



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

**“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA  
HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTZAZA,  
PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE”**

Tesis previa a optar el Grado y  
Título de Ingeniera en  
Administración Turística

**AUTORA:**

Verónica Liliana Tene Pauta

**DIRECTOR:**

Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc.

**LOJA – ECUADOR**

**2020**

INGENIERO. ALEX JAVIER QUITO RAMÓN MG. SC., DOCENTE DE LA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA FACULTAD  
JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA Y DIRECTOR DE TESIS

**CERTIFICA:**

Que la tesis titulada “ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE  
PRESTA LA HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTZAZA,  
PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE” elaborada por la Egresada **Verónica  
Liliana Tene Pauta**, ha sido realizada bajo mi dirección y luego de haber  
revisado su contenido teórico – practico, autorizo su presentación ante el  
respectivo tribunal de Grado previo a optar el Grado y Título de Ingeniera  
en Administración Turística.

Loja, abril de 2019

  
Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc.  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Verónica Liliana Tene Pauta, 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, por el contenido de la misma.

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

**Autora:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Firma:** .....

**C.I.:** 1900822709

**Fecha:** Loja, enero de 2020

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

Yo, Verónica Liliana Tene Pauta, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE”**, 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, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera 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 tengo convenio la Universidad.

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, a los 15 días del mes de enero de 2020. Firma la autora

**Firma:** 

**Autora:** Verónica Liliana Tene Pauta

**C.I.:** 1900822709

**Dirección:** Loja, Barrio La Dolorosa – Obrapia

**Correo electrónico:** veritopauta1995@hotmail.com

**Teléfono:** 0968092669

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Tesis:** Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc.

**TRIBUNAL DE GRADO:**

**Presidenta del Tribunal:** Ing. Maruxi Loarte Tene Mg. Sc.

**Miembro del Tribunal:** Dra. Judith Morales Espinosa Ph. D Mg. Sc

**Miembro del Tribunal:** Lic. Mónica Maza Ortega Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo dedico en primer lugar a Dios por iluminarme, por darme sabiduría y la vida, por haberme permitido llegar hasta este punto, lograr mis metas, además de su infinita bondad, amor y por haber puesto en mi camino a personas maravillosas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de mí estudio.

A mis padres y hermanos por ser el pilar fundamental, quienes me brindaron cariño, apoyo incondicional, sacrificio y motivación constante, hicieron posible cumplir mi objetivo principal de culminar mi carrera. También va dirigido con gratitud a toda mi familia por haberme incentivado moralmente durante mi estudio, quienes han sido mi inspiración para seguir luchando y superándome cada día para seguir adelante.

***Verónica Liliana***

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia de mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a los Directivos y Docentes de la Carrera de Administración Turística por haberme acogido en sus aulas y formarme como profesional útil a la sociedad.

De manera especial al Ing. Alex Javier Quito Ramón, distinguido Docente y Director de Tesis, por su asesoramiento y colaboración, que me permitió el desarrollo de la presente investigación.

También agradezco a la Sra. Administradora Hilda Graciela Saavedra García y al personal de servicio de la Hostería Tierra Dorada, por abrirme las puertas, otorgarme la información y permitirme realizar todo el trabajo investigativo dentro de su empresa.

## **LA AUTORA**

## **1. TÍTULO**

**“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA  
HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA  
ZAMORA CHINCHIPE”**

## 2. RESUMEN

A través del tiempo se puede observar que el sector hotelero, ha estado inmerso en una constante evolución y transformación. Para las empresas hoteleras, es muy importante entregar un servicio de calidad para satisfacer al cliente, ya que se encuentran en un entorno competitivo. La calidad del servicio que brinda una empresa hotelera deber ser óptima para captar una mayor receptividad de clientes, debido a que esta industria está en constante crecimiento. En la ciudad de Yantzaza se puede presenciar la creciente actividad turística, sin embargo, en la actualidad el sector hotelero no cuenta con estudios referente a la calidad del servicio, debido a la falta de interés de los propietarios de los establecimientos, falta de control de las entidades reguladoras, así mismo por la escasa importancia al tema de calidad en la prestación de servicios.

Dada esta realidad, se optó por realizar el presente trabajo investigativo, denominado: “Análisis de la calidad del servicio que presta la Hostería Tierra dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”, con la finalidad de analizar la calidad del servicio que brinda la hostería, para ello fue necesario plantearse objetivos que permitan desarrollar la investigación de la mejor manera posible, para el desarrollo de esta investigación se planteó como objetivo general: **“Analizar la calidad del servicio que presta la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”**, para el desarrollo del objetivo mencionado, se estableció tres objetivos específicos que permitieron dar cumplimiento a la investigación. El primer objetivo específico consiste en: **“Realizar el diagnóstico de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”**, se realizó un análisis del entorno de la hostería con el propósito de conocer la situación actual de la misma, aplicando una matriz de diagnóstico y a su vez una entrevista dirigida al personal de la empresa. El segundo objetivo específico consiste en: **“Evaluar la calidad del servicio al cliente que ofrece la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”**, se aplicó un cuestionario basado en el Modelo SERVQUAL, permitiendo de esta manera obtener datos externos de la hostería, con la finalidad de evaluar la calidad del servicio brindado a los clientes. El tercer objetivo específico consiste en: **“Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”**, para el cumplimiento de este objetivo se realizó propuestas para definir los objetivos estratégicos que permitirán el mejoramiento de la calidad del servicio que presta la hostería.

Para el desarrollo de la metodología, se consideró el método analítico, con la finalidad de analizar el resultado de la matriz de diagnóstico, las entrevistas y encuestas aplicadas al personal y clientes de la hostería respectivamente, se aplicó el método sintético, para reconstruir la información recolectada, también se utilizó el método inductivo y deductivo, los cuales permitieron establecer la información obtenida mediante libros, tesis, entre otros, con ello determinar las estrategias, conclusiones y recomendaciones. Se elaboró una matriz de diagnóstico y se aplicó la observación directa, dichas técnicas permitieron obtener información de la situación actual de la hostería, así mismo se utilizó



el método descriptivo, con el fin de describir la información obtenida durante la investigación. Se aplicó una encuesta a los clientes de la hostería, la misma que fue basada en el cuestionario del modelo SERVQUAL, considerando como muestra 100 encuestas a aplicar, de igual manera se utilizó el enfoque cuantitativo y cualitativo, los cuales permitieron describir los resultados obtenidos de las encuestas de forma numérica a través de tablas y gráficos. Se elaboró la Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), que permitió establecer tanto los factores internos como externos de la hostería, posterior a esta se elaboró la Matriz de Estrategias (FODA – Cruzada), mediante la cual se estableció estrategias para el mejoramiento del servicio. Así mismo se aplicó el método participativo para dar a conocer a los propietarios de la hostería los resultados obtenidos en la investigación, finalmente se elaboró un Formato de Objetivos Estratégicos para desarrollar las propuestas de mejoramiento de la calidad de servicio que brinda la hostería, fue indispensable el uso de recursos humanos, materiales y tecnológicos.

En los resultados obtenidos se puede evidenciar en el primer objetivo específico que, la hostería cumple con la mayoría de los requisitos de Entidades Reguladoras, pero sin embargo aún tiene deficiencia en algunos de los requisitos para el correcto funcionamiento empresa hotelera. En el segundo objetivo específico se puede determinar que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos con los servicios recibidos. Finalmente, en cuanto al tercer objetivo específico se desarrolló la propuesta de los objetivos estratégicos para una mejor calidad de servicio.

Se concluye que, la hostería cumple con el 81,82% de los requisitos que exigen las entidades reguladoras, por lo cual se evidencia cierta deficiencia en el cumplimiento de requisitos de las entidades como la Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos, CONADIS, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Trabajo y el MINTUR. Igualmente se determina que el 45,91% de los clientes se encuentran satisfechos con los servicios recibidos, así como también se concluye que, respecto a las falencias encontradas en la investigación, se estableció estrategias enfocadas al mejoramiento de la calidad del servicio que ofrece la hostería.

Finalmente, se recomienda a los propietarios de la hostería cumplir en su totalidad los requisitos que exigen las diferentes entidades reguladoras, también se recomienda interesarse por la medición del nivel de satisfacción de los clientes en relación a los servicios recibidos, debido que, al encontrar falencias en la empresa, no se puede subestimar estas debilidades porque son determinantes para la insatisfacción y pérdida de clientes, de igual manera se recomienda efectuar las propuestas desarrolladas para una mejor calidad del servicio de la hostería, debido a que los clientes son la base fundamental para su crecimiento, permitiendo de esta manera que, exista mayor demanda, mayor rentabilidad empresarial y así también contribuir al desarrollo turístico sustentable del cantón

## ABSTRACT

Over time it has been evidenced that the hotel industry has been immersed in a constant change and evolution. For hotel companies, it is very important to deliver a quality service to satisfy the customer, since they are in a competitive environment. The hotel company quality service must be optimal to engage greater customer receptivity, because this industry is constantly growing. In the city of Yantzaza you can witness the growing tourist activity; however, currently the hotel area does not have studies regarding the quality of service, due to the lack of interest of the owners, lack of control of regulatory entities, also because of the low level of importance to the issue of quality in the provision of services field.

Due to this reality, it was decided to carry out the present research work, entitled: "Analysis of the quality service provided by the Hostería Tierra Dorada of the canton Yantzaza, province Zamora Chinchipe", with the purpose of analyzing the quality of the service provided by the inn. In order to carry it out, it was necessary to set up some objectives that allow the develop of the research in the best possible way. As the main objective of the research it was considered: **"To analyze the quality of the service provided by the Hostería Tierra Dorada of the Canton Yantzaza, province Zamora Chinchipe"**, in addition, for the development of the aforementioned objective, three specific objectives were established allowing the investigation to be fulfilled. The first specific objective consists in: "Carrying out the diagnosis of the quality service of the Hostería Tierra Dorada of the canton Yantzaza, province Zamora Chinchipe", an analysis of the environment of the inn was carried out with the purpose of knowing the current situation of it, applying a diagnostic matrix and in turn an interview aimed at the company staff. The second specific objective is to: **"Evaluate the quality of the customer service offered by the Hostería Tierra Dorada of the canton Yantzaza, province Zamora Chinchipe"**, a questionnaire based on the SERVQUAL Model was applied, thus allowing to obtain external data from the inn, in order to evaluate the quality of the service provided to customers. The third specific objective consists in: **"Proposing strategies for the improvement of the quality service of the Hostería Tierra Dorada of the canton Yantzaza, province Zamora Chinchipe"**, for the fulfillment of this objective, some proposals were made to define the strategic points that will allow the improvement of the quality service provided by the inn.

Furthermore, for the develop  
pment of the methodology, the analytical method was considered, in order to analyze the result of the diagnostic matrix, the interviews and surveys applied to the staff and clients of the hostel respectively. Likewise, the synthetic method was applied to reconstruct the information collected. And the inductive and deductive approach were also used, which allowed establishing the information obtained through books, theses, among others to determine the strategies, conclusions and recommendations. A diagnostic matrix was developed and a direct observation was applied, these techniques allowed obtaining information on the current situation of the inn; moreover, the descriptive method was used, in order to describe the information obtained during the investigation. On the other hand, a survey was applied to the clients of the inn, which was based on

the SERVQUAL model questionnaire, considering as a sample 100 surveys to be applied, in the same way the quantitative and qualitative approaches were used, which allowed describing the results obtained from surveys numerically through tables and graphs. The SWOT Matrix (Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats) was prepared, which allowed establishing both internal and external factors of the inn, after this the Matrix of Strategies (SWOT - Crusade) was developed, through which strategies were established to Service improvement. Likewise, the participatory method was useful to inform the owners of the inn the results obtained in the investigation. Finally, a Strategic Objectives Format was established to develop the proposals for the improvement of the quality service provided by the inn, it was indispensable the use of human, material and technological resources.

In the first specific objective, from the results obtained, it can be evidenced that the hotel meets the majority of the Regulatory Entities requirements, but nevertheless it still has a deficiency in some of the requirements for the correct operation of the hotel company. In the second specific objective it can be determined that customers are not fully satisfied with the services received. Finally, regarding the third specific objective, the proposal of the strategic objectives for a better quality of service was developed.

It is concluded that the inn meets 81.82% of the requirements demanded by regulatory entities, so there is some deficiency in compliance with requirements of entities such as the National Secretariat for Risk Management, CONADIS, Ministry of Environment, Ministry of Labor and MINTUR. Likewise, it is determined that 45.91% of the clients are satisfied with the services received, as well as it is concluded that, regarding the failures found in the investigation, strategies were established focused on improving the quality of the service offered by the inn.

Finally, it is recommended that the owners of the inn fully comply with the requirements required by the different regulatory entities. It is also recommended to be interested in measuring the level of customer satisfaction in relation to the services received, because, when finding flaws in the company, these weaknesses cannot be underestimated because they are determinants for the dissatisfaction and loss of customers. In the same way it is recommended to make the proposals developed for a better quality of the hostel service, because the clients are the fundamental basis for its growth, thus allowing greater demand, greater business profitability and thus also contribute to the sustainable tourism development of the canton and province; likewise benefit the local quality of life.

### 3. INTRODUCCIÓN

Desde los tiempos más remotos, el hombre tuvo que trasladarse para el intercambio y la búsqueda de nuevos horizontes. Esto trajo consigo la necesidad de dormir fuera de su lugar de residencia, con lo cual surgen así los servicios de alojamiento, que fueron evolucionando desde cuevas, tiendas de campaña y posadas medievales, hasta los hoteles y resorts de la era moderna. Como actividad económica, la industria de la hospitalidad ha progresado en sus inicios de constituir una modalidad individual y familiar, hasta convertirse en empresarial, con la introducción de servicios adicionales, incorporando los avances tecnológicos según las épocas y propósitos de los viajes en las diferentes etapas del desarrollo del turismo. El primer registro de posadas inglesas aparece en 1400, y no fue hasta el siglo XVIII, coincidente con la Revolución industrial, que las tabernas europeas comenzaron a combinar el hospedaje con el servicio de alimentos y bebidas. En 1794 se construye el City Hotel, primer hotel de los Estados Unidos en la ciudad de Nueva York y quien lideró el camino en la industria de la hospitalidad. A partir de ahí un aumento de los hoteles inundados de América y el resto del mundo, con nombres destacados como el Radisson, Marriott y Hilton. La industria hotelera actual, con miles de hoteles y millones de habitaciones, se caracteriza por la diversidad de su oferta y una competencia feroz en un mercado saturado de opciones para el cliente, dentro de una coyuntura internacional determinada por la globalización, concentración-centralización de la demanda y la oferta y el impacto de las nuevas tecnologías de la informática y las comunicaciones. (Fernández, 2016)

El sector hotelero se considera parte esencial de la cadena de valor de la actividad turística, pues su infraestructura, capacidad y servicio trae consigo el posicionamiento de la ciudad como destino de talla mundial. Por tanto, la gestión que se realiza para ofertar calidad en el servicio de los hoteles se convierte en uno de los elementos con mayor relevancia en el desarrollo del turismo, es decir que, al generarse calidad, sinónimo de

satisfacción en los viajeros, se produce sostenibilidad de la ciudad, puesto que se da un incremento en el número de personas de origen nacional e internacional atraídas por el destino turístico. (Rueda, 2015)

El inicio de la hotelería en Ecuador comenzó con un grupo de empresarios hoteleros guayaquileños, quienes decidieron fundar una organización nacional en el año de 1955 con el objetivo de agrupar los intereses del sector hotelero. Tiempo después, la Asociación Hotelera Nacional del Ecuador se dio a conocer tanto a nivel nacional como internacional, con la finalidad de fortalecer su imagen y representatividad. Durante los últimos años, los hoteles en nuestro país se han incrementado principalmente como consecuencia del desarrollo de la actividad turística, y además por el aumento de la capacidad de gasto de las personas; lo que ha permitido la creación de varios hoteles a nivel nacional. Grandes cadenas internacionales e inversionistas han considerado a Ecuador un destino turístico privilegiado para construir o administrar hoteles a través de un servicio de calidad. (Ruiz, 2015)

La planta hotelera del Ecuador se ha diversificado de acuerdo a las nuevas necesidades y tendencias del mercado, en función del principio de la oferta y la demanda, por lo que actualmente encontramos varias opciones como: hoteles de lujo, estándar, boutique, boutique de lujo, resorts, entre otros, manteniéndose los establecimientos de segunda y tercera categoría, con mayor tendencia de ubicación en los principales núcleos urbanos y de comercialización del país. (Morales, 2010)

En la provincia de Zamora Chinchipe el servicio hotelero está creciendo notablemente, estos a su vez brindan diferentes tipos de servicio adicional al del hospedaje, entre los cuales están servicios de internet, parqueadero y de eventos sociales. La mayoría de hoteles existentes en la provincia son de una o dos estrellas. Adicionalmente debe considerarse a la hostería “El Arenal” que está a 10 minutos de Zamora con capacidad para unas 50 personas y la hostería “Tierra Dorada” a 5 minutos de Yantzaza con

capacidad para 25 personas, como establecimientos que ofrecen hospedaje a los visitantes. Es importante mencionar que estas hosterías son las más frecuentes en la provincia, sobre todo en épocas festivas. (Romero, 2015)

En el cantón Yantzaza, el turismo es uno de los potenciales en auge del cantón, sus atractivos naturales, combinados con la inversión en hosterías, hoteles, restaurantes, entre otras infraestructuras, han dado realce a esta actividad, que lo han llevado a posicionarse como la capital económica de la provincia. El aspecto más importante que las personas consideran de los establecimientos hoteleros, es la calidad en los servicios, considerando que es el modo en que los clientes se sienten satisfechos o insatisfechos al adquirir un servicio. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

En la ciudad de Yantzaza se puede presenciar la creciente actividad turística, en la cual mantiene establecimientos dedicados a prestar servicios de alojamiento, alimentación y recreación, sin embargo, en la actualidad el sector hotelero no cuenta con estudios referente a la calidad del servicio, debido a la falta de interés por parte de los propietarios de los establecimientos, falta de control de las entidades reguladoras, de igual manera por la escasa importancia al tema de calidad en la prestación de servicios. Frente a la importancia del tema antes mencionado, surge realizar un estudio acerca de la calidad del servicio que presta la hostería Tierra Dorada, ubicada en la ciudad de Yantzaza en la Av. Rafael Pullaguari, Km 1,5 Vía a Los Hachos, que permita manejar a la empresa como un negocio rentable, generadora de fuentes de trabajo y aporte al desarrollo turístico y económico de la localidad, y como consecuencia establecer estrategias para una mejor calidad de servicio y atención al cliente. Por lo cual se considera que, al no existir calidad de servicio en el lugar, se desperdician los recursos existentes, disminuye la demanda, déficit económico y recorte de personal ya que se verán afectados debido a la poca frecuencia de visitantes, por lo que, al no estar posicionado

adecuadamente el negocio, son otros sitios los que son elegidos por los clientes para su visita y permanencia.

