.6. 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.					

	Variable	**Definición**	**Cumple**	**No cumple**	**Observaciones**
2.7. GOBERNACIÓN	Según acuerdo ministerial 887 considera que los permisos de	Registro del establecimiento en la página de Ministerio del Interior.			

Controles rutinarios por parte de la intendencia de policía	funcionamiento locales y establecimientos dentro de su categorización						
		Permiso de uso de suelo. (municipio)					
		Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas.					
2.8. CONADIS **(**Consejo nacional para igualdad de capacidades**)**	**Variable**	**Definición**	**Requisitos**	**Cumple**		**No cumple**	**Observaciones**
	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	Porcentaje de personal capacitado.				

		organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.					
2.9. MINISTERIO DEL AMBIENTE./ MAE	**Definición**	**Requisitos**	**Cumple**	**No cumpl**		**Observaciones**	
	Acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan lo 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					
3. REGLAMENTO ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE ALOJAMIENTO							
	INSTALACIONES GENERAL						
			Cumple	**No cumple**	**Observaciones**		

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.			
	Sistema de iluminación de emergencia.			
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.				
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			
ACCESO				
Una entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicio.				
ÁREAS DE CLIENTES				
Áreas de clientes – General				
		Cumple	**No cumple**	**Observaciones**

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				
	Áreas de clientes - Habitaciones				
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.			

Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado

		Cumple	**No cumple**	**Observaciones**
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.				
Amenities de limpieza	Champú			
	Jabón			
	Papel higiénico de repuesto			
	Vaso			
	Acondicionador			
	Enjuague bucal			
SERVICIOS				
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			

Fuente: MINTUR
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde

Anexo 3. Encuesta basada en el modelo SERVQUAL aplicada a los establecimientos hoteleros.

Cuadro 41. Encuesta basada en el modelo SERVQUAL aplicada a los establecimientos hoteleros.

Buenos días /tardes:
Por medio de la presente encuesta, la finalidad es conocer su opinión, acerca del tema propuesto para el proyecto de investigación titulado: "ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS HOSTALES DE SEGUNDA CATEGORÍA DEL CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA". De antemano le agradezco la concesión de algunos minutos de su tiempo para dar respuesta a las siguientes interrogantes. La información será confidencial y será utilizada exclusivamente para los fines mencionados.

Estimado usuario:
Por favor clasifique su percepción de la calidad del servicio del Hostal Los Arrozales; considerando que el grado máximo de satisfacción es 5 y mínimo es 1:

El empleado utiliza dispositivos modernos	1	2	3	4	5
La folletería impresa (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros.	1	2	3	4	5
Existen materiales suficientes para la presentación del servicio.	1	2	3	4	5
Las instalaciones físicas se encuentran en buenas condiciones.	1	2	3	4	5
Las instalaciones son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio	1	2	3	4	5
Considera que uniforme del personal es el adecuado para laborar en el establecimiento	1	2	3	4	5
El servicio brindado llena sus expectativas.	1	2	3	4	5
¿Cuándo el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?	1	2	3	4	5
¿Cuando un cliente tiene un problema, el empleado demuestra interés en solucionarlo?	1	2	3	4	5
¿El empleado realiza bien el servicio desde la primera vez que ofrece su atención?	1	2	3	4	5
Le es brindada atención individual y personalizada por igual a todos los clientes	1	2	3	4	5
Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5
El tiempo que espero para obtener el servicio fue satisfactorio	1	2	3	4	5
Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderles	1	2	3	4	5
Si necesita resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado	1	2	3	4	5
Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio	1	2	3	4	5
Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.	1	2	3	4	5
El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad	1	2	3	4	5
Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5
Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes	1	2	3	4	5
Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio	1	2	3	4	5
El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes	1	2	3	4	5
Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios	1	2	3	4	5
El empleado entiende las necesidades específicas del cliente.	1	2	3	4	5
¿Qué grado de satisfacción adquirió tras recibir el servicio?	1	2	3	4	5

Gracias por su colaboración

Fuente: Modelo Servqual
Elaboración: Tania Karolina Campoverde Camopverde

Anexo 4. Diagnóstico del Hostal los Arrozales

Fuente y elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde.

Figura 37. Diagnóstico del Hostal los Arrozales

Anexo 5. Diagnóstico del Hostal Terra Verde

Fuente y elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde.

Figura 38. Diagnóstico del Hostal Terra Verde

Anexo 6. Entrevista a gerente y recepcionista del Hostal los Arrozales

Fuente y elaboración: Tania Karolina Campoverde Campoverde.

Figura 39. Entrevista al gerente y recepcionista del Hostal los Arrozales

Anexo 7. Marco Normativo

Constitución del Ecuador

Que, la Constitución de la República en sus artículos 24 y 66 reconoce y garantiza a las personas el derecho a una vida digna que asegure entre otros, el descanso y ocio, así como el derecho al esparcimiento, los cuales pueden ser ejercidos a través de las distintas modalidades turísticas establecidas conforme a la ley. Que el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una política de Estado, encaminada a la consecución del buen vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, redistribución de la riqueza e inclusión social.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

Ley de Turismo

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.

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.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

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

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

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

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Ley del sistema ecuatoriano de Calidad.

Art. 1.- Esta Ley tiene como objetivo establecer el marco jurídico del sistema ecuatoriano de la calidad, destinado a:

i) regular los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en ésta materia;

ii) garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente, la protección del consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas; y,

iii) Promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana.

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

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

2. Equivalencia.- La posibilidad de reconocimiento de reglamentos técnicos de otros países, de conformidad con prácticas y procedimientos internacionales, siempre y cuando sean convenientes para el país;

3. Participación.- Garantizar la participación de todos los sectores en el desarrollo y promoción de la calidad;

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

5. Información.- Responsabilidad de las entidades que conforman el sistema ecuatoriano de la calidad en la difusión permanente de sus actividades. (Macías, 2010)

Reglamento general de actividades turísticas

Art. 1.- Alojamientos.

Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

Art. 2.- Categorías.

La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio de la distintiva de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten. En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

Art. 12.- Hoteles de dos estrellas.

Hoteles de dos estrellas.- Los hoteles de dos estrellas, deberán contar con

los siguientes servicios: a) De recepción, permanentemente atendido por personal capacitado. Los botones o mensajeros dependerán de la recepción; b) De pisos para el mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza, que será atendido por camareras cuyo número dependerá de la capacidad del alojamiento; debiendo existir al menos una camarera por cada diez y ocho habitaciones;

De comedor, que estará atendido por el personal necesario según la capacidad del establecimiento, con estaciones de diez mesas como máximo. El menú del hotel deberá permitir al cliente la elección entre por lo menos dos especialidades dentro de cada grupo de platos. El servicio de comidas y bebidas a las habitaciones será atendido por el personal de comedor; d) Telefónico. Existirá una central con por lo menos dos líneas, atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este cometido la recepción; e) De lavandería y planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del alojamiento. Este servicio podrá ser propio del alojamiento o contratado; y, f) Botiquín de primeros auxilios. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura.- Los establecimientos de alojamiento

Turístico se clasifican en:

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

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

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. (Turismo, Reglamento general de actividades Turisticas, 2014)

Reglamento de la Ley de Turismo

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 agencia miento;

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.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

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

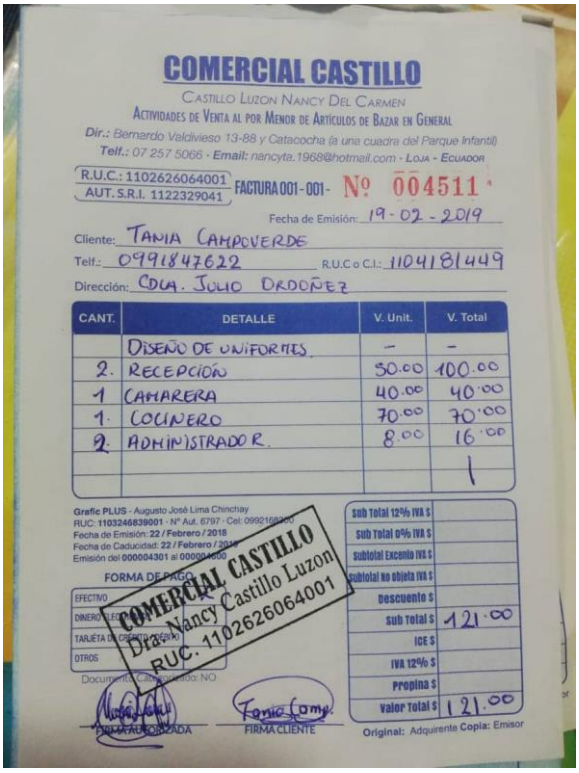
Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá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

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley; b. Dar publicidad a su categoría; c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento; d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos. (Turismo, study lib, 2017)

Anexo 8. Proformas



COMERCIAL CASTILLO

CASTILLO LUZON NANCY DEL CARMEN

ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL

Dir.: Bernardo Valdivieso 13-88 y Catacocha (a una cuadra del Parque Infantil)