La investigación se justifica en diferentes ámbitos, referente a lo turístico permitirá promover el desarrollo del turismo en el cantón, debido a su riqueza natural y cultural, promocionando y difundiendo los diferentes servicios que ofrece una de las hosterías más visitadas de la ciudad, logrando así que el cliente disfrute de los servicios, del esparcimiento y ocio. En lo económico, será fortalecer y mejorar la calidad del servicio, así mismo se evidenciará los recursos de infraestructura, alojamiento, alimentación, entre otros, generando mayor afluencia de clientes para el fortalecimiento de la empresa, contribuyendo al desarrollo de la localidad, generando fuentes de empleo y disminuyendo la migración, de esta manera se logrará que los clientes inviertan en nuestro propio sector, por ende, la circulación del dinero se verá generado en nuestro país. En relación a lo social, pretende proporcionar a los clientes, calidad en los servicios y momentos amenos con familiares, amigos, compañeros y conocidos, debido a que ellos se ven en la necesidad de disfrutar de la estadía en un ambiente acogedor, de la gastronomía, de actividades de recreación, de eventos sociales, entre otros, por lo cual piensan en estos espacios para satisfacer sus necesidades. En lo ambiental, mediante el manejo responsable y consciente de la manipulación de alimentos, de residuos que genera la empresa, promoviendo buenas prácticas ambientales, mediante el uso adecuado de los recursos existentes en el establecimiento, en especial de los recursos turísticos a través del uso sostenible de los mismos, beneficiando a la población en su conjunto. Finalmente, en lo académico, como estudiante de la Carrera de Administración Turística, poner en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas de aprendizaje y sea un documento de fuente de consulta para futuras investigaciones sobre la calidad del servicio en una empresa hotelera o para la institución del GAD cantonal, además de ser un requisito para la obtención del Título de Ingeniera en Administración Turística.

Para dar cumplimiento al trabajo investigativo, se determinó un objetivo general: “Analizar la calidad del servicio que presta la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe” y tres objetivos específicos “Realizar el diagnóstico de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”, con la finalidad de obtener información que permita determinar la situación actual del establecimiento, “Evaluar la calidad del servicio al cliente que ofrece la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe” mediante la aplicación del cuestionario del modelo SERVQUAL para medir la satisfacción del cliente en relación a los servicios que ofrece la hostería y “Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe” con el propósito de mejorar y brindar un excelente servicio al cliente.

Los alcances que se obtuvo en el desarrollo de la investigación, fue conocer la situación actual de la hostería y realizar un análisis de la calidad del servicio que presta la misma, determinar las falencias existentes y establecer estrategias para el mejoramiento de los servicios que brinda la hostería.

Referente a las limitaciones en el transcurso de la investigación, fue la inexistencia de una base de datos de clientes que sirva como muestra para el cálculo de encuestas a aplicar, así mismo la falta de predisposición por parte de los propietarios, indicando que no disponen de tiempo suficiente y poco conocimiento sobre la metodología aplicada.



## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1. Historia del Turismo**

El turismo ha estado presente desde que comenzó la historia de la humanidad. Cuando hablamos de los seres humanos nómadas o sedentarios, hablamos de los primeros turistas. (GoRaymi)

En un principio, el turismo no se lo realizaba únicamente por esparcimiento, sino por necesidad de comercializar productos, para estancia corta o permanencia de conquistadores e incluso en la edad media se lo realizaba por motivos religiosos, como las peregrinaciones. (GoRaymi)

El turismo ha ido cambiando junto con el hombre, de acuerdo a sus necesidades y características, y es esto lo que provoca que el turismo incremente cada vez más su importancia mundial. (GoRaymi)

A lo largo de la historia se encuentran diferentes etapas del turismo, por ejemplo:

- Las exploraciones geográficas para el intercambio comercial, iniciadas en el siglo XV principalmente por portugueses y españoles para buscar materiales que no tenían en su entorno. Luego éstas se convertirían también en exploraciones científicas y políticas.
- Los viajes migratorios realizados por los conocidos como Transhumantes principalmente para la expansión cultural.
- Los viajes religiosos, conocidos también como peregrinaciones que comenzaron en la edad media.
- Los viajes políticos, entre los cuales se destacan las cruzadas realizadas por la Europa latina cristiana y el Sacro Imperio romano, con el objeto de restablecer el control del cristianismo.

- Los viajes deportivos que empiezan con las Olimpiadas realizadas por los griegos de la antigüedad en honor a los dioses del Olimpo. (GoRaymi)

La evolución del turismo está dividida en épocas, cada una con motivos y características del turismo que las hacen sobresalir. Éstas son:

- Época griega. Caracterizada por los deportes y fiestas religiosas cuyos principales destinos eran Atenas, Delfos y Olimpia.
- Época del imperio romano. Motivada primordialmente por el deseo de expandirse territorial y religiosamente, por salud (aguas termales), por descanso exclusivamente para los emperadores y también para celebrar las fiestas dedicadas a sus dioses. Esta época se caracteriza porque los romanos contaban ya con itinerarios de viaje, sistemas de comunicación vial adecuados, prosperidad y paz en el interior de su imperio y además las personas de alta jerarquía contaban con tiempo de ocio para realizar los viajes.
- Época de la edad media. Caracterizada por las cruzadas y las peregrinaciones cuyo propósito era evangelizar. Para este momento de la historia ya se reconoce al encargado del viaje como "guía contratado".
- Siglo XVI. Se inicia la incursión en los inventos y se caracteriza por la educación abierta a todos, lo cual genera centros vacacionales exclusivos para los estudiantes además de los viajes juveniles conocidos como "Grand Tour" que cuentan con nombres específicos para cada destino.
- Siglo XVII. Viajes principalmente por salud donde se implementan los centros turísticos termales que ofrecen hospedaje.
- Siglo XVIII. Caracterizado por viajes a playas donde se realizaban baños de mar, lo cual motiva el nacimiento de los pioneros de la hotelería y el turismo.
- Siglo XIX. Se aprovechan al máximo las vacaciones tanto de estudiantes como de trabajadores y gracias a la revolución industrial

se llega a nuevos destinos, por lo cual crece el desarrollo de la hotelería por categoría (hoteles, alojamientos, posadas, etc.) y también nacen las agencias de turismo conocidas entonces con el nombre de "intermediarios".

- Siglo XX. Los viajes son motivados por la necesidad humana de recreación y esparcimiento, salud, religión, negocios, estudios, acontecimientos programados (festivales, olimpiadas, etc.) y, como nuevos motivos la aventura en busca de experiencias diferentes y la ecología, buscando lugares naturales alejados de las ciudades contaminadas.
- Siglo XX en adelante. Se viaja por trabajo, estudio, exploraciones, eventos programados, comercio y por experimentar lo desconocido o lugares totalmente diferentes al entorno cotidiano. (GoRaymi)

Mientras que, desde la última década del siglo XX, la actividad turística se ha desarrollado a nivel mundial, gracias al incremento del deseo de conocer nuevas costumbres y tradiciones; sobre todo en las personas que viven en lugares apartados. El turismo en la actualidad es una fuente de ingresos para muchos países del mundo, ya que genera empleo, estabilidad económica y desarrollo en la comunidad. (GoRaymi)

#### **4.1.2. Turismo en el Mundo**

El turismo es una actividad económica y social de enorme importancia para muchos países en el mundo, se ha convertido en un instrumento eficaz para un desarrollo integral e inclusivo a través de su rol protagónico en la generación de oportunidades de empleo y mejora de la calidad de vida de la población de los territorios turísticos, desarrollo de emprendimientos, infraestructura, divisas por exportaciones, etc. Además, este creciente sector económico promueve la innovación, y el desarrollo de conocimiento y tecnología aplicada, que responde a la acelerada globalización de la actualidad el turismo contribuye con el 10% del PIB mundial, si se contabilizan los efectos: directo, indirecto e inducido; además genera uno

de cada once empleos del mundo. En resumen, el turismo constituye una actividad de un gran dinamismo en cuanto a generación de empleo, crecimiento económico y diversificación productiva que aporta estratégicamente al desarrollo socioeconómico de las naciones. (Ministerio de Turismo, 2017)

El turismo es un sector que está en proceso de cambio presentando un gran crecimiento y diversificación en los últimos años, así como una sofisticación creciente de la demanda, lo cual ha generado que los turistas cada vez exijan más experiencias personalizadas y de calidad. Este proceso de expansión y diversificación ha iniciado desde las últimas seis décadas, haciendo que se desarrollen nuevos destinos en el mundo, adicionales a los tradicionales de Europa y Norteamérica. (Ministerio de Turismo, 2017)

El turismo ocupa el tercer puesto en las exportaciones mundiales de acuerdo a la OMT, después de combustibles y de productos químicos, e incluso es una categoría más relevante que la alimentación y la industria de automoción. (Ministerio de Turismo, 2017)

#### **4.1.3. Turismo en el Ecuador**

El turismo es una industria que incluye un amplio espectro de actividades económicas (alojamiento, servicios de suministro de comidas y bebidas, transporte de pasajeros, alquiler de equipos de transporte, actividades de agencias de viajes y análogos), actividades culturales – recreativas y deportivas, e industrias conexas al turismo. Es una actividad que genera oportunidades de empleo y mejora la calidad de vida de la población de los territorios turísticos, a la vez que permite la articulación de las cadenas de valor del turismo. (Ministerio de Turismo, 2017)

Actualmente, el turismo se ha constituido en la cuarta actividad más importante en la generación de divisas después de petróleo crudo, banano y plátano, y el camarón; se ubica en tercer lugar de ingresos en relación

con los principales productos de exportación no petroleros. (Ministerio de Turismo, 2017)

Ecuador es un país de contraste que se encuentra categorizado entre los 17 países más diversos del mundo, recalcando que el 19% de su territorio es considerado área protegida. (Ministerio de Turismo, 2017)

#### **4.1.4. Historia de la Hotelería**

Se estima que los primeros refugios lugares para descansar tranquilamente fueron las cuevas, donde las personas consideradas nómadas (personas que se movilizaban de un lugar a otro) podían pasar la noche, luego de las cuales se tiene evidencia de que existieron chozas, posadas, pequeños albergues, los cuales en su mayoría formaban parte de una residencia privada, y por lo general eran instituciones de autoservicio, rara vez limpias y administradas por los propietarios de estas. (Salgado Londoño, 2018)

Aproximadamente en el año 1800 A.C, principalmente en Grecia se utilizaban las tabernas para ofertar los servicios de hospedaje y alimentación. Además, las posadas ya eran lugares más grandes, donde únicamente se podían hospedar personas que tengan una carta de desahucio, ya que esta era un tipo de permiso para viajar que se las otorgaban únicamente a funcionarios del estado. Cabe señalar que dichos establecimientos eran administrados por miembros o personas vinculadas directamente con el gobierno. (Salgado Londoño, 2018)

La hotelería durante siglos ha sido muy importante, ya que hay evidencia que incluso en la religión existieron lugares para hospedaje, para lo cual se puede partir desde un escrito en la Biblia, precisamente en el antiguo testamento, donde se menciona que Jacob junto con su hermano durante su viaje a Judea se quedaron en una posada, la cual ahora se la podría comparar o considerar como una Kbars (formas primitivas de alojamiento) características principalmente del Medio Oriente. También existen evidencias de que en las catedrales y monasterios se hospedaban

personas con altos poderes adquisitivos y nobles, mientras que la gente humilde o de escasos recursos se quedaba en edificios muy apartados de las ciudades. Es por esto que se cree o consideran que la Iglesia fue la primera cadena hotelera. (Salgado Londoño, 2018)

Otro detalle importante dentro de la hotelería fueron los hoteles que existieron durante el siglo XX, los mismo que siempre mantuvieron una arquitectura similar entre ellos, lo que les permitía brindar un servicio equitativo, es decir que cumplían los mismos parámetros, generando así una oferta homogénea. Y fue a partir de estos establecimientos que se desarrollaron nuevas ideas de hoteles, con lo que se generó un concepto diferente de lo que era la hotelería, ya que se destruyó el modelo de hotel o de servicio hotelero que se mantenía en ese tiempo. (Salgado Londoño, 2018)

#### **4.1.5. Hotelería en el Ecuador**

A principios del siglo XX, aparecieron los primeros hoteles en Quito y Guayaquil. En el Ecuador, al principio, solo existían 3 hoteles en la ciudad de Guayaquil y 4 en la ciudad de Quito, los mismo que remplazaron a las denominadas “Casa de huéspedes” en la actualidad el factor cultural y económico ha ido evolucionando este sector, convirtiéndolo en un sector más fuerte y rentable. (Salgado Londoño, 2018)

El sector hotelero está compuesto por una gran cantidad de empresas que brindan servicios de hospedaje y múltiples otros conexos a particulares, empresas y otros demandantes. Actualmente es un sector económico con gran proyección. (Salgado Londoño, 2018)

En los últimos cinco años, como sector de la vida económica, las empresas hoteleras han ganado un lugar de relevancia en nuestro país. Además de sus cifras en ventas, muy importantes por dimensión y tasa de crecimiento, los hoteles se han convertido en uno de los principales creadores de

empleo formal, en un aporte sustancial en la mejora de la situación de sector en todo el mundo. (Salgado Londoño, 2018)

Existen una fuerte competencia entre los hoteles, los mismo que ofrecen una calidad de servicios elevado de carácter tradicional, objetivos muy seguidos por las personas que visitan el país, que no solo buscan unas bonitas instalaciones, sino que también contacto más directo con la población. (Salgado Londoño, 2018)

La industria hotelera, es un factor esencial en el potencial turístico de una nación, por ello todo gobierno establece como una de sus políticas de estado, el impulso del turismo a través de programas que fomenten el desarrollo de establecimientos hoteleros que atiendan las exigencias de una demanda cada vez más diversificada y exigente. (Salgado Londoño, 2018)

En Ecuador existen 3658 hoteles, de los cuales 769 se encuentran en la Provincia de Pichincha y específicamente en la ciudad de Quito hay 118, es decir el 15.34%; específicamente, en el centro histórico existen alrededor de 36 establecimientos hoteleros de acuerdo a los registros de la Asociación de Hoteles y Hostales del Centro Histórico de Quito. (Salgado Londoño, 2018)

En el Ecuador, el turismo es el sector que más potencial ofrece a la economía del país, ya que representa el 4.2 % del PIB, equivalente a 680 millones de dólares al año. Este servicio está directamente relacionado con la oferta hotelera que nuestro país brinda, por esta razón en los últimos años, el servicio hotelero en el Ecuador se ha ido incrementado debido al alto movimiento turístico. (Salgado Londoño, 2018)

#### **4.1.6. Definición de Turismo**

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Jiménez Bonilla, 2016)

Es una actividad económica que en las últimas décadas se ha desarrollado de manera acelerada a nivel mundial, permitiendo conocer lugares únicos, nuevas culturas, paisajes impresionantes y vivir experiencias de crecimiento personal. (Jiménez Bonilla, 2016)

El turismo es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio. (Jiménez Bonilla, 2016)

#### **4.1.7. Importancia del turismo**

Hoy el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio. (Jiménez Bonilla, 2016)

El turismo resulta muy importante desde el punto de vista social, cultural y económico. Gracias al turismo aumenta notablemente la inversión en construcciones de infraestructura, y edificaciones, genera un mayor nivel de desarrollo, los medios de transporte suelen ser mejorados en cuanto a la calidad y la frecuencia, así como también aumentan las divisas, las tasas de desempleo disminuyen notablemente, generando un mayor bienestar en las comunidades. (Jiménez Bonilla, 2016)

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas y culturales más importantes para los países y regiones, especialmente aquellos en proceso de desarrollo, y constituye uno de los sectores más dinámicos, que ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años. Este sector es importante por las siguientes razones:



- Instrumento para el desarrollo social y económico. Genera riqueza e impulsa las cadenas de valor productivo de manera incluyente y permite la generación de empleo.
- Fuente de riqueza intergeneracional para el país. Brinda beneficios y satisface las necesidades presentes, promoviendo el cuidado y mantenimiento de los atractivos turísticos, como fuente de riqueza para las próximas generaciones.
- Eje dinamizador de la riqueza en territorio. Genera beneficios directos e indirectos para los moradores cercanos a los destinos turísticos
- Instrumento que promueve el ingreso de divisas al país. Es una de las principales fuentes de divisas en territorio, ocupando el tercer puesto en las exportaciones no petroleras para el caso de Ecuador.
- Promotor de la atracción de Inversiones. Estimula la inversión directa en infraestructura y servicios del país.
- Generador de identidad nacional. Promueve y fortalece la identidad, rescatando los valores ancestrales y culturales de los ecuatorianos, profundizando el sentido de pertenencia al país. (Ministerio de Turismo, 2017)

#### **4.1.8. Definición de Hotelería**

La hotelería, es el conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que de forma profesional y habitual, prestan servicios de hospedaje y restauración, ya sean habitaciones o apartamentos, con o sin otros servicios complementarios, y de acuerdo con las especificaciones que según su localización, determine la legislación vigente en cada país. (Sanisaca Pérez, 2017)

#### **4.1.9. El valor del turismo dentro de la actividad hotelera**

Se debe considerar que el alojamiento es el eje fundamental de la oferta turística, por lo tanto, la hotelería se encuentra fundamentalmente relacionada con la actividad turística que se desarrolla en nuestro país.

Como se puede apreciar, es evidente que el turismo en el Ecuador y en nuestra ciudad mantiene una espiral de crecimiento notable, teniendo como base fundamental la oferta hotelera de calidad que se brinda a los turistas. (Jiménez Bonilla, 2016)

#### **4.1.10. Definición de Hospedaje**

El término hospedaje hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa. Bajo el mismo término también se puede designar al lugar específico de albergue, ya sea este una casa, un edificio, una cabaña o un departamento. (Rosales Santamaría, 2016)

Sin embargo, en la actualidad, la palabra hospedaje se relaciona principalmente con el brindar tal servicio a cambio de una tarifa o dinero de acuerdo a la calidad del lugar como también a otros servicios complementarios. Así, encontramos a la actividad de hospedar como uno de los pilares del turismo ya que permite que las personas se trasladen de un lado a otro con la posibilidad de acceder a algún tipo de albergue a cambio de cierta paga. (Rosales Santamaría, 2016)

#### **4.1.10. Empresa hotelera**

Se entiende por empresa de hostelería la dedicada de modo habitual o profesional a proporcionar habitación o residencia, junto o no con otros servicios de carácter complementario. Los Alojamientos turísticos pueden ser: Hoteles, hostales, hoteles-residencia, paradores, hoteles-apartamentos, ciudades de vacaciones y camping. Las Modalidades de Alojamiento, son muy diversos, y admiten una amplia clasificación dependiendo de la variable deseada: normativa legal, ubicación, tipo de huéspedes, cantidad de habitaciones, régimen de explotación, propiedad, categoría, características específicas, etc. La función básica de la empresa es producir de forma competitiva. Ello implica que, dentro del mercado,

tiene que dotar a este de la calidad suficiente y de elementos diferenciadores del resto de productos. Para lograr esto es imprescindible maximizar la efectividad de cada uno de los subsistemas que constituyen el sistema empresa. (Rosales Santamaría, 2016)

### **Generalidades de la Empresa Hotelera**

La hotelería vivió un auge especial en los años ochenta al aumentar la variedad de elección del consumidor e introducirse con éxito nuevas ofertas como el servicio a domicilio. Con la incorporación de la mujer al trabajo se ha incrementado y se ha hecho más asequible la comida fuera del hogar y los servicios a domicilio. El futuro desarrollo de la hostelería depende en gran medida de la evolución de la economía, pero ciertos factores sociales, como el empleo de la mujer, tienen considerable influencia. Es posible que esos factores, junto con el aumento de los viajes, vayan empujando a la industria de la hostelería a ofrecer mayor variedad de servicios y calidad a los clientes dentro de su evolución. El movimiento de millones de personas que se desplazan abandonando sus lugares de residencia habitual, motivados por diversas causas, provoca a su vez la creación de establecimientos que oferten tanto el alojamiento como la manutención, bien sea por separado o conjuntamente. Este da lugar a gran número de empresas de alojamientos turísticos de distintos tipos. (Rosales Santamaría, 2016)

#### **4.1.11. Definición de Hostería**

Según el reglamento de actividades turísticas, una hostería es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones. (Mina Lectong, 2014)

Según Suárez (2011) es un establecimiento que ofrece un conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y/o comida a los huéspedes/clientes mediante compensación económica, en especial aquél de carácter rural o tradicional. Además, el Boletín Turístico de la SERNATUR (2008) coincide en que es un establecimiento en que se provee servicio de alimentación en un restaurante, además de alojamiento turístico en habitaciones u otro tipo de unidades habitacionales, privadas, ubicado en lugares suburbanos o rurales. Disponen además de facilidades para el estacionamiento de vehículos, ubicados preferentemente junto al edificio principal, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

#### **4.1.12. Definición de Análisis**

Un análisis es un efecto que comprende diversos tipos de acciones con distintas características y en diferentes ámbitos, pero en suma es todo acto que se realiza con el propósito de estudiar, ponderar, valorar y concluir respecto de un objeto, persona o condición. (Tumbaco, 2017)

#### **4.1.13. Definición de Calidad**

La Calidad se ha convertido, actualmente, en una necesidad estratégica y un arma para sobrevivir en mercados altamente competitivos, la empresa tiene que saber qué espera y necesita su cliente. La Calidad ya no se centra exclusivamente en el producto, empieza a formar parte de las personas, todos los integrantes de la organización intervienen directa e indirectamente en el “producto” final (entendiéndose también por producto cualquier tipo de servicio prestado). (Matsumoto Nishizawa, 2014)

Partiendo de la prioridad de las actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementales estándares, en función de costumbres, usos y culturas. (Salgado Londoño, 2018)

## **Dimensiones de la Calidad**

Para los factores relacionados con la calidad del producto o servicio hay que tener en cuenta tres aspectos importantes como son las dimensiones básicas de la calidad:

- Dimensión técnica: engloba los aspectos científicos y tecnológicos que afectan al producto o servicio.
- Dimensión humana: cuida las buenas relaciones entre clientes y empresas.
- Dimensión económica: intenta minimizar costes tanto para el cliente como para la empresa. (Sanunga, 2010)

Otros factores relacionados con la calidad son:

- Cantidad justa y deseada de producto que hay que fabricar y que se ofrece.
- Rapidez de distribución de productos o de atención al cliente.
- Precio exacto (según la oferta y la demanda del producto). (Sanunga, 2010)

## **Características y requisitos de la Calidad**

Cuando se diseñan y se desarrollan los productos o servicios se les asigna una serie de funciones o características que hacen que sea útil para cubrir las necesidades de los usuarios. Estas características suelen ser de tipo técnico cuando nos referimos exclusivamente a productos y de carácter humano cuando es un servicio. Aunque hoy en día no se entiende la entrega de un producto sin el valor añadido de un buen servicio. (González Menorca, 2014)

Los requisitos del producto se refieren a como tienen que ser las características, el color exacto, las medidas, los tiempos de entrega, etc. Además de los requisitos que demandan los clientes para su satisfacción, también existe una serie de requisitos de tipo obligatorio que deben cumplir

los productos, como los que se refieren a su seguridad, cumplimiento de normativa legal y la aptitud para uso para el que fueron diseñados. (González Menorca, 2014)

### **Principios básicos de la Calidad**

- Implicación de la alta dirección: La dirección de la empresa debe ser la precursora e impulsora de la implantación de la calidad. Debe existir un compromiso expreso con la calidad que se manifieste con la aportación de recursos.
- La calidad es cosa de todos: Hay que implicar a todos los trabajadores de la empresa turística en los objetivos de calidad, con independencia del puesto que ocupan. Los trabajadores deben aportar su conocimiento a la empresa, lo que conlleva estilos de dirección participativos.
- Calidad en la gestión: La calidad no solo abarca las funciones productivas, debe estar presente en todas las actividades de la empresa y especialmente en las actividades directivas.
- Cliente interno: Considerar a cada empleado como proveedor y cliente de otros en el seno de la empresa, cuyas necesidades hay que satisfacer.
- Hacer las cosas bien y a la primera: Evitar errores prestando especialmente atención a las actividades de prevención. Insistir más en el análisis de procesos y su diseño que en la inspección y el control.
- Medir: Es imprescindible la medición del desempeño para identificar áreas de mejora.
- Mejora continua de la calidad: Los niveles de calidad obtenidos siempre pueden ser mejorados, por ello es interesante atender cualquier iniciativa de mejora y promoverla. (Chon, 2014)

#### **4.1.14. Definición de Servicio**

Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no da como resultado propiedad de algo. Su producción puede estar o no ligada a un producto físico. (Benavides, 2017)

El servicio se entiende como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, de manera tangible o intangible, como consecuencia del precio, la imagen, la reputación y demás atributos relacionado. (Benavides, 2017)

#### **Características**

- Intangible: no se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.
- Inseparable: se fabrica y se consume al mismo tiempo.
- Variable: depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.
- Perecedero: No se puede almacenar. (Sanunga, 2010)

#### **Dimensiones**

Los proveedores de servicio deben conocer cuáles son los elementos más importantes que toman en consideración los clientes al momento de optar por el consumo de un determinado servicio. (Sanunga, 2010)

De acuerdo con Zeithmal (2007), tiene diversas dimensiones: tangible, seguridad, empatía, capacidad de respuesta y fiabilidad; este servicio fue adecuado a las condiciones de la empresa.

Los autores definen a las dimensiones del servicio de la siguiente manera:

- Lo tangible, se refiere a la parte física del servicio, como el equipo o el personal necesario para otorgar el servicio.
- La seguridad del servicio se refiere a la habilidad del prestador del servicio de cumplir con la promesa de prestar el servicio adecuadamente.

- La capacidad de respuesta se refiere a la buena voluntad del prestador del servicio para ser útil y rápido al otorgar el servicio; es la cualidad que dispone alguien para el buen ejercicio de algo.
- La fiabilidad se refiere al conocimiento y la cortesía de los proveedores del servicio, así como su habilidad para inspirar en los clientes confianza y responsabilidad; es la probabilidad de buen funcionamiento.
- La empatía se refiere a que el cliente espera atención individual y humanitaria afectuosa por parte del proveedor del servicio; es la identificación mental y afectiva de un sujeto con el estado de ánimo de otro. (Benavides, 2017)

### **Servicio Turístico**

Conjunto de realizaciones, hechos y actividades tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro, de facilitación, acercamiento, uso y disfrute del patrimonio turístico. (González Menorca, 2014)

#### **4.1.15. Definición de Cliente**

Es un individuo con necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si una empresa quiere distinguirse por la calidad del servicio. (Sanunga, 2010)

#### **Importancia del Cliente**

El cliente es una pieza clave para cualquier organización, porque gracias a él, depende la existencia del negocio y también de todas aquellas personas que elaboran en la empresa. (Sanunga, 2010)

Por esta razón hay que hacer conciencia a toda la empresa que gracias al pago que hace el cliente por nuestro servicio o producto contamos con trabajo, salarios, educación, hogar, recreación, etc. (Sanunga, 2010)



## **Principios del Cliente**

- Un cliente es la persona más importante en cualquier negocio.
- Un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él.
- Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo. Es un objetivo.
- Un cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndolo.
- Un cliente es una parte esencial de nuestro negocio; no es ningún extraño.
- Un cliente no es solo dinero en la registradora. Es un ser humano con sentimientos y merece un tratamiento con respeto.
- Un cliente merece la atención más comedida que podamos darle. Es el alma de todo negocio. (Sanunga, 2010)

## **Tipos de Clientes**

- Cliente interno: Es aquel que pertenece a la organización, y que no por estar con ella, deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados.
- Cliente externo: Es aquella persona que no pertenece a la empresa, más sin embargo son a quienes la atención está dirigida, ofreciéndoles un producto o servicio. (Sanunga, 2010)

Como podemos observar, al tener dos tipos de clientes, debemos estar conscientes de que tenemos que satisfacer las necesidades que cada uno tenga, sin descuidar uno u otro. (Sanunga, 2010)

## **El servicio de calidad al cliente**

La calidad se asegura desde el momento inicial en que se obtienen los insumos; la calidad no se controla, se produce a partir del trabajo diario en forma responsable, se sustenta en la previsión y no en la detección de fallas y errores. Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o el servicio básico. (Benavides, 2017)

El servicio de calidad al cliente es una herramienta por la que se ofrece un valor añadido a los clientes, en relación con la oferta de otros competidores, de modo que logre diferenciar en el mercado en el que se desenvuelva. (Benavides, 2017)

### **Características del servicio al cliente**

El servicio consiste en un proceso o conjunto de acciones que generalmente rodea el momento de la compra, por esa razón son bienes intangibles que se consumen al momento de su producción. (Benavides, 2017)

Servicio es un producto intangible que no se puede almacenar y que se debe consumir tan pronto como se elabora o solicita. Cuando se disfruta del beneficio de un bien, el contacto con el proveedor no es necesario y en la mayoría de los casos ni siquiera se le conoce; únicamente se consume lo que fabrican; pero cuando se trata de un servicio, el contacto personal es necesario. (Benavides, 2017)

El servicio como valor agregado constituye ese esfuerzo por destacarse, para lo cual las empresas brindan algo más allá de sus transacciones a los clientes. Esto es practicado por las organizaciones para hacer que el usuario se sienta importante y lo denominan el factor de sentirse bien. (Benavides, 2017)

El servicio al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar apropiado y se asegure de un uso correcto del mismo. Servicio al cliente es el diagnóstico que debe desarrollarse en la empresa siempre en pro de las necesidades y gustos del cliente, ya que este es quien hace que la empresa gane posicionamiento. (Benavides, 2017)

## **Satisfacción del cliente**

Por satisfacción se entiende “la respuesta de saciedad del cliente”; es como un juicio sobre un rasgo del producto o servicio, o un producto y servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo. (Benavides, 2017)

De esta forma la satisfacción del consumidor ha sido definida en función de las expectativas asociadas al consumo o servicio, en función de la evaluación de la discrepancia entre expectativa y rendimiento percibido; en función de la comparación de costos y beneficios de la compra, o uso de un bien o servicio en relación con consecuencias anticipadas, y como un proceso multidimensional, dinámico y complejo que incluye actividades cognitivas, afectivas y fisiológicas o conductuales. (Benavides, 2017)

### **4.1.16. Diagnóstico Turístico**

De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera (1997: 388), desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. (Quijano, 2015)

### **Propósitos del diagnóstico turístico**

El diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

- 1.- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- 2.- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- 3.- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la

aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. Dependiendo del tipo de plan o de propuesta que se va a realizar por eso la definición de objetivos de desarrollo debe hacerse previamente se establece qué aspectos del turismo o del entorno van a ser priorizados en los estudios y análisis. (Quijano, 2015)

### **Fase de diseño del diagnóstico**

La fase de planificación del diagnóstico turístico tiene como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluye tres actividades:

- La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos.
- Delimitación del área de estudio.
- La revisión de la literatura.
- Planificación del trabajo de campo. (Quijano, 2015)

#### **4.1.17. Estrategia Turística**

La estrategia de una empresa es un plan que ésta toma para alcanzar sus metas y objetivos. La finalidad de establecer una estrategia es fortalecer a la organización en cuestión para que mejore su desempeño y llegue a ser más rentable. Si no existe estrategia, la organización no tiene una guía que marque los pasos a seguir, y tendrá mayor riesgo de no llegar a alcanzar el éxito. (Benavides, 2017)

En definitiva, la estrategia es necesaria para mantener el desempeño de la organización y debe ser motivadora, informativa y debe estimular el cambio. (Benavides, 2017)

#### **4.1.18. Sistema de gestión de calidad**

La implementación de Sistemas de Gestión de Calidad consiste en la aplicación de herramientas de gestión modernas, reconocidas internacionalmente, y enfocadas en la satisfacción del cliente y la mejora

continua de los procesos que los organismos, las organizaciones y las empresas llevan a cabo en el marco de sus procesos de producción de bienes y servicios. El objetivo final al aplicar criterios de calidad es elevar la competitividad en pos del desarrollo sustentable de los distintos sectores. Los Sistemas de Gestión de Calidad son documentos de aplicación voluntaria que contienen especificaciones técnicas extraídas de la experiencia y los avances de la tecnología, y deben satisfacer determinados requerimientos, entre otros los descritos en las normas. (Castellucci, 2011)

#### **4.1.19. Normas de calidad turística**

Una norma es un documento, establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido en actividades de Normalización. La norma establece, para usos comunes y repetitivos, reglas, criterios o características para las actividades o sus resultados, procurando la obtención de un nivel óptimo de ordenamiento en un contexto determinado. Entre las normas de mayor aplicación en todo el mundo (actualmente con más de 1.000.000 certificados en todo el mundo), se encuentran las ISO serie 9000, que describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica la terminología para los sistemas de gestión de la calidad (emitidas originariamente en 1987). Son normas que surgieron para el logro del aseguramiento de calidad que, en su origen, estaban orientadas a empresas de manufactura, tras ser revisadas en 1994 y 2000, fueron actualizadas para cubrir todos los aspectos de la gestión de la calidad de organizaciones de todo tipo y tamaño, incluyendo las prestadoras de servicio. La ISO 9001 especifica los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad aplicables a toda empresa que necesita demostrar su capacidad para proporcionar productos que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentos que le sean de aplicación. (Castellucci, 2011)

#### **4.1.20. Gestión de calidad del servicio**

Una de las primeras acciones en la calidad de servicio es averiguar quiénes son los clientes, qué quieren y esperan de la organización. Solo así se podrán orientar los productos, servicios y procesos, hacia la mayor satisfacción de estos. (Benavides, 2017)

De acuerdo con Serrano, López y García (2007), la hotelería es una de las actividades principales en el turismo sostenible de un destino.” La gestión de la calidad del servicio en estos establecimientos y para efectos de este proyecto, se aborda desde la filosofía del Marketing. (Benavides, 2017)

Ya que las acciones se direccionan hacia la satisfacción del cliente y no hacia el cumplimiento de procesos, como se enfocan los sistemas de gestión de la calidad, se pretende que los resultados de la gestión de calidad permitan el incremento de turistas por medio de su satisfacción. (Benavides, 2017)

El poder conservar un turismo de masas es que los viajeros tengan una percepción de un destino atractivo, sostenible y vinculado a la calidad de los servicios ofrecidos. (Benavides, 2017)

#### **4.1.21. Normas ISO**

Organización Internacional de Normalización (ISO), es el mayor desarrollador mundial y editor de las normas internacionales. De acuerdo con la Organización, ISO es una red de institutos de estándares nacionales de 160 países convirtiéndose en una organización no gubernamental entre los sectores público y privado, con el objetivo de alcanzar un consenso para llegar a soluciones que satisfagan tanto las necesidades de negocio y las necesidades del cliente. ISO son desarrolladas por comités técnicos, (subcomisiones o comités del proyecto) integrado por expertos de negocios de los sectores industriales que han pedido las normas, para posteriormente ponerlas en práctica. Estos expertos pueden ser acompañados por representantes de las agencias gubernamentales,

laboratorios de pruebas, las asociaciones de consumidores, organizaciones no gubernamentales y círculos académicos. (Sánchez, 2013)

### **Funciones**

- Ayudar que el desarrollo, fabricación y suministro de productos y servicios sean más eficientes, más seguros y menos contaminantes.
- Facilitar el comercio entre los países y hacerla más justa.
- Proporcionar a los gobiernos una base técnica para la salud, la seguridad y la legislación ambiental, y evaluación de la conformidad.
- Compartir los avances tecnológicos y buenas prácticas.
- Difundir la innovación.
- Proteger a los consumidores y usuarios en general, de productos y servicios.
- Hacer la vida más simple, proporcionando soluciones a problemas comunes. (Sánchez, 2013)

Las empresas que obtienen la norma ISO les representan beneficios dentro del mercado ofreciendo productos certificados de alta calidad y óptimos para competir a nivel internacional. Los empresarios no son los únicos beneficiados, para los consumidores la compatibilidad en todo el mundo de la tecnología que se consigue cuando los productos y servicios se basan en las Normas Internacionales les da una amplia selección de ofertas y les ofrece garantías sobre su calidad, seguridad y fiabilidad. Para los gobiernos, las Normas Internacionales proporcionan las bases tecnológicas y científicas que sustentan la salud, la seguridad y la legislación ambiental. Para todos, las normas internacionales contribuyen a la calidad de vida en general, asegurando que el transporte, maquinaria y herramientas que se utiliza son seguros. (Sánchez, 2013)

#### **4.1.22. Método SERVQUAL**

El modelo de SERVQUAL permite la identificación de las cinco dimensiones básicas que permiten la caracterización de un servicio, identificadas como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, a más de la discusión de sus propiedades y aplicaciones potenciales derivadas. (Matsumoto Nishizawa, 2014)

Esta evaluación es representada en un cuestionario formado por 22 preguntas distribuidas en dos secciones: una que se encarga de evaluar las expectativas y otra que se encarga de evaluar las percepciones. Con los datos obtenidos se pueden identificar y cuantificar las brechas más importantes que posibilitan la determinación del grado de satisfacción de los clientes y, por ende, la calidad del servicio. (Matsumoto Nishizawa, 2014)

#### **Dimensiones**

Los criterios un poco más ampliados, permiten clasificar a las dimensiones de la siguiente forma:

- Elementos tangibles. - Tienen que ver con las características físicas de la empresa que provee el servicio, esto es las instalaciones, los equipos, la presentación del personal y demás elementos con los que el cliente tiene contacto directo.
- Confiabilidad. - Se refiere a la habilidad que tienen los empleados para desarrollar su compromiso de servicio de forma precisa, fiable y oportuna.
- Capacidad de respuesta. - Se relaciona con la disposición de los empleados para ayudar a los clientes y brindarles un servicio rápido.
- Seguridad. - Tiene relación con los conocimientos y atención que muestran los empleados al realizar su trabajo; el desarrollo de sus actividades inspirando confianza y credibilidad en los clientes.



- Empatía. - Se relaciona con la capacidad del empleado por comprender las emociones de los clientes y atenderlos de forma personalizada e individualizada. (Matsumoto Nishizawa, 2014)

### **Instrumentos de medición**

1.- Evaluación de expectativas de calidad de servicios. - Para la evaluación, el instrumento cuenta con un cuestionario que contiene 21 preguntas respecto al servicio que se espera brinde una compañía de servicio excelente. Las preguntas están redactadas de manera general para aplicarse a cualquier institución; por tal motivo, para cada situación específica es necesario adaptar los enunciados a las características específicas de la organización en la que se aplicará (Castillo, 2005).

2.- Evaluación de la preponderancia de las dimensiones de calidad. - Esta fase del estudio consiste en un cuestionario en el cual los clientes expresan la importancia relativa que tiene para ellos cada una de las cinco dimensiones de servicio (Castillo, 2005).

3.- Evaluación de la percepción de calidad de servicios. - Se solicita a los clientes responder un cuestionario que indica sus percepciones específicas respecto al servicio brindado por la organización en estudio. Básicamente, los enunciados son los mismos que en la fase 1, pero aplicados a la organización en estudio (Castillo, 2005)

## 4.2. Marco Referencial

A continuación, se presenta investigaciones que respaldan el presente trabajo; se pretende ampliar conocimientos sobre el tema a investigar, para lo cual se han tomado en cuenta los siguientes trabajos de investigación:

**Cuadro 1** Referencia de Investigación a nivel Internacional

DATOS	OBJETIVOS
<p><b>Tema:</b> Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015.</p> <p><b>Autor:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rocio Cahuaya Rivera.</li> <li>- Pablo Ñahuincopa Arango.</li> </ul> <p><b>Año:</b> 2016</p> <p><b>Ciudad:</b> Huancayo – Perú.</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015.</li> <li>- Determinar la influencia de la empatía en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015.</li> <li>- Determinar la influencia de la confiabilidad en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015.</li> <li>- Determinar la influencia capacidad de respuesta en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015.</li> <li>- Determinar la influencia de la seguridad en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015.</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	
<p><b>Método General:</b> El método que se utilizó en la investigación es el método científico porque permitirá verificar los hechos como son independientemente del valor emocional o comercial que se otorgue.</p> <p><b>Métodos Específicos:</b> Los métodos que se utilizó en la investigación son el inductivo –deductivo porque el planteamiento de la hipótesis parte de la teoría para llegar al análisis de una realidad. El analítico-sintético ya que es necesario descomponer las dos variables en sus dimensiones para analizarlas individualmente. Histórico - exposfacto nuestra investigación recogerá datos del año pasado 2015 del mes de noviembre.</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Considerando el énfasis en la naturaleza de los datos manejados se trata de un tipo de investigación cualitativa. Según Hernández R. (2010) en su libro Metodología de la Investigación nos menciona que la investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto. El enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigará) acerca de los fenómenos que los</p>	

rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. También es recomendable seleccionar el enfoque cualitativo cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto en algún grupo social específico. El proceso cualitativo inicia con la idea de investigación.

Nivel de Investigación:

Descriptivo – Correlacional. La investigación es descriptiva ya que da a conocer los hechos tal como se presentan en el momento de la recolección de datos y se describe la situación encontrada. Consideran al fenómeno estudiado y sus componentes; miden conceptos y definen variables. Y es Correlacional porque participan dos variables que tienen que ser relacionadas (variable independiente: calidad de servicio y variable dependiente: satisfacción del cliente). Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Ofrecen predicciones, explican la relación entre variables y cuantifican relaciones entre variables.

Diseño de investigación:

El diseño de la investigación realizada es No Experimental-transversal. Es no experimental porque se observará y analizará el fenómeno tal y como se dan en su contexto natural, sin manipular las variables y transversal porque recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Población y Muestra:

Población: Nuestra población está constituida por todos los huéspedes del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes que se alojaron en el mes de noviembre del 2015, que son un total de 66 huéspedes.

Muestra: En nuestra investigación se realizará un censo porque la población tiene menos de 100 unidades de estudio en este caso es igual a 66 huéspedes que se alojaron en el mes de noviembre y es de fácil acceso a toda esa población, puesto que son clientes cotidianos, gran parte trabajadores del estado.

Instrumentos: El instrumento a utilizar en el estudio de la variable independiente se denomina SERVPERF y para medir la variable dependiente es la encuesta utilizando la escala de Likert para medir la satisfacción del cliente.

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:

Técnicas:

- La observación al que se usa de manera genérica, estableciendo y limitando la problemática de la investigación.
- El cuestionario orientado a los usuarios, dirigido a la muestra antes mencionada, para la recopilación de los datos necesarios en la prueba de hipótesis.

Procedimiento:

- Selección de la población y la muestra.
- Aplicación del cuestionario con la cual se pretende captar las percepciones de los huéspedes de la experiencia durante su estancia en el hotel.

## **RESULTADOS**

- La calidad del servicio influye significativamente al nivel 0.01 (bilateral) en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes de manera directa. Es decir, según los datos recopilados, la prueba de significación realizada bajo el estadístico de correlación de Spearman, muestra que las variables son significativas individualmente y en conjunto. El coeficiente de correlación es de 0.804 entre ambas variables lo cual indica que la correlación es positiva alta. La percepción promedio para la calidad del servicio resulto ser de 3.6 por lo que desde el punto de vista del cliente la calidad del servicio que brinda el hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes es buena. Por su parte la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes es 4 por lo que califica que el cliente se encuentra satisfecho.
- Los elementos tangibles influyen en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. Es decir, según los datos recopilados, utilizando el estadístico de correlación de Spearman en SPSS la correlación es significativa al nivel 0.01 bilateral y el coeficiente de correlación es de 0.724 entre elementos tangibles y satisfacción del cliente lo cual indica que la correlación es positiva alta. Desde el punto

de vista de los clientes esta dimensión es calificada como buena, obteniendo como valor promedio de 3.4.

- La empatía influye en satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. Es decir, según los datos recopilados de la muestra y utilizando el estadístico de correlación de Spearmanen SPSS la correlación es significativa al nivel 0.01 bilateral y el coeficiente de correlación es de 0.794 entre empatía y satisfacción del cliente lo cual indica que la correlación es positiva alta. Desde el punto de vista de los clientes esta dimensión es calificada como buena, obteniendo como valor promedio de 3.6.4.
- La fiabilidad influye en satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. Es decir, según los datos recopilados y utilizando el estadístico de correlación de Spearmanen SPSS la correlación es significativa al nivel 0.01 bilateral y el coeficiente de correlación es de 0.758 entre fiabilidad y satisfacción del cliente lo cual indica que la correlación es positiva alta. Desde el punto de vista de los clientes esta dimensión es calificada como buena, obteniendo como valor promedio de 3.6.
- La capacidad de respuesta influye en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. Es decir, según los datos recopilados y utilizando el estadístico de correlación de Spearmanen SPSS la correlación es significativa al nivel 0.01 bilateral y el coeficiente de correlación es de 0.792 entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente lo cual indica que la correlación es positiva alta. Desde el punto de vista de los clientes esta dimensión es calificada como buena, obteniendo como valor promedio de 3.4.6.
- La seguridad influye en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. Es decir, según los datos recopilados y utilizando el estadístico de correlación de Spearmanen SPSS la correlación es significativa al nivel 0.01 bilateral y el coeficiente de correlación es de 0.691 entre seguridad y satisfacción del cliente lo cual indica que la correlación es positiva moderada. Además, esta dimensión es calificada como buena, obteniendo como valor promedio de 3.9 puntos, es la mejor percibida por los huéspedes.

**Fuente:** Repositorio Digital Universidad Nacional del Centro de Perú

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 2 Referencia de Investigación a nivel Nacional

DATOS	OBJETIVOS
<p><b>Tema:</b> Plan de mejoramiento para los servicios ofertados en la “Quinta Aidita”, del cantón Guano.</p> <p><b>Autor:</b> Oscar Santiago López Obregón.</p> <p><b>Año:</b> 2010</p> <p><b>Ciudad:</b> Riobamba – Ecuador.</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar un Plan de Mejoramiento para perfeccionar los servicios turísticos ofertados en la Hostería “Quinta Aidita” del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diagnosticar los servicios turísticos ofertados actualmente por la Hostería Quinta Aidita.</li> <li>- Realizar un análisis situacional de la Hostería para determinar el posicionamiento de la hostería frente a la competencia que permita desarrollar las pautas para una comercialización de sus servicios eficientemente.</li> <li>- Analizarla calidad de los servicios que oferta la hostería “Quinta Aidita” para estructurar un Plan Mejoramiento para los servicios ofertados en la Hostería Quinta Aidita.</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	
Método:	

El método científico conjuga la inducción y la deducción es decir el pensamiento reflexivo para resolver el problema de la presente investigación, por tal motivo utilizaremos los siguientes métodos.

El método deductivo: Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular.

El método inductivo: Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales.

Tipo de investigación:

En la presente investigación se ha empleado el método descriptivo y experimental ya que se ha verificado la calidad de servicios turísticos con los que cuenta la Hostería "Quinta Aidita", para completarlo con el mejoramiento de estos servicios mediante una encuesta a los turistas locales y los empleados, además una entrevista dirigida al administrador.

Descriptiva: Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.

Experimental: Se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular. El experimento es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas variables de estudio manipulada por él, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas.

Diseño de la investigación:

Investigación Documental: Es la investigación que es realizada en los distintos tipos de escrituras tales como libros, revistas entre otras.

Investigación De Campo: Es la investigación que se realiza en el lugar de los hechos es decir donde ocurre los fenómenos estudiados.

Investigación de Laboratorio: Es donde el investigador debe presentar por escrito los conocimientos ya publicados sobre el tema, validados por la bibliografía existente.

Tipo de estudio:

Transaccional o transversal.

Se emplea este tipo porque los resultados son obtenidos en un tiempo único.

Población y Muestra:

La presente investigación se ha realizado en la planta de la Hostería Aidita, tenía como información por parte de la administración un promedio mensual de 200 turistas que visitan a esta hostería. Las 77 encuestas serán aplicadas a los turistas que han disfrutado de los servicios que ofrece la Hostería "Quinta Aidita". Para la población de los empleados de la hostería, se tomará a todos por ser un número pequeño, estos son en total seis empleados.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:

Las técnicas utilizadas en el trabajo de investigación son: observación directa, observación documentada, la encuesta.

Observación Directa: La observación directa permite observar el servicio que oferta la Hostería "Quinta Aidita".

Investigación Documentada: Se refiere principalmente a revisión, análisis y aplicación de todos los documentos como: libros, folletos, revistas, internet, etc.

Encuesta: Es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación y, sobre todo, considerando el nivel de educación de las personas que se van a responder el cuestionario. Las encuestas están dirigidas a la población urbana del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo y a los trabajadores de la Hostería Quinta Aidita.

Entrevista: Es la acción y efecto de entrevistar o entrevistarse. Se trata de una conversación entre una o varias personas para un fin determinado.

<b>RESULTADOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los requisitos de la organización varían para los distintos tipos de alojamiento turístico, pero todas las normas coinciden en que se debe contar con una organización definida, tener una serie de procedimientos y prácticas para asegurar el óptimo desempeño en la prestación de los diferentes servicios turísticos y, contar con programas de mantenimiento de las instalaciones y equipamiento para otorgarlos.</li> <li>- Una adecuada descripción de cargos, permite conocer en detalle los requisitos que debe cumplir una persona para ocupar un puesto específico dentro de una organización turística, y las tareas que debe desarrollar en ese puesto. La descripción de cargos tiene directa relación con el organigrama, por cuanto allí se establecen los requisitos y funciones de cada uno de ellos.</li> <li>- Las normas de mejoramiento de la calidad de alojamiento de los servicios turísticos establecen como requisito contar con procedimientos que permitan garantizar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos, así como la oportunidad en que se prestan los mismos.</li> <li>- La misma norma también tienen cómo requisito contar con programas de mantención, preventivos y correctivos, de tal manera de asegurar el buen estado de funcionamiento, conservación y mantenimiento de todas las dependencias del establecimiento, así como de su equipamiento.</li> <li>- Los procedimientos de seguridad e higiene de dependencias e instalaciones de un alojamiento turístico, deben tener como propósito la seguridad y el bienestar de las personas, estableciendo para ello, una serie de medidas de prevención y de actuación frente a la ocurrencia de situaciones que pongan en riesgo la seguridad y bienestar de los turistas.</li> </ul>

**Fuente:** Repositorio Digital Universidad Nacional de Chimborazo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 3 Referencia de Investigación a nivel Local

<b>DATOS</b>	<b>OBJETIVOS</b>
<p><b>Tema:</b> Plan de mejora de calidad para el área de servicio de recepción en “Zamorano Real Hotel”, ubicado en la ciudad de Loja.</p> <p><b>Autor:</b> Gabriela Alejandra Espinosa Aguilar.</p> <p><b>Año:</b> 2017</p> <p><b>Ciudad:</b> Loja – Ecuador.</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formular un plan de mejora de calidad para el área de servicio de recepción en el “Zamorano Real Hotel”, ubicado en la ciudad de Loja.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar un análisis de la situación actual de la empresa.</li> <li>- Identificar qué procesos se han implementado en el área de recepción y reconocer las posibles falencias.</li> <li>- Establecer una propuesta de mejora mediante la creación de estándares y procesos de calidad para las falencias reconocidas.</li> <li>- Definir la estrategia y el costo de implementación del manual de mejora de calidad para el área de recepción.</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	
<p>Dentro del presente proyecto es importante la correcta aplicación de la metodología, debido a que permite recolectar información para la realización del mismo. El método de investigación es cuantitativo que según el libro Metodología de la investigación “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base a la mediación numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. Por otro lado, según los autores Hair, Bush y Ortinau (2010, p. 295) “el diseño de encuestas en la que se recalca el uso de preguntas formales uniformadas y opciones de respuestas predeterminadas en cuestionarios aplicados a muchos entrevistados”. Dentro de las técnicas que se utilizan en el enfoque cuantitativo están las encuestas,</p>	

observación estructurada, inventarios, pruebas estadísticas y por otro lado está el enfoque cualitativo en donde se pueden utilizar entrevistas, grupos focales, entre otros. De acuerdo a los objetivos del proyecto, se van a utilizar encuestas y entrevistas. Se define encuesta como “técnicas de investigación para recolectar grandes cantidades de datos con formatos de preguntas y respuestas”; y, se conoce, a la entrevista, como “proceso donde el entrevistador formula preguntas semiestructuradas en un encuentro personal (Hair, Bush, y Ortinau, 2010, p. 150, 222). Como se mencionó anteriormente se van a proceder a realizar encuestas dirigidas a los clientes del establecimiento y, además, entrevistas a las personas que laboran dentro de la empresa, debido a que al tener contacto tanto directo como indirecto con los huéspedes pueden aportar definiendo sus necesidades como preferencias, o a su vez las falencias que se han detectado en los procesos.

### **RESULTADOS**

- Primeramente, el hotel debe implementar la política de calidad, objetivos y metas planteados en este proyecto ya que al tener bien definido las directrices del negocio se puede encaminar a toda la organización y así alcanzar el mejoramiento continuo.
- Para que el manual a desarrollarse cumpla a cabalidad con los objetivos planteados, se debe elaborar indicadores que permitan tener un control permanente en la gestión de procesos, los mismos que deberán ser evaluados a corto, mediano y largo plazo para el cumplimiento óptimo de metas propuestas.
- Es fundamental asegurar que los procesos, estrategias y herramientas hayan sido totalmente entendidos mediante las capacitaciones que se van a dictar ya que al implementar el manual deberán cumplir con todos los parámetros establecidos en el mismo y mejorar el desempeño en los procesos estipulados.

**Fuente:** Repositorio Digital Universidad De Las Américas

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para la elaboración del trabajo de investigación, fue necesario la utilización de diferentes recursos y la aplicación de métodos y técnicas necesarias; los mismos que permitieron seguir los procedimientos adecuados para la realización del trabajo de investigación y así cumplir con los objetivos planteados.

### **5.1. Materiales**

#### **5.1.1. Recursos Humanos**

- Tesista: Verónica Liliana Tene Pauta.
- Director: Ing. Alex Quito Ramón Mg. Sc.
- Propietaria de la hostería: Sra. Hilda Graciela Saavedra García.

#### **5.1.2. Recursos Materiales**

- Útiles de oficina: Grapadora, perforada, clips, papel boom, carpetas, esferográficos, copias, impresiones, anillados, entre otros.
- Material bibliográfico: Libros, tesis, documentos de sitios web, artículos, revistas, folletos, normativas y reglamentos de entidades reguladoras, entre otros.
- Transporte.
- Alimentación.
- Otros.
- Imprevistos.

#### **5.1.3. Recursos Tecnológicos**

- Laptop.
- Internet.
- Impresora.
- Grabadora.
- Cámara fotográfica.
- Pen Drive.



- Celular

## **5.2. Métodos**

### **5.2.1. Método Analítico**

Este método se lo utilizó para realizar un análisis de la información recolectada en la matriz de diagnóstico, igualmente se utilizó para analizar el resultado obtenido de las entrevistas aplicadas al personal de la hostería, permitiendo conocer la situación actual de la misma, también se utilizó para analizar el resultado de las encuestas aplicadas a los clientes de la hostería.

### **5.2.2. Método Sintético**

Se utilizó para ordenar y reconstruir los datos obtenidos en el transcurso de la investigación, con la finalidad de dar solución a las falencias encontradas, por ende, establecer estrategias que ayuden a mejorar la calidad del servicio que presta la hostería. Así mismo se utilizó para determinar las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

### **5.2.3. Método Inductivo**

Este método permitió realizar un estudio general, establecer información sobre el diagnóstico situacional de la hostería, también permitió revisar la información obtenida mediante diversos medios de consulta como libros, tesis, artículos, entre otros; obteniendo mayor conocimiento acerca del tema de investigación; así mismo ayudó a determinar las particularidades del lugar y diferentes aspectos de los clientes.

### **5.2.4. Método Deductivo**

Permitió obtener información a través de datos generales, con el objetivo de establecer ideas específicas, así mismo permitió plantear las estrategias de mejoramiento de la calidad del servicio y a su vez determinar las conclusiones de la investigación.

### **5.2.5. Método Descriptivo**

Este método se utilizó para describir las características de las áreas de la hostería, como infraestructura, instalaciones, normativa y requisitos que debe cumplir como empresa hotelera, permitiendo conocer la situacional actual del establecimiento, también se utilizó para determinar las características esenciales de los siguientes objetivos específicos.

### **5.2.6. Método Participativo**

Se utilizó con la finalidad de dialogar con los propietarios de la hostería para dar a conocer los resultados obtenidos en la investigación y proponer estrategias de mejoramiento de la calidad del servicio que brinda la empresa.

### **5.2.7. Modelo SERVQUAL**

Fue utilizado para realizar un análisis externo de las encuestas aplicadas a los clientes, el cuestionario del modelo SERVQUAL se basa en cinco dimensiones, fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, el cual ayudó a determinar el nivel de satisfacción de los clientes, a través de aspectos cualitativos y cuantitativos, conociendo la percepción y como el cliente aprecia el servicio recibido, por medio de información detallada de las opiniones del cliente sobre el servicio que presta la hostería.

### **5.2.8. Enfoque Cuantitativo**

Se utilizó para establecer de manera numérica, mediante tablas y gráficos que ilustran adecuadamente los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los clientes de la hostería.

### **5.2.9. Enfoque Cualitativo**

Se utilizó para comprender y establecer los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los clientes de la hostería.

### **5.3. Técnicas**

#### **5.3.1. Matriz de Diagnóstico**

Esta matriz permitió obtener información de la situación actual de la hostería y verificar si cumple con los requisitos de las entidades reguladoras, la misma que está dividida en, datos generales del establecimiento, requisitos de entidades reguladoras y requisitos para hostería de 3 estrellas.

#### **5.3.2. Entrevista**

Esta técnica se la aplicó a la administradora y ayudante de cocina de la hostería, con el fin de obtener información de forma directa que permita determinar los resultados del trabajo de investigación.

#### **5.3.3. Observación Directa**

Se empleó la observación directa, en todo el proceso de la investigación, para analizar el entorno del establecimiento, así como de la infraestructura y normativa que debe cumplir la hostería, debido a que esta información, es más

#### **5.3.4. Muestra**

Permitió determinar el número de población a encuestar, considerando el número de clientes que ingresaron a la hostería en 2018, dando como resultado cien encuestas a aplicar.

#### **5.3.5. Encuesta**

Se aplicó una encuesta de 33 ítems, la misma que, fue empleada a cien clientes de la hostería, basada en cinco dimensiones como es la fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, lo cual permitió conocer el nivel de satisfacción del cliente y con ello dar soluciones para el mejoramiento del servicio.

precisa y verídica, para determinar las necesidades y estrategias a implementar.

### **5.3.6. Matriz FODA**

Permitió evidenciar la situación interna y externa de la hostería, que influye de manera directa e indirecta en la misma, con la finalidad de establecer alternativas y proponer posibles soluciones a las falencias del establecimiento y a la vez potencializar sus fortalezas.

### **5.3.7. Matriz de Estrategias**

En esta matriz se utilizó la información del análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (amenazas y oportunidades) de la empresa, mediante la comparación entre las (fortalezas y oportunidades FO, debilidades y oportunidades DO, fortalezas y amenazas FA, debilidades y amenazas DA), de esta manera se obtuvo el FODA cruzado y a través de un análisis permitió determinar estrategias que sirvan de solución para mejorar la calidad del servicio.

### **5.3.8. Formato de Objetivos Estratégicos**

El formato sirvió para desarrollar los objetivos estratégicos que sirven de solución para mejorar la calidad del servicio, describiendo sus características, políticas, valores, indicadores y metas.

## **5.4. Metodología por objetivos**

### **5.4.1. Metodología para el primer objetivo específico**

Para el cumplimiento del primer objetivo específico “Realizar el diagnóstico de la calidad del servicio de la hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe” se utilizó el método analítico, el mismo que permitió diagnosticar el entorno del establecimiento, así mismo permitió analizar el resultado de las entrevistas aplicadas, lo cual permitió realizar un análisis de la situación actual de la hostería, se utilizó también el método

sintético para resumir y reconstruir la información obtenida, igualmente se utilizó el método inductivo y deductivo para determinar la información recolectada a través de libros, artículos, entre otros, con ello plantear estrategias y posibles conclusiones y recomendaciones para mejorar la calidad del servicio de la hostería.

En cuanto a las técnicas, se aplicó una matriz de diagnóstico, la cual se encuentra dividida en, datos generales del establecimiento, requisitos de entidades reguladoras y requisitos para hostería de 3 estrellas, de igual manera se aplicó la observación directa, las mismas que permitieron obtener información de la situación actual del establecimiento y saber si cumple o no con la normativa de las entidades reguladoras. De igual manera se aplicó entrevistas dirigidas a la administradora y personal de servicio de la hostería, esta permitió obtener información directa para un mejor resultado de la información obtenida, también se aplicó el método descriptivo, el cual permitió describir la información recolectada tanto de la matriz de diagnóstico como de las entrevistas aplicadas al personal de la empresa. Finalmente, una vez determinada la información obtenida de la matriz de diagnóstico y entrevistas, se estableció los factores internos (fortalezas y debilidades) de la empresa.

#### **5.4.2. Metodología para el segundo objetivo específico**

Para el cumplimiento del segundo objetivo específico “Evaluar la calidad del servicio al cliente que ofrece la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”, se obtuvo el número de clientes que ingresaron a la hostería en el año 2018, en la cual se considera un total de 4320 clientes, cantidad que se utilizó como referente para el cálculo de la muestra.

Para el trabajo de investigación se tomó la fórmula aleatoria finita, es importante mencionar que se consideró un margen de error del 10%, tomando en cuenta que la demanda es baja en el mes que se realizó las encuestas. Se utilizó la siguiente relación:

n: Tamaño de la muestra	
z: Nivel de confianza	(1.96) <sup>2</sup>
p: Probabilidad	0.5
q: Probabilidad encontrada	0.5
e: Error de estimación	(0.10) <sup>2</sup>
N: Universo /población	4320

Formula:

$$\frac{Z^2 * P * Q}{N * e^2 * Z^2 * P * Q}$$

Cálculo de la muestra de la Hostería Tierra Dorada

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{N * e^2 * Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 4320}{4320 * (0.10)^2 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{38416 * 0.5 * 0.5 * 4320}{4320 * 0.01 * 38416 * 0.25}$$

$$n = \frac{41489280}{414892.8}$$

$$n = 100$$

Una vez realizado los cálculos se obtuvo como resultado, 100 encuestas a aplicar.

Posteriormente se aplicó encuestas basadas en el cuestionario del modelo SERVQUAL, el mismo que consta de cinco dimensiones (fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles), este cuestionario fue modificado y adaptado a los requerimientos del estudio de investigación, aplicando el cuestionario con 33 ítems que permitieron evaluar el nivel de satisfacción del cliente frente a los servicios brindados por la hostería, también se utilizó el método analítico, el mismo que permitió analizar la satisfacción e insatisfacción del cliente en cuanto al servicio recibido. Así mismo se aplicó el método sintético para reconstruir la información recolectada en las encuestas, lo cual permitió conocer las falencias que impiden brindar una excelente calidad del servicio dentro de la hostería. De igual manera se aplicó el enfoque cuantitativo, el mismo que permitió determinar los resultados de las encuestas de forma numérica,

mediante tablas y gráficos, así también se utilizó el enfoque cualitativo, lo cual permitió describir el resultado obtenido de las tablas y gráficos numéricos, con la finalidad de determinar las falencias y establecer estrategias de mejoramiento de la calidad del servicio de la hostería, también se aplicó el método descriptivo, el cual permitió describir toda la información recolectada del segundo objetivo. Finalmente, una vez determinada la información obtenida de las encuestas se establecieron los factores externos (amenazas y oportunidades) de la empresa.

Seguidamente se elaboró la Matriz FODA, estableciendo los factores tanto internos como externos de la hostería (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), posterior a ello, se elaboró la Matriz de Estrategias (FODA - Cruzada), mediante la cual se establecieron estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio que ofrece el establecimiento.

#### **5.4.3. Metodología para el tercer objetivo específico**

Para el cumplimiento del tercer objetivo específico “Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”, se aplicó el método participativo con la finalidad de dar a conocer los resultados de la investigación a los propietarios del establecimiento y plantear posibles estrategias para mejorar el servicio de la empresa, igualmente se utilizó el método deductivo que usa datos generales para establecer ideas específicas, permitiendo desarrollar las estrategias más propicias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la hostería.

Se elaboró un formato de objetivos estratégicos, el mismo que consta de características, políticas, valores, indicadores y metas, enunciados que ayudaron a elaborar las propuestas encaminadas para el mejoramiento de la calidad del servicio que brinda la hostería.

## 6. RESULTADOS

### 6.1. Primer Objetivo: Realizar el diagnóstico de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe

#### 6.1.1. Generalidades de la provincia Zamora Chinchipe

##### Ubicación Geográfica

La provincia de Zamora Chinchipe, conocida como la “Tierra de aves y cascadas”, se encuentra ubicada en la región sur de la amazonia ecuatoriana, limita al norte con la provincia de Morona Santiago, al sur y este, con la República del Perú y al oeste con las provincias de Loja y Azuay. (Cuenca, 2016)

##### Datos Generales

**Cuadro 4** Datos generales del cantón Zamora

Capital	Zamora.
Superficie	Superficie: 10.556 km <sup>2</sup> .
Población	91.376 Habitantes
Temperatura	Su temperatura promedio es de 18° y 22°C.
Clima	Posee un clima tropical, registrando altos niveles de humedad.
Población	Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la población del último censo (2010) es de, 91.376 habitantes.
División política	Se encuentra dividida en 9 cantones: Zamora, Chinchipe, Palanda, Yacuambi, Yantzaza, El Pangui, Nangaritzza, Paquisha y Centinela del Cóndor. (Cuenca, 2016)

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

##### Actividad Turística

Zamora Chinchipe se caracteriza por presentar una riqueza turística natural, en donde la flora y la fauna constituyen la principal atracción para los turistas. Entre sus principales atracciones se encuentran: El Parque Nacional Podocarpus, Parque Binacional el Cóndor, balnearios en los ríos Bombuscaro, Chicaña, Nangaritzza y Guadalupe, Centro Recreacional



Ottawa en Yantzaza, Selva Virgen y parajes junto al río Zamora, Reserva Ecológica de Padmi, Cascada la Chismosa, Mirador de Quimi, Caverna de Quimo, entre muchos más. (Cuenca, 2016)

Además, la Gastronomía también forma parte de la aventura turística, pues sus platos típicos, son uno de los elementos más llamativos, entre los que se puede degustar: el ayampaco, caldo de corroncho, chicha de yuca, chicha de chonta, chontas cocinadas, ancas de rana, caldo de gallina criolla, molido de plátano verde, agua de hoja de guayusa, tilapia al horno, y las famosas hormigas culonas. (Cuenca, 2016)

### **6.1.2. Generalidades del cantón Yantzaza**

#### **Antecedentes Históricos**

Retrocediendo el tiempo en la memoria de los colonos que se aventuraron a explorar los terrenos de este sector del Oriente Ecuatoriano, navegando el corrientoso río de esta región de Zamora que cruza su territorio, única vía en el pasado que unía diversos puntos que fueron morada de naturales lo que se encontraban dispersos en la selva, y uno que otro lavador de oro dispuesto por seguridad personal a las márgenes izquierda y derecha del monstruo mineral dorado el oro, que baña el valle alimentando por otros afluentes que lo llegaban a convertir en un mito, para quien lo navegaba era una hazaña. El puerto fluvial del cual partían aguas adentro las bogas en compañía de los misioneros, desde el caserío de Zamora fue el Corronchadero. Mientras se avanzaba en el trayecto del viaje a bordo de la canoa, medio de transporte utilizado para movilizar a los pocos colonizadores que ingresaban con la intención de explotar el oro, los naturales se mantenían alertas y mudos testigos de este cambio constante en la civilización que poco a poco les ganaba terreno. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

Las playas de los ríos fueron sitios estratégicos donde los colonos construyeron sus chozas, utilizando los materiales de la zona como la

palma, pindo y guadua, en este constante trajinar de los días, meses, años y siglos, el progreso ha dado sus frutos en esta tierra con la actividad agrícola. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

Los lavadores de oro que a diario realizaban el recorrido con los navegantes que vadeaban las playas de arenas blancas ricas en oro, que según testimonios de quienes aún recuerdan como fue antes esta zona, los que se dedicaban a esta actividad, diariamente una junta podía extraer de las playas del río una cantidad aproximadamente de diez gramos. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

Estos lavadores de oro poco o nada les interesaba la idea de poblar estos lugares ya que Zamora dentro de su proceso evolutivo a través de la historia, como cantón de la provincia de Santiago, Zamora no llamaba la atención como para venir de otro lugar a vivir aquí antes de la década de los cuarenta, así pasarían los años y estos sitios poblados de fieras eran temidos por lo agreste de su topografía y la inclemencia de su clima. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

Las chozas construidas de pindo y palma se encontraban asentadas a las orillas de los ríos en los displays, lo único que interesaba en aquel tiempo era explotar el oro y salir a disfrutar el dinero que este les aportaba en otros lugares como Loja o Cuenca, que eran las ciudades con mayor futuro para vivir en aquella época, esto lo manifestaban los mineros, pero en cambio hubo gente pobre que se arriesgó con bienes y familia con la finalidad de surgir y no tener que pasar nunca más necesidades, es así como de esta manera vamos desentrañando la historia y llegamos al año de 1950. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

En la época de la conquista española, los personajes que posiblemente pasaron por este valle rodeado de congregaciones de naturales fueron Hernando de Benavente y Guido Hernández de Sepra, quienes informaron a Alonso de Mercadillo de la existencia de tribus, que más tarde serían confundidos como mujeres Amazonas. Hablar de que por estos lugares

existió una o varias tribus de mujeres Amazonas es una idea incomprensible, ya que si llegamos a analizar detenidamente sus facciones tanto en los hombres como en las mujeres, notaremos que en los lugares más apartados en que estos viven, conservan sus costumbres y sus rasgos autóctonos milenarios, como el cabello largo, tanto en la mujer he igual en el hombre que acostumbra a tatuarse sus facciones en el rostro como en sus extremidades superiores, estos asentamientos de poblaciones shuar fueron confundidos por los españoles, que comprobaron que entre los dos sexos se tatúan rostro, brazos y pecho, descubierta la similitud, con su decepción a cuestras y desencantados al saber que no todas eran mujeres, en tono humillante los llamaron Jíbaros, los cuales años más tarde, posteriores a la colonización española demostrarían su ferocidad en la lucha con sus opresores que los trataron como esclavos para satisfacer su ambición por el oro de esta tierra que fue su morada por centurias atrás hasta la llegada de estos, en que la historia ha grabado en sus páginas el año de 1549, en que se llegó a fundar la ciudad española de Zamora de los Alcaldes por Alonso de Mercadillo en compañía de los personajes en un principio mencionados. El amplio valle de espeso follaje impenetrable para los rayos del sol no aporta datos que permitan informar a las nuevas generaciones, y así establecer si se internaron de casualidad los buscadores de oro españoles, en esta tierra rica en flora y fauna que sirvió de sustento para la sobrevivencia de esta raza que ha conservado sus costumbres por siglos, y que hoy en la actualidad tienden a perderse debido al avance poblacional que los ha obligado a vivir en comunas donde escasamente se habla su idioma en los mayores, los niños han aprendido a ser bilingües el dominio del castellano es casi perfecto. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

Conforme pasaron los años la raza Shuar en toda la región amazónica ha evolucionado, ya sea en el mestizaje del idioma español que lo heredó de la conquista, que luego del levantamiento de los jíbaros en el Oriente han ido aceptando de buena manera compartir sus tierras con los nuevos colonos que pusieron sus ojos en estas en busca de mejores días para sus

familias que se convertirían en los nuevos pobladores de esta selva misteriosa, de esta manera fueron naciendo los cantones de esta provincia. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

El origen de su nombre lo debe a la presencia del Valle de Yantzaza y a su cabecera cantonal. Al igual que Zamora, limita con la mayoría de los cantones restantes a excepción de Chinchipe, Palanda y Nangaritz. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

Su nombre es de origen shuar, compuesto de dos términos o palabras del idioma de esta raza.

**YANTSA** = Luciérnaga

**ENTSA** = Quebrada o río de las luciérnagas

Hoy en la actualidad es conocido por sus hijos como el Valle de las Luciérnagas su nombre se ha castellanizado, suprimiéndose la vocal y consonantes terminológicas ENT para sustituirlas por la Z en vez de S, lo cual nos daría el siguiente resultado del nombre, quedando de la siguiente manera: YANTZAZA. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

Es el cuarto cantón en el orden de creación dentro de la provincia de Zamora Chinchipe. La mayor parte de su población es mestiza y procede de las migraciones de la provincia de Azuay, Loja y otras, que han formado colonias y pueblos prósperos a pesar de la distancia y el aislamiento. (G.A.D. Municipal de Yantzaza, 2014)

### **División Política**

El cantón Yantzaza está dividido políticamente en tres parroquias, una urbana: Yantzaza capital cantonal; y dos rurales que son: Chicaña y Los Encuentros. donde habitan tres etnias indígenas shuar, Saraguro y mestizo. (Luna, 2014)

## **Aspectos Geográficos**

### **Ubicación**

El cantón Yantzaza se encuentra ubicado al noreste de la provincia de Zamora Chinchipe, limita al norte con el cantón el Pangui, al sur con los cantones Paquisha y Centinela del Cóndor, al este con la Republica del Perú y al Oeste con el cantón Yacuambi y Zamora. (Cuenca, 2016)

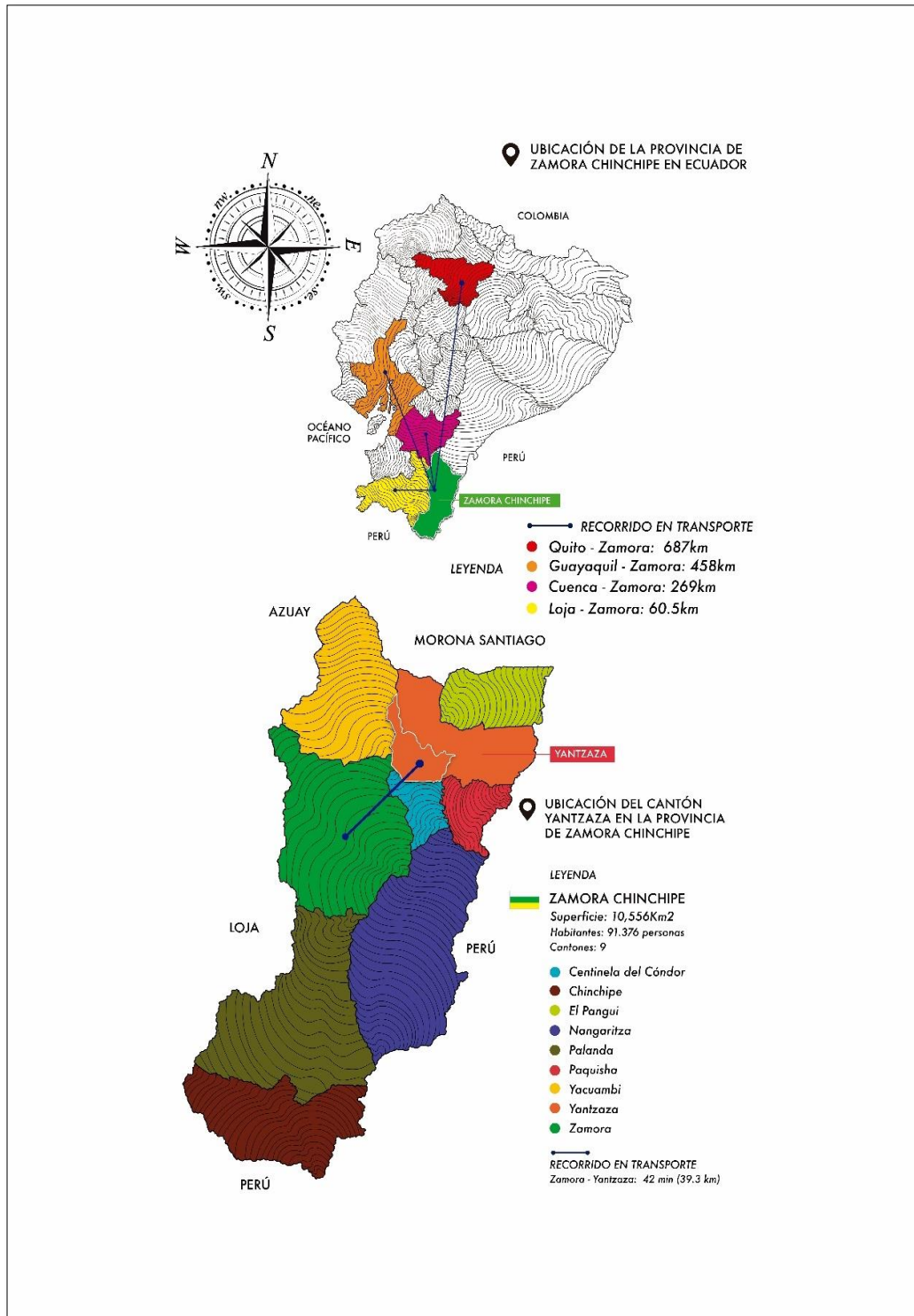
### **Clima**

Posee un clima cálido - húmedo, el cual se origina por el ascenso convencional del aire y a la evapotranspiración de la selva Amazónica (Maldonado 2002). Según Porrut (1983), el clima predominante para este sector es Uniforme Mega térmico Lluvioso (< 2500 mm anuales), el cual se caracteriza por presentar precipitaciones durante todo el año, temperatura uniforme (< 25° C en promedio) y un alto porcentaje de humedad relativa (> 90%). (Tene, 2016)

### **Altitud**

Su altura desde la parte baja, va de los 600 a 1200 msnm en la parte alta de sus cordilleras, su máxima elevación es de 2450 msnm. Yantzaza se encuentra rodeada de cordilleras como son: Cordillera del Cóndor, Cordillera de Condorcillo y la de Yacuambi. Las principales elevaciones son: El Nayumbe con 1972 m.s.n.m y el Conguime con 2450 m.s.n.m. (Luna, 2014)

# Mapa



Fuente: Verónica Liliana Tene Pauta

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 1** Mapa de la provincia de Zamora Chinchipe

📍 UBICACIÓN HOSTERIA TIERRA DORADA  
EN EL CANTÓN YANTZAZA



**YANTZAZA**

Superficie: 990Km<sup>2</sup>

Habitantes: 18.675 personas

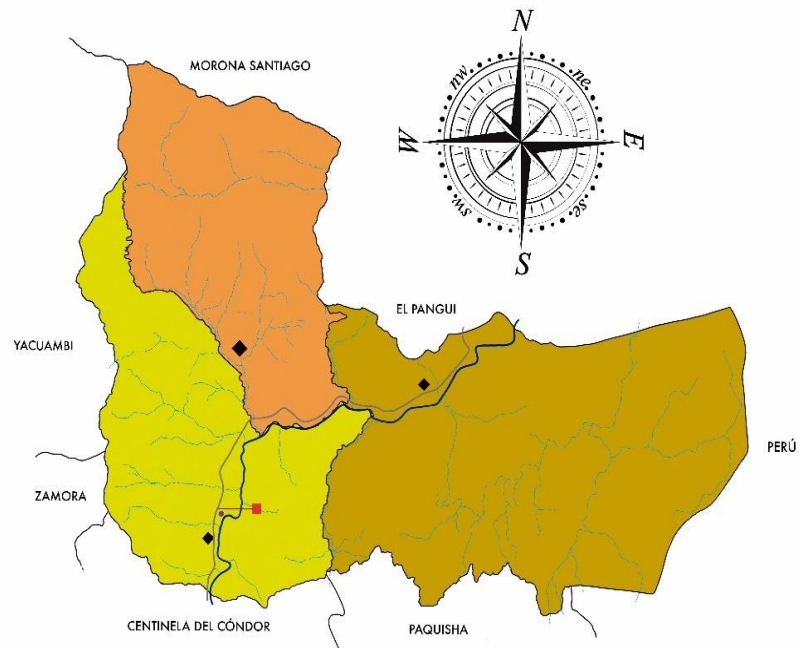
Coordenadas: 3°51'S 78°45'O

Temperatura: 17°C a 30°C

Parroquia: 3

LEYENDA

- HOSTERÍA TIERRA DORADA
- TERMINAL TERRESTRE
- VIA PRINCIPAL
- RÍO ZAMORA
- RÍOS SECUNDARIOS
- ◆ CENTRO DE LA CIUDAD
- PARROQUIA YANTZAZA
- PARROQUIA CHICAÑA
- PARROQUIA LOS ENCUENTROS
- AVENIDA RAFAEL PULLAGUARI



Fuente: Verónica Liliana Tene Pauta

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 2** Mapa del cantón Yantzaza



Fuente: Verónica Liliana Tene Pauta  
 Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 3** Ubicación de la Hostería Tierra Dorada



## **Aspectos Económicos**

### **Población**

Según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizado el 28 de noviembre del 2010, la población del cantón Yantzaza es de 18.675 habitantes, de los cuales el 50.6% son hombres y el 49.4% mujeres. (Luna, 2014)

En el área rural son 9.476 personas mientras que en el área urbana (correspondiente solo a la parroquia Yantzaza) son 9.199 habitantes de los cuales el 60% viven en la zona rural y el 40% viven en la zona urbana. (Luna, 2014)

El cantón Yantzaza es la segundo más poblado de la Provincia de Zamora Chinchipe, representa el 20.4% del total. La parroquia Yantzaza ha crecido en el último período intercensal 2001-2010, a un ritmo del 3,06 %; la parroquia Chicaña a un ritmo de 1,59%, y la parroquia Los Encuentros a un ritmo de 2,73%. (Luna, 2014)

La población más representativa es la de 15 a 64 años. La menos representativa es la de 65 y más años de edad. (Luna, 2014)

### **Economía**

Yantzaza se caracteriza por el desarrollo de actividades económicas basadas en su gran mayoría en la producción del sector primario (materias primas), siendo la producción agropecuaria la que ha tenido mayor impulso, seguida de la explotación minera que dinamiza y es de gran importancia en el desarrollo de la economía local de los diferentes centros poblados que se encuentran cerca de este tipo de actividad económica. En los últimos años en el sector secundario (agroindustria), se ha producido un crecimiento notable, especialmente en derivados y subproductos de la explotación y producción del sector ganadero, sobre todo en la producción

de leche, a su vez, el sector terciario (comercio y servicios), se ha caracterizado por tener un desarrollo importante, sobre todo en el sector de comercio privado e informal y en el sector de servicios, especialmente en servicios en el área turística, presentando una alternativa para la diversificación de las actividades económicas, las mismas que permiten un desarrollo integral y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del cantón. (Tene, 2016)

De acuerdo con el censo económico y de población y vivienda del 2010, aproximadamente el 30% de la población se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, mientras que la explotación de minas y canteras es del 7%. Además de la producción 22 agrícola y ganadera, Yantzaza tiene una gran cantidad de recursos minerales, principalmente el oro, encontrándolos en los cauces de los ríos Zamora y Nangaritzza. (Luna, 2014)

### **Comercio**

Los habitantes del cantón Yantzaza se relacionan comercialmente con los cantones vecinos mediante el intercambio de los productos que salen a vender los días sábados y domingos como son: el plátano, yuca, papachina, maíz, café, cacao, naranjas, mandarinas, papaya, piñas, chontas, huevos, quesillo, panela, aves de corral, etc. Gracias al buen estado de las vías, los vendedores pueden sacar los productos y el ganado a las ferias, lo cual ha permitido el intercambio entre los cantones y la Provincia de Gualaquiza. (Vega, 2011)

### **Industria**

La industria del cantón se basa fundamentalmente en la minería debido a que la región amazónica es rica en minerales tales como el oro, cobre y plata; la mina más grande a nivel mundial está ubicada entre los cantones de Yantzaza y El Pangui. (Luna, 2014)

## **Turismo**

Esta actividad en los últimos años ha venido teniendo un gran crecimiento en el cantón, así como también en el establecimiento de infraestructura turística privada. Por otra parte, el cantón cuenta con diversos atractivos naturales como: cascadas, el valle del río Zamora, así como también un gran potencial en turismo comunitario y cultural, debido a la presencia de las diferentes etnias que se encuentran en la jurisdicción cantonal, la mismas que pueden mostrar sus tradiciones, fiestas y cultura como aporte para el desarrollo del sector turístico en las diferentes comunidades rurales del cantón. A su vez, existen de manera privada estancias familiares y hosterías, una alternativa y diversificación de actividades productivas en el cantón. Cabe señalar que adicionalmente el cantón cuenta con una gastronomía local que involucra variedad de platillos y sabores, pertenecientes a las diferentes etnias que se encuentran en el territorio, lo cual es de vital importancia en el desarrollo de la actividad turística local, cantonal y provincial. (Luna, 2014)

## **Aspectos Sociales**

### **Cultura y Tradición**

Yantzaza tierra de origen shuar, de significado profundo conocido y nombrado como “Valle de las luciérnagas”, puesto que su nombre hace referencia aquellos seres que entre la realidad y el mito dan luz a la tierra verde, dotada de majestuosos bosques, de profundas aguas, de multiplicidad de flora y fauna; la riqueza cultural de Yantzaza, sin duda, es indiscutible llena de tradiciones y costumbres recopiladas con el pasar de los años y con el pasar de la gente que ha venido asentarse desde las diferentes partes del Ecuador. (Mi Región, 2015)

La generosidad, el trabajo, la decencia; de su gente son la carta de presentación que tiene nuestro cantón Yantzaza. Como no admirar la

diversidad étnica y cultural; la diversidad de colores de piel, de lenguas y dialectos; como no admirar la gastronomía que bien sabemos cómo única y nuestra. (Mi Región, 2015)

Los Shuar, integran un grupo étnico que se encuentra asentado en el cantón Yantzaza, en sus tres parroquias que lo integran. Los residentes del barrio San Juan Kayap están empeñados en el rescate de sus costumbres y tradiciones, las mismas que por años han sido olvidadas. (Gobernación de Zamora Chinchipe, 2015)

## Aspectos Turísticos

### Atractivos Naturales

**Cuadro 5** Atractivos Naturales

Rio Zamora.
Refugio de Vida Silvestre El Zarza.
Saladero del Jardín del Condor.
Cascada Cinco Ruidos Mágicos.
Cascada Isabela.
Cascada La Luna.
Cueva El Oso.
Cascada Feliz Aventura.
Cascada El Descanso.
La Cueva El Masharo.
Cueva El Laberinto.
Cascada Reina del Cisne.
Cascada El Jacuzzi.
Cascada La Pileta.
Cascada El Reflejo.
Cascada El Bloque.
Cascada Las Viseras.
Cascada El Arcoíris.
Cascada El Remolino.
Las Escalinatas. (Guía Turística del cantón Yantzaza, 2017)

**Fuente:** Guía Turística del cantón Yantzaza  
**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## Atractivos Culturales

**Cuadro 6** Atractivos Culturales

Malecón Ciudad de Yantzaza.
Parque Central.
Iglesia Santa Mariana de Jesús.
Puerto Fluvial “Parque al Puerto”.
Plaza Cultural San Francisco.
Artesanías.
Gastronomía Típica: Ancas de rana, tilapia, ayampaco, caldo de corroncho, chica de chonta. (Guía Turística del cantón Yantzaza, 2017)

**Fuente:** Guía Turística del cantón Yantzaza

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## Planta Turística

**Cuadro 7** Planta Turística

Alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran Colombiano.</li> <li>- Cafetería La Viña</li> <li>- Ada La K´feteria.</li> <li>- King Chicken.</li> <li>- Casa Grill.</li> <li>- El Costillar Carnes y Mariscos.</li> <li>- Los Panchos.</li> <li>- Jugos Terapia.</li> <li>- Emelec.</li> <li>- Patio de Comidas.</li> <li>- Cevichería El Manabita y Cafetería El Panita.</li> </ul>
Hoteles – Hostales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oriental.</li> <li>- Galaxy.</li> <li>- Amazonas.</li> <li>- Central.</li> <li>- Yanku.</li> <li>- Gran Hotel Yantzaza.</li> <li>- Alejandro.</li> <li>- Sebastian´s Internacional.</li> <li>- Inca.</li> </ul>
Bar Karaoke – Discotecas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maderos.</li> <li>- Alexis.</li> <li>- LBM.</li> <li>- D´Markos.</li> <li>- Tony Dance.</li> <li>- Mr. Billar.</li> <li>- Malibu.</li> </ul>
Hosterías	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tierra Dorada.</li> <li>- Playa Verde.</li> <li>- El Imperio.</li> </ul>

Servicios y Recreación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Complejo Recreacional Municipal.</li> <li>- Salon de Eventos Cerakej.</li> <li>- Parador Turistico Ayantai.</li> <li>- Centro Recreacional Ottawa.</li> </ul>
Heladerías	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Heladería Sain.</li> <li>- Yogurt Frost</li> <li>- Yurank.</li> </ul>
Servicios de transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taxi 26 de febrero.</li> <li>- Taxi y Camionetas Ejecutivo.</li> <li>- Taxi Rafael Pullaguari.</li> <li>- Taxi Cotamay.</li> <li>- Camionetas Ciudad de Yantzaza.</li> <li>- Camionetas 17 de marzo.</li> <li>- Transporte Urbano Urmasharo.</li> </ul> <p>(Guía Turística del cantón Yantzaza, 2017)</p>

**Fuente:** Guía Turística del cantón Yantzaza

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### **6.1.3. Resultados de la situación física y cumplimiento de la normativa según la matriz de diagnóstico elaborada (Ver anexo N° 3)**

#### **6.1.3.1. Datos Generales del Establecimiento**

La iniciativa se dio debido a que un día al realizar una caminata familiar por el majestuoso valle de Yantzaza, quedaron impresionados por la maravillosa vista que brindaba el sector conocido como la Florida, este mantenía una franja de potreros y una hacienda, cuyo propietario era el Sr. Hilario Aguirre y familia, con quienes mantenían un estrecho lazo de amistad. A los pocos días la venta de la franja de terrero de 6 hectáreas se hizo efectiva, en donde inmediatamente la familia Fernández construyó una casa de campo, caminos, árboles frutales y sembríos de toda clase. Para llegar a este lugar era necesario atravesar el rio Zamora, para ello la tarabita era el medio de transporte más eficaz, debido a que en ese entonces no existía el puente vehicular, tiempo después el Consejo Provincial de Zamora proyecto la construcción del puente de hormigón, el mismo que hoy en día se denomina “puente del amor”.

Desde un principio, esta propiedad fue testigo de múltiples reuniones familiares, estudiantiles, de autoridades, amigos, entre otros; con el pasar

del tiempo fue creciendo la idea de crear una hostería, está a su vez recibió diferentes propuestas de denominación, entre ellas “El descanso del Chino”, “El descanso del Dorado”, “Quinta Fernández”, entre otras; hasta que por decisión familiar se llamaría “Tierra Dorada”, haciendo alusión a la legendaria leyenda creada en el tiempo de la colonia, en donde se refieren a Zamora Chinchipe como una de las rutas hacia el Dorado.

La determinación se dio acompañada de gran esfuerzo económico y de trabajo. Sus ideas flotaban en el aire, pero debían concretarlas, fue entonces que acudieron a un profesional lojano, Arq. Omar Erazo quien realizó los trazos principales, concluyéndose de esta manera las ideas de sus propietarios. Una amplia cocina, un comedor, recepción y tres habitaciones matrimoniales, acompañadas de dos piscinas más una choza al estilo shuar, fueron en agosto de 2010 las que dieron punto de partida a lo que hoy se conoce como Hostería Tierra Dorada.

En la actualidad ha crecido su capacidad de alojamiento, cuenta con áreas adicionales como hidromasaje, baño turco, sauna, áreas para eventos y recepciones, áreas deportivas, parqueadero, deportes extremos, juegos infantiles, entre otros servicios.

### **Identificación del establecimiento**

La Hostería Tierra Dorada con RUC N° 1900172568001 dispone de los siguientes medios de contacto:

- Teléfono: 3038152
- E-mail: [hosteriaterradorada@hotmail.com](mailto:hosteriaterradorada@hotmail.com)
- Redes Sociales:
  - Facebook: Hostería Tierra Dorada.
  - Instagram: Hostería Tierra Dorada.

La hostería no dispone de fax, de igual manera no cuenta con página web.

### **Ubicación del establecimiento**

La Hostería Tierra Dorada se encuentra ubicada en la provincia Zamora Chinchipe, cantón Yantzaza, parroquia Yantzaza, en el barrio Vista Hermosa por la Av. Rafael Pullaguari Km 1,5 Vía a Los Hachos, junto al puente del amor.

### **Responsable del establecimiento**

El propietario del establecimiento es el señor George Salvador Fernández Quezada de profesión comerciante con C.I. N° 1900172568, contacto celular 0985073458, representante legal y actualmente gerente de la empresa, la misma que es administrada por la señora Hilda Graciela Saavedra García, quien es subgerente del establecimiento con C.I. N° 1707920789, contacto celular 0997500294.

### **Información del establecimiento**

La empresa fue creada un 15 de agosto de 2010, según el catastro del Ministerio de Turismo es un establecimiento de alojamiento denominado como hostería de tercera categoría, la organización de la misma es de tipo natural

#### **Visión**

Ser una empresa líder en el medio, reconocida por su profesionalismo y espíritu de servicio, cumpliendo con estándares de calidad y buenas prácticas, en un ambiente natural propio para el descanso, convirtiéndose en un puente entre el mundo urbanizado y la naturaleza.

#### **Misión**

Dar lo mejor de cada uno, buscando siempre el bienestar de sus clientes.



Los miembros o accionistas del establecimiento son, el señor George Salvador Fernández Quezada gerente de la empresa y la señora. Hilda Graciela Saavedra García, subgerente de la misma.

La empresa dispone de veinte y cuatro habitaciones, las cuales están distribuidas en habitaciones sencillas, dobles, cuádruples, matrimoniales y cabañas, estas su vez están destinadas para aproximadamente setenta plazas, a continuación, se detalla:

**Cuadro 8** Habitaciones de la hostería

Habitaciones y cabañas	Cantidad	Capacidad por habitación
Simples	11	1 o 2 personas
Dobles	6	1 o 3 personas
Cuádruples	2	1 o 4 personas
Matrimoniales	3	1 o 2 personas
Cabañas	2	6 personas

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

El establecimiento no tiene organigrama estructural establecido, por el contrario, lo consideran de la siguiente manera:

**Cuadro 9** Departamentos y cargos de la hostería

Departamentos	Cargo
Administración	Gerente
	Subgerente
Cocina	Chef
	Subchef
	Stewar
	Mesero
Limpieza	Mucama
	Ayudante de mucama
	Persona de lavandería
	Persona de limpieza
Jardinería	Jardinero
Seguridad	Guardia

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

La hostería actualmente cuenta con once empleados, de los cuales siete son hombres y cuatro mujeres, laborando en el establecimiento un total de

trece personas, entre ellos ocho estables y cinco únicamente fines de semana, a continuación, se detalla:

**Cuadro 10** Personal de la hostería

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Género</b>	<b>Permanencia</b>
Gerente	1	Masculino	Estable
Subgerente	1	Femenino	Estable
Chef	1	Masculino	Estable
Subchef	1	Femenino	Estable
Stewar	1	Masculino	Fines de semana
Mesero	2	Masculino	Fines de semana
Mucama	1	Femenino	Estable
Ayudante de mucama	1	Femenino	Estable
Persona de lavandería	1	Femenino	Estable
Persona de limpieza	1	Masculino	Fines de semana
Jardinero	1	Masculino	Estable
Guardia	1	Masculino	Fines de semana

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

Se puede determinar que el establecimiento tiene convenio con la empresa minera canadiense Lundin Gold y la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja.

### **Servicios que ofrece el establecimiento**

La hostería presta los siguientes servicios:

Alojamiento, como se mencionó anteriormente la hostería ofrece cerca de setenta plazas para hospedaje en habitaciones y cabañas cómodas, confortables y equipadas, alcanzando un total de veinte y cuatro habitaciones distribuidas en simples, dobles, cuádruples, matrimoniales y cabañas, dentro de estas ofrece a su vez dos habitaciones adecuadas para personas con discapacidad.

Alimentación, brinda servicio de cafetería de 07h00 a 10h00 am, de igual manera brinda servicio de restaurant en el horario de 11h00 am a 20h00 pm, este a su vez cuenta con una barra para funcionamiento de bar. Esta

área dispone de dieciocho mesas para aproximadamente setenta y cinco personas. A continuación, se detalla el menú que ofrece la hostería:

**Cuadro 11** Carta menú de la hostería

<b>Menú</b>	
<b>Lo Nuestro</b>	<b>Varios</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rana brosterizada.</li> <li>- Rana al ajillo.</li> <li>- Tilapia en salsa de mariscos.</li> <li>- Tilapia en salsa de camaron.</li> <li>- Tilapia frita.</li> <li>- Tilapia al ajillo.</li> <li>- Tilapia a la plancha.</li> <li>- Sudado de tilapia.</li> <li>- Chicharron de tilapia.</li> <li>- Ceviche de tilapia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mar y montaña.</li> <li>- Lomo numpatakaime.</li> <li>- Filet mignon.</li> <li>- Steak a la pimienta.</li> <li>- Lomo de res a la plancha.</li> <li>- Costilla de cerdo.</li> <li>- Lomo de cerdo a la plancha.</li> <li>- Pollo en salsa de camarones.</li> <li>- Pechuga suprema de pollo.</li> <li>- Pollo a la plancha.</li> <li>- Tallarines a la carbonara.</li> <li>- Tallarines con camarones.</li> </ul>
<b>Sopas</b>	<b>Bebidas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Repe blanco (Lojano).</li> <li>- Arveja con guineo.</li> <li>- Sopa del dia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jarra de limonada.</li> <li>- Jarra de maracuyá.</li> <li>- Café.</li> <li>- Agua aromática.</li> <li>- Gaseosas.</li> </ul>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

Recreación, ofrece áreas deportivas como una cancha de boly, un pequeño gimnasio, piscinas para niños y adultos, hidromasaje, baño turco, sauna y cascada artificial, deportes extremos como paintball y canopy, mesa de billar, juegos infantiles como sube y baja y; columpios.

Servicios complementarios, ofrece el servicio de lavandería por el valor de \$1 dólar por prenda, servicio a la habitación con un costo adicional del 10%, internet y parqueadero gratuito, una hermosa vista desde un mirador llamado “mirador o casa del árbol”, caminatas por senderos y avistamiento de aves, estos recorridos se los realiza en los senderos de la ruta de los guayacanes, ubicados en la parroquia Chicaña, senderos del Parque Nacional Podocarpus y el Alto Nangaritza, dichas caminatas están

destinadas especialmente para grupos familiares, estudiantiles y amigos. Además, ofrece áreas para eventos y recepciones como matrimonios, bautizos, 15 años, fiestas infantiles, entre otros, avistamiento de avestruces en el establecimiento y cuenta también con áreas amplias de césped las mismas que sirven de helipuerto para sus visitantes.

### **6.1.3.2. Requisitos de Entidades Reguladoras**

#### **Servicio de Rentas Internas (SRI)**

El establecimiento cumple con los requisitos del SRI, inscripción en el Registro Único Contribuyente, RUC vigente y emisión de facturas por la compra y venta de productos o servicios, de igual manera cumple con el pago mensual del IVA 12%.

#### **Municipio del cantón Yantzaza**

La empresa cumple de manera anual con el pago de la patente municipal de impuestos a los activos totales, como también cuenta con el permiso del cuerpo de bomberos, dentro de sus requisitos legales y reglamentarios orientados hacia la prevención de incendios, cumple con un plan de contingencia, extintor con carga vigente, pago anual de permiso de funcionamiento contra incendios, señalética en caso de emergencia (números de emergencia como ECU 911, bomberos, policía, hospital), de igual manera cumple con el registro sanitario en la cual cuenta con basureros para residuos tanto orgánicos como inorgánicos con el fin de dar un manejo adecuado de tipos de residuos. No cumple con el carnet de salud para el personal debido a que este requisito ya no es obligatorio. Dado el cumplimiento de los requisitos antes mencionados, la hostería cuenta con la Licencia Única Anual de Funcionamiento, el mismo que es otorgado por el Municipio del cantón Yantzaza y debe ser renovado de forma anual.

#### **Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARHC)**

La hostería cuenta con el permiso del ARCH, dentro de sus requisitos para comercialización de gas licuado, cumple con gas industrial, realiza la cantidad de carga en el periodo adecuado, cuenta con el permiso de transporte para la compra del mismo, cumple así también con la señalética adecuada como, peligro gas inflamable, prohibido fumar, prohibida la entrada sin autorización, de igual manera dispone de la infraestructura para almacenamiento de bombonas, unión de tuberías, regulación de presión, entre otras. A más del gas industrial también utilizan gas de uso común.

### **Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos (SNGR)**

La empresa cumple con un plan de contingencia, el mismo que dispone de botiquín de primeros auxilios, megáfono, lámparas de emergencia, vías de evacuación señalizadas, señalética informativa en el establecimiento, sistema de sirena, zonas de seguridad y riesgo social, a diferencia que no dispone de puertas de emergencia funcionales debido a que es una zona abierta, así como también no cuenta con identificación de amenazas en cuanto a sismos, inundaciones, entre otros,

### **Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)**

La hostería cumple con los requisitos que exige el ARCSA, los mismos que se detallan a continuación:

Condiciones sanitarias para el personal:

- El personal de la hostería realiza una manipulación adecuada de alimentos, lavado y desinfección de manos, utilizan delantal limpio y en buen estado, llevan el cabello recogido y utilizan redcilla para el mismo, utilizan cubre bocas en caso de ser necesario, conservan uñas limpias, cortas y sin esmalte, no utilizan joyas, no poseen malos hábitos en el trabajo como toser, masticar fumar o beber.

Otras condiciones sanitarias:

- Realizan un control contra plagas mediante el uso de extintor, no conservan productos caducados, los alimentos y bebidas tienen registro sanitario, los productos congelados tienen su debido proceso de descongelamiento, los alimentos no están en contacto con el piso, el personal del área de cocina conoce las normas de higiene y manipulación de alimentos, verifican las fechas de caducidad de los alimentos antes de ser preparados, las verduras se mantienen separadas del resto de alimentos, las carnes se mantienen en refrigeración, los productos predecibles se encuentran en su despensa.

Condiciones de la infraestructura:

- Mantienen los pisos, paredes, mesas, sillas y techos limpios y en buenas condiciones, los basureros tienen tapa de pedal y funda, las instalaciones eléctricas se encuentran en buenas condiciones y no hay presencia de cables colgantes ni acumulación de polvo debido a que realizan la limpieza tres veces al año, la iluminación del establecimiento permite visualizar sin dificultad tanto los objetos, áreas y equipos presentes en la hostería, el área de manipulación de alimentos cuenta con extractor de olores y las luces de la misma tienen protección, la distribución de la hostería permite la fácil limpieza, cuenta con agua potable en todas las instalaciones, el servicio higiénico es independiente para hombres y mujeres, el mismo que se encuentra alejado del área de producción y cuenta con papel higiénico, jabón líquido, toallas de papel, dispensador de gel desinfectante y basureros con tapa de pedal.

Condiciones sanitarias de equipos y utensilios:

- Dispone de un menaje de cucharas, cuchillos, tenedores y manteles en buen estado y limpios; utilizan utensilios y tablas de picar de plástico, mantienen refrigeradores, vitrinas, exhibidores y perchas en buen estado y

limpios, disponen de utensilios de plástico, estos son de fácil limpieza y siempre se mantienen limpios y desinfectados, realizan mantenimiento una vez por semana a las cocinas, hornos y demás equipos del área de cocina y de manera diaria realizan la limpieza y desinfección de los mismos, los equipos y utensilios en mal estado no son utilizados y los tienen fuera del área de manipulación de alimentos.

### **Ministerio del Interior – Intendencia General de Policía y Comisaria**

El establecimiento se encuentra registrado en la página del Ministerio del Interior, cuenta con el permiso de uso de suelo y declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas. De igual manera la hostería recibe controles rutinarios por parte de la intendencia general de policía y comisaria.

### **Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS)**

En cuanto a la accesibilidad para personas con capacidades especiales, la hostería cuenta con rampas para silla de ruedas, mantiene dos habitaciones en la planta baja con baños adecuados y parqueadero identificado para personas con discapacidad. Por el contrario, no dispone de una carta menú en sistema braille, tampoco brinda lenguaje de señas debido a la poca afluencia de personas con capacidad reducida, así como también no cuenta con asistencia de animales adiestrados, de igual manera no tiene personal entrenado o capacitado para atender a este tipo de clientes.

### **Ministerio del Ambiente (MAE)**

El establecimiento no cumple con el registro ambiental en la página del MAE. En lo que respecta a las buenas prácticas ambientales, la hostería realiza la gestión de desechos, clasificando los residuos de manera adecuada sin afectar el medioambiente, se considera que para el consumo

adecuado de agua y energía eléctrica lo realizan mediante letreros que promueven el uso eficiente de los mismos, ya que en este caso no cuentan con sensores de movimiento para de esta manera ahorrar el consumo de energía, realizan el manejo de aguas residuales a través de un pozo de oxidación. Por el contrario, la hostería no cuenta con un manejo adecuado del uso de papel, la empresa no emplea la facturación electrónica, así mismo no realiza compras responsables, de igual manera el personal no se encuentra capacitado en temas ambientales. Dado estos requerimientos la empresa no cuenta con el distintivo de empresa ecoeficiente debido a que no cumple con todos los requerimientos expuestos por el Ministerio del Ambiente.

### **Ministerio del Trabajo**

En lo que respecta a la normativa del Ministerio del Trabajo, se detalla a continuación:

Rol de pagos:

- La empresa cumple con la remuneración puntual a los empleados de manera diaria, pago a trabajadores de planta y eventuales, pago por horas extras y por contrato, a diferencia que no cumple con el sueldo en base a lo estipulado en el código de trabajo, como también no cumple con el decimotercera y decimocuarta remuneración, al igual que los fondos de reserva, el pago del 15% de utilidades y 10% de servicios. Se puede determinar que no manejan un rol de pagos.

Aporte Seguro Social de empleados:

- La hostería no cumple con el aporte patronal del 12.15% de igual manera con el aporte personal del 9,45%.

Uniforme para el personal:



- La empresa brinda el uniforme a sus empleados cada año, tanto el personal de servicio como del área de cocina, utilizan camiseta, la misma que lleva el logotipo de la hostería.

Otras obligaciones:

- Los empleados reciben vacaciones una vez al año, también se otorga permisos por ausencia sujetas al reglamento, entregan certificados relativos a su trabajo, atienden reclamos del personal en caso de existir, como también facilitan la inspección y vigilancia de autoridades competentes y proporcionan las herramientas adecuadas para el desarrollo de las actividades del personal, por el contrario, no cumplen con la afiliación al seguro de sus empleados, así como también no llevan un registro de los mismos, pero cada empleado conoce su horario de entrada y salida.

### **6.1.3.3. Requisitos para Hostería, Hacienda Turística, Lodge – 3 Estrellas**

#### **Condiciones Mínimas**

El establecimiento cumple con la infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento en buenas condiciones de funcionamiento, así como también cuenta con las condiciones básicas de limpieza e higiene.

#### **Requisitos Generales**

La hostería cuenta con lámparas de emergencia, zonas de evacuación, salidas de emergencia, extintores y mangueras identificadas y señalizadas, cuenta con sistema de ambientación musical en el interior del establecimiento, cuenta con contenedores de desechos en áreas de uso común, dispone de áreas identificadas con facilidades para personas con discapacidad como rampas para silla de ruedas, parqueadero y habitaciones adecuadas, cuenta con letreros que promueven el uso eficiente del agua y energía eléctrica tanto en cuartos de baño y aseo de

habitaciones y áreas de uso común de los huéspedes y personal, cuenta con el número de piso y habitaciones por piso identificadas y señalizadas, cuenta con área de huéspedes y ubicación de servicios complementarios identificados y señalizados, exhibe en recepción los horarios de ingreso (check in) y salida (check out), así mismo exhibe la licencia de funcionamiento de Turismo vigente, de igual manera, exhibe el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo, como también exhibe el número de servicio integrado de seguridad ECU 911, en cuanto al uniforme para los empleados, tanto el personal de servicio como el personal de cocina utilizan camiseta con el logotipo de la empresa, cuenta con cámara de seguridad en el área de recepción así como también cuenta con un sistema de auxilio, dispone de instalaciones eléctricas señalizadas con voltaje de 110V y 220V, a diferencia que no cuenta en habitaciones y pisos con un mapa de ubicación y evacuación, no tiene establecida una política interna para atención a proveedores, no aplica cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados, no cuenta con áreas identificadas para fumadores debido a que es un lugar abierto, de igual manera no dispone de trampas de grasa en el área de preparación de alimentos.

### **Infraestructura**

La hostería dispone de rampas para silla de ruedas, parqueadero identificado y dos habitaciones con baños adecuados ubicadas en la planta baja para el uso de personas con discapacidad, cuenta con iluminación natural y artificial en las diferentes áreas del establecimiento, también cuenta con ventilación natural y mecánica con el fin de permitir el flujo de aire y la no acumulación de olores así como también cuenta con materiales de construcción con el fin de evitar la acumulación de microorganismos tanto en cuartos de baño y aseo, bodegas y áreas de preparación de alimentos, cuenta con suministro de agua permanente que abastece a todas las áreas del establecimiento, dispone de áreas de uso común y

múltiple para los huéspedes, cuenta con un área para la separación y almacenamiento de desechos sólidos así como también cuenta con un área para almacenamiento de lencería como ropa de cama, toallas, entre otros, dispone de bodegas para almacenamiento de utilería de limpieza y de servicio; de igual manera para herramientas e implementos para mantenimiento, las mismas que están separadas de los materiales inflamables y alimentos. La hostería no cuenta con elementos antideslizantes en accesos, escaleras y áreas de preparación de alimentos, así mismo no cuenta con áreas para fumadores debido a que es un lugar abierto.

### **Servicios**

El establecimiento cuenta servicio de agua y presta el servicio de recepción las veinticuatro horas del día, presta el servicio de custodia de equipaje, brinda el servicio de internet en todas las áreas del establecimiento, cuenta con botiquín con contenido básico, brinda el servicio diario de limpieza, así como también cuenta con un plan de contingencia para alguna situación de emergencia.

### **Cuartos de baño y aseo en áreas comunes, que cuenten con excelentes condiciones de limpieza**

La hostería cuenta con cuartos de baño y aseo en áreas comunes identificados y señalizados por genero de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar, los cuartos de baño y aseo se encuentran equipados con inodoro con asiento y tapa, lavamanos, espejo sobre el lavamanos, tomacorriente, basurero con funda y tapa, dispensador de jabón de pared con jabón líquido, dispensador de toallas con toallas desechables, dispensador de papel higiénico con papel higiénico, dispensador de desinfectante de manos con gel desinfectante, Iluminación eléctrica controlada junto a la puerta de acceso. No cuenta con cartilla de control de limpieza.

## **Habitaciones**

La hostería cuenta con veinte y cuatro habitaciones que alcanza aproximadamente setenta plazas para alojamiento, las habitaciones cuentan con iluminación eléctrica controlada junto a la puerta de acceso, mantienen camas con dimensiones de dos y dos plazas y media, así como también sofá cama de una plaza y media, las habitaciones cuentan con colchón, protector de colchón, sábanas, cobijas, cubrecama, edredón, almohadas, protector de almohada, velador y basurero, además cuenta con cortinas, closet, sillón, mesa de noche, silla y televisor, disponen de cobija extra bajo petición del huésped, cuentan con tomacorrientes para uso del huésped, cada habitación dispone de un informativo, el mismo que incluye normas del establecimiento, horarios y servicios que ofrece, también ofrece agua para consumo en cada habitación. Por el contrario, ninguna habitación cuenta con teléfono para comunicación interna, en caso de que el huésped desee comunicarse con las áreas de servicio, puede realizarlo a través de los números descritos en el informativo del establecimiento o a su vez acercarse personalmente.

## **Cuartos de baño y aseo privado y/o compartido (para los casos que aplique), que cuenten con excelentes condiciones de limpieza**

El establecimiento cuenta con cuartos de baño y aseo privado, equipados con iluminación eléctrica controlada junto a la puerta de acceso, una de las veinte y cuatro habitaciones posee tina mientras que el resto cuenta con ducha con división entre esta y el área restante del baño, cuenta con lavamanos, espejo sobre el lavamanos, barra de seguridad en tina y duchas, elemento antideslizante para el piso, tomacorriente para uso del huésped, inodoro con asiento y tapa, basurero con tapa, gancho para toalla, jabón en lavamanos, porta papel con papel higiénico, vaso en cuarto de baño y aseo de habitación.

## **Instalaciones Generales**

La hostería cuenta con generador de emergencia para suministros de energía eléctrica en pasillos, salidas de emergencia y áreas comunes del establecimiento, cuenta con extintores para protección contra insectos, cuenta con calefacción y enfriamiento artificial en áreas de uso común, cuenta con áreas de uso exclusivo para el personal como, cuartos de baño y aseo, casilleros para artículos personales, y área de comedor. Dentro de los requisitos del reglamento, el establecimiento cumple con los siguientes servicios y actividades:

**Cuadro 12** Servicios y actividades de la hostería

<b>Servicios y Actividades</b>
Piscina.
Hidromasaje.
Baño Turco.
Sauna.
Áreas para eventos y recepciones.
Realizan caminatas por senderos y avistamiento de aves (Ruta de los Guayacanes, parroquia Chicaña - Parque Nacional Podocarpus y el Alto Nangaritza), pero no disponen de botas de caucho y ponchos de agua para estas actividades.
Juegos de salón (billar).
Áreas deportivas (cancha de boly y gimnasio).

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

Además, el establecimiento ofrece una cascada artificial en el área de la piscina, cuenta con amplias áreas de césped, las mismas que sirven de helipuerto para sus visitantes y para avistamiento de avestruces, ofrece también deportes extremos como paintball y canopy, los mismos que cuentan con los implementos de seguridad respectivos, así como también dispone de un área de juegos infantiles y ofrece un mirador conocido como “mirador o casa del árbol” para una maravillosa vista de los alrededores de la hostería.

### **Áreas de clientes – General**

La hostería cuenta con área de vestíbulo y recepción con mobiliario, cuenta con un restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento, el mismo que funciona como cafetería y bar, de igual manera cuenta con servicio de preparación de dietas especiales bajo petición del cliente.

### **Áreas de clientes – Habitaciones**

De acuerdo al área de clientes – habitaciones, el establecimiento cuenta con el 8.33% de habitaciones para personas con discapacidad sobre el 2%, según lo que exige la Autoridad competente, las mismas que están ubicadas en la planta baja del establecimiento, dispone de habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado, las habitaciones cuentan con calefacción y enfriamiento mecánico, disponen de casilleros de seguridad, brinda almohada extra bajo petición del huésped, cada habitación dispone de un closet, silla y sillón, cuenta con cortinas y demás equipamiento, cabe mencionar que no dispone de sistema de cierre para puerta de acceso a la habitación, igualmente no cuenta con portamaletas, funda de lavandería y luz de velador, de igual manera las habitaciones no disponen de servicio telefónico para comunicación desde la recepción hacia la habitación o viceversa, por lo tanto si el huésped desea comunicarse con recepción, puede hacerlo a los teléfonos expuestos en el informativo del establecimiento, el mismo que se encuentra en cada habitación o acudir personalmente.

### **Áreas de clientes – Cuarto de baño y aseo privado**

Las habitaciones del establecimiento cuentan con agua caliente disponible tanto en tina y duchas en cuarto de baño y aseo privado, ofrece toalla de cuerpo, de pies y de manos por huésped, cuenta con toalla de piso para salida de tina y duchas de cada habitación, de igual manera cuenta con los amenities de limpieza como champú, jabón y papel higiénico de repuesto.

## **Servicios**

La hostería no brinda el servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación, cuenta con una persona profesional (chef), lo cual da como resultado que del 10% según lo que exige la Autoridad competente, la empresa cumple con el 7.69% de personal certificado en competencias laborales, de igual manera cuenta con una persona que domina el idioma inglés (repcionista), lo cual da como resultado que del 10% según lo que exige la Autoridad competente, cumple de igual manera con el 7.69% de personal que habla al menos un idioma extranjero, el establecimiento cuenta con pozo séptico, cuenta con un plan de contingencia para el control de alguna situación de emergencia, cuenta con señalética de los servicios y áreas del uso común del establecimiento, cuenta con plancha a disposición del cliente, por lo contrario el establecimiento no cuenta con servicio de primeros auxilios, así como también no dispone de servicio telefónico para comunicación hacia el exterior del establecimiento, en caso de necesitar este servicio. puede realizarlo desde recepción.

### **6.1.4. Resultados de las entrevistas aplicadas (Ver anexo N° 4)**

#### **6.1.4.1. Entrevista N° 1. Sra. Hilda Graciela Saavedra García - Administradora de la hostería**

La administradora de la hostería manifestó que el nombre de su empresa se debe a los tiempos pasados, quienes consideraban esta zona como puerto para trasladarse hacia el dorado, por tales razones hoy en día la hostería lleva el nombre de Tierra Dorada, su iniciativa para emprender en este negocio se debe a su espíritu por crear y fomentar el desarrollo del sector, por lo cual con su familia estableció realizar la creación de un nuevo lugar turístico dentro la provincia de Zamora Chinchipe.

En la actualidad el establecimiento continúa creciendo como empresa hotelera gracias a sus clientes, debido a que ellos han considerado de

buena manera los servicios que esta presta. Es importante mencionar que tanto sus instalaciones tipo rustico y sus acabados de primera han sido de ayuda para posicionarse en la mente del consumidor, por consiguiente, no observan a ningún otro establecimiento como competencia ya que determinan que todo lo que realizan lo hacen de la mejor manera posible, por tal razón es que siempre se mantienen ocupados en su trabajo y con el establecimiento repleto de clientes. Cabe mencionar también que están dispuestos a seguir creciendo en el servicio de hospedaje.

En cuanto a promociones de sus servicios que brindan, tienen establecidas tarifas corporativas desde el inicio de su actividad, especialmente para clientes fijos, debido a ello consideran que sus clientes hacen uso de su establecimiento por un buen servicio y un buen precio. En lo respecta a la publicidad, utilizan principalmente Facebook, a su vez también se encuentran incrementado la difusión de su empresa a través de ByB Booking.com, al inicio de su actividad lo realizaron mediante radio, medios impresos y televisión, como también mediante trípticos que aún conservan pero estos ya no son utilizados para la difusión de su empresa, debido a que hoy en día gracias a la tecnología pueden usar otros medios y por tal razón consideran que la mejor manera es realizarlo mediante las redes sociales.

La hostería mantiene clientes tanto nacionales como extranjeros, pero con mayor frecuencia visitan los fines de semana, clientes oriundos de las ciudades de Cuenca y Loja y por motivos de trabajo reciben a clientes de las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca. Se debe recalcar que los clientes por motivos de trabajo son los que en su mayoría visitan la hostería.

La empresa como tal no brinda capacitaciones constantes a su personal, lo realiza únicamente mediante charlas y estas son expresadas por parte la administradora de acuerdo a sus experiencias vividas. En ocasiones las capacitaciones que brinda son por medio del Ministerio de Turismo en



coordinación con el Municipio del cantón Yantzaza. Se puede concretar también que conservan una excelente comunicación interna de manera directa, tanto con su personal de servicio y personal administrativo, manteniendo de esta manera una relación familiar, debido a que como compañeros de trabajo se ven todos los días y no se debe existir alguna rivalidad sino más bien comprenderse entre todos y por ende conservar un ambiente sano. De igual manera mantienen una buena relación con todos sus proveedores. Cabe recalcar también que como incentivo para sus empleados es el salario que les entregan diariamente, a más de otorgarles algún paseo o algo