Telf.: 07 257 5066 - Email: nancyta.1968@hotmail.com - LOJA - ECUADOR

R.U.C.: 1102626064001

AUT. S.R.I. 1122329041

FACTURA 001 - 001 - Nº 004511

Fecha de Emisión: 19 - 02 - 2019

Cliente: TANIA CAMPOVERDE

Telf.: 0991847622 R.U.C o C.I.: 1104181449

Dirección: CDLA. JULIO ORDOÑEZ

CANT.	DETALLE	V. Unit.	V. Total
	DISEÑO DE UNIFORMES.	-	-
2.	RECEPCIÓN	50.00	100.00
1	CAMARERA	40.00	40.00
1.	COCINERO	70.00	70.00
2.	ADMINISTRADOR.	8.00	16.00
			1

Grafic PLUS - Augusto José Lima Chinchay
RUC: 1103246839001 - Nº Aut. 6797 - Cel: 0992168300
Fecha de Emisión: 22 / Febrero / 2018
Fecha de Caducidad: 22 / Febrero / 2019
Emisión del 000004301 al 000004600

FORMA DE PAGO

EFECTIVO
DINERO ELECTRÓNICO
TARJETA DE CRÉDITO
OTROS

Documento Autorizado: NO

COMERCIAL CASTILLO Dra. Nancy Castillo Luzon RUC. 1102626064001

Sub Total 12% IVA $	
Sub Total 0% IVA $	
Subtotal Excento IVA $	
Subtotal no objeta IVA $	
Descuento $	
Sub Total $	121.00
ICE $	
IVA 12% $	
Propina $	
Valor Total $	121.00

FIRMA AUTORIZADA FIRMA CLIENTE

Original: Adquirente Copia: Emisor

COMERCIAL CASTILLO

CASTILLO LUZON NANCY DEL CARMEN

ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL

Dir.: Bernardo Valdivieso 13-88 y Catacocha (a una cuadra del Parque Infantil)

Telf.: 07 257 5066 - Email: nancyta.1968@hotmail.com - LOJA - ECUADOR

R.U.C.: 1102626064001

AUT. S.R.I. 1122329041

FACTURA 001 - 001 - Nº 004512

Fecha de Emisión: 20 - 02 - 2019

Cliente: TANIA CAMPOVERDE

Telf.: 0991847622 R.U.C o C.I.: 1104181449

Dirección: CDLA. JULIO ORDONEZ.

CANT.	DETALLE	V. Unit.	V. Total
1.	DISPOSITIVO ELECTRÓNICO	200.00	200.00
	PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN		

Grafic PLUS - Augusto José Lima Chinchay
RUC: 1103246839001 - Nº Aut. 6797 - Cel: 0992168300
Fecha de Emisión: 22 / Febrero / 2018
Fecha de Caducidad: 22 / Febrero / 2019
Emisión del 000004301 al 000004600

FORMA DE PAGO

EFECTIVO
DINERO ELECTRÓNICO
TARJETA DE CRÉDITO
OTROS

Documento Autorizado: NO

COMERCIAL CASTILLO Dra. Nancy Castillo Luzon RUC. 1102626064001

Sub Total 12% IVA $	
Sub Total 0% IVA $	
Subtotal Excento IVA $	
Subtotal no objeta IVA $	
Descuento $	
Sub Total $	200.00
ICE $	
IVA 12% $	
Propina $	
Valor Total $	200.00

FIRMA AUTORIZADA FIRMA CLIENTE

Original: Adquirente Copia: Emisor

INDICE

CARATULA ..... **i**
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS ..... **ii**
AUTORÍA ..... **iii**
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS. ..... **iv**
DEDICATORIA ..... **v**
AGRADECIMIENTO ..... **vi**
1. TITULO **1**
2. RESUMEN **2**
SUMMARY **3**
3. INTRODUCCIÓN **4**
4. REVISIÓN DE LITERATURA **7**
4.1. Marco conceptual 7
4.1.1. Marco Legal 7
4.1.2. La Calidad 11
4.1.3. La Calidad del servicio y satisfacción del cliente 12
4.1.4. Tipos de clientes 13
4.1.5. Sistema de gestión de calidad: 14
4.1.6. Clasificación de Establecimientos de Alojamientos Turísticos. 15
4.1.7. Dimensiones de la calidad 15
4.1.8. El cliente 17
4.1.9. Importancia de la Calidad en el Servicio 18
4.1.10. Servicio. 18
4.1.11. La calidad del servicio al cliente: 18
4.1.12. Calidad de servicio en la industria turística 19
4.1.13. Calidad de servicio en la hotelería 19
4.1.14. Metodología SERVQUAL. 19
4.1.14.1. Dimensiones de la Metodología SERVQUAL 20

4.1.14.2. Cuestionario para aplicar el Modelo SERVQUAL 21
4.2. Marco Referencial. 22
Investigaciones Referenciales.- 22
5. MATERIALES Y MÉTODOS 30
5.1. Ubicación del Área de Estudio 30
5.2. Materiales 33
5.3. Técnicas 35
5.4. Metodología por objetivos 35
5.4.1. Metodología para el primer objetivo 35
5.4.2. Metodología para el segundo objetivo 37
5.4.2.1. Tamaño de la muestra 37
5.4.3. Metodología para el Tercer Objetivo 40
6. RESULTADOS 42
OBJETIVO 1: Diagnóstico de la situación actual de las empresas hoteleras de segunda categoría de la ciudad de Macará 42
6.1.1. Diagnostico Externo 42
6.1.2. Diagnostico Interno 43
6.1.2.1. Hostal los Arrozales 43
6.1.2.2. Hostal Terra Verde 55
6.2. OBJETIVO 2: Evaluar la calidad de servicio que ofrece los hostales de segunda categoría en el cantón Macará 69
6.2.1. Aplicación de la encuesta del modelo SERVQUAL a los clientes de los hostales de segunda categoría de la ciudad de Macará (Anexo 3. Modelo de encuesta SERVQUAL aplicada a los establecimientos hoteleros. , pág. 166) 69
6.2.1.1 Resultado de aplicación de modelo SERVQUAL 69
6.2.2. FODA O/A (Oportunidades y Amenzas) 78
6.2.2.1. Matriz de Estrategias para el Hostal los Arrozales 79

Análisis e interpretación de datos 80

6.2.3. FODA O/A (Oportunidades y Amenazas)..... 89

6.2.3.1. Matriz de estrategias para el Hostal Terra verde 90

6.3. Estrategias de aplicación 92

6.3.1. Estrategias según las dimensiones del modelo servqual 92

6.4. Desarrollo de estrategias para el Hostal los Arrozales. 104

6.5. Desarrollo de estrategias para el Hostal Terra Verde. 114

6.6. Proforma presupuestaria para el cumplimiento de las estrategias 129

7. DISCUSIÓN 130

8. CONCLUSIONES 133

9. RECOMENDACIONES 134

10. BIBLIOGRAFÍA 135

11. ANEXOS 153

Anexo1. Anteproyecto de Tesis 153

Anexo 2. Matriz de Diagnostico de los establecimientos 193

Anexo 3. Encuesta basada en el modelo SERVQUAL aplicada a los establecimientos hoteleros. 207

Anexo 4. Diagnóstico del Hostal los Arrozales 208

Anexo 5. Diagnóstico del Hostal Terra Verde 208

Anexo 6. Entrevista a gerente y recepcionista del Hostal los Arrozales 209

Anexo 7. Marco Normativo 210

Constitución del Ecuador 210

Ley de Turismo 210

Ley del sistema ecuatoriano de Calidad. 214

Reglamento general de actividades turísticas 215

Reglamento de la Ley de Turismo 221

Anexo 8. Proformas 223

INDICE..... 224

12.1 Índice de cuadros……..235
12.2 Índice de figuras……..236

12.1. Índice de Cuadros

Cuadro 1 Alojamientos del Cantón Macara 42
Cuadro 2 Matriz de diagnóstico del Hostal Los Arrozales 44
Cuadro 3. Matriz Hostal los Arrozales..... 55
Cuadro 4 Matriz de diagnóstico del Hostal Terra Verde..... 57
Cuadro 5. Matriz Hostal Terra Verde 68
Cuadro 6 Niveles de satisfacción de la dimensión de Tangibilidad.. 69
Cuadro 7. Niveles de satisfacción de la dimensión Fiabilidad 71
Cuadro 8. Niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de Respuesta..... 73
Cuadro 9. Niveles de satisfacción de la dimensión de Seguridad..... 75
Cuadro 10. Niveles de satisfacción de la dimensión de Empatía..... 76
Cuadro 11. Niveles de satisfacción de la dimensión de Grado de satisfacción 77
Cuadro 12 Matriz FODA Hostal Los Arrozales 78
Cuadro 13. Matriz de Estrategias Hostal los Arrozales..... 79
Cuadro 14. Niveles de satisfacción de la dimensión de Tangibilidad..... 81
Cuadro 15. Niveles de satisfacción de la dimensión de Fiabilidad..... 83
Cuadro 16. Niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de Respuesta..... 84
Cuadro 17. Niveles de satisfacción de la dimensión de Seguridad..... 86
Cuadro 18. Niveles de satisfacción de la dimensión de Empatía..... 87
Cuadro 19. Niveles de satisfacción de la dimensión de Grado de Satisfacción..... 88
Cuadro 20 Matriz FODA Hostal Terra Verde 89
Cuadro 21. Matriz de Estrategias Hostal Terra Verde 90
Cuadro 22 Resumen Estratégico..... 94
Cuadro 23. Estrategia propuesta: Plan de Capacitación para los empleados de los Hostales de segunda categoría del cantón Macará. 96
Cuadro 24 .- Sistema de Gestión de Calidad..... 97
Cuadro 25 Dispositivo 98
Cuadro 26 Manual de funciones..... 100

Cuadro 27. Diseño de Uniformes para el Personal 104
Cuadro 28. Reactivación de la página de Facebook..... 107
Cuadro 29. Convenios con entidades Turísticas..... 108
Cuadro 30 Carta Menú para el Hostal los Arrozales. 109
Cuadro 31 Tarjeta de presentación 111
Cuadro 32. Diseño de un Flyer Publicitario..... 112
Cuadro 33. Estrategia Sugerida: Diseñar una marca para el Hostal Terra Verde 114
Cuadro 34. Estrategia Sugerida: diseño de uniformes para el personal que incluya la marca. 117
Cuadro 35. Promoción del Hostal Terra Verde por medios online 119
Cuadro 36. Proponer un servicio de parqueadero 121
Cuadro 37. Alianzas con agencias de viajes 124
Cuadro 38. Diseño de un Flyer publicitario para el Hostal Terra Verde . 125
Cuadro 39. Presupuesto para los Hostales 129
Cuadro 40. Anexo 2. Matriz de Diagnostico de los establecimientos..... 193
Cuadro 41. Encuesta basada en el modelo SERVQUAL aplicada a los establecimientos hoteleros. 207

11.2. Índice de Figuras

Figura 1 Mapa de Localización 30
Figura 3. Organigrama Institucional Hostal los Arrozales 48
Figura 4 Infraestructura del Hostal los Arrozales 49
Figura 5 . Recepción del Hostal los Arrozales 49
Figura 6 Lobby del Hostal los Arrozales 50
Figura 7 Cafetería del Hostal los Arrozales 50
Figura 8 Habitaciones simples del Hostal los Arrozales 50
Figura 9 Habitaciones dobles del Hostal los Arrozales 51
Figura 10 Habitaciones triples Hostal los Arrozales..... 51
Figura 11 Garaje del Hostal los Arrozales 51
Figura 12 señalética de emergencia del Hostal los Arrozales 52
Figura 13 Sistema de video vigilancia del Hostal los Arrozales. 52
Figura 14. Organigrama Institucional Hostal Terra Verde..... 62
Figura 15 Infraestructura del Hostal Terra Verde..... 63
Figura 16 Recepción del Hostal Terra Verde..... 64
Figura 17 Lobby del Hostal Terra Verde..... 64
Figura 18 Cafetería del Hostal Terra Verde 64
Figura 19 Habitaciones simples del Hostal Terra Verde 65
Figura 20 Habitaciones dobles del Hostal Terra Verde..... 65
Figura 21 Habitaciones triples del Hostal Terra Verde..... 65
Figura 22 Señalética..... 66
Figura 23 Servicios 66
Figura 24 Área social del Hostal Terra Verde 66
Figura 25. Niveles de satisfacción de la dimensión de Tangibilidad 70
Figura 26. Niveles de satisfacción de la dimensión Fiabilidad 72
Figura 27. Niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de Respuesta..... 74
Figura 28. Niveles de satisfacción de la dimensión de Seguridad 75
Figura 29. Niveles de satisfacción de la dimensión de Empatía 76
Figura 30. Niveles de satisfacción de la dimensión de Grado de satisfacción 77

Figura 31. Niveles de satisfacción de la dimensión de Tangibilidad 82
Figura 32. Niveles de satisfacción de la dimensión de Fiabilidad 83
Figura 33. Niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de Respuesta 85
Figura 34. Niveles de satisfacción de la dimensión de Seguridad 86
Figura 35. Niveles de satisfacción de la dimensión de Empatía 87
Figura 36. Niveles de satisfacción de la dimensión de Grado de Satisfacción 88
Figura 37. Marca del Hostal los Arrozales 110
Figura 38. Diagnóstico del Hostal los Arrozales 208
Figura 39. Diagnóstico del Hostal Terra Verde 208
Figura 40. Entrevista al gerente y recepcionista del Hostal los Arrozales 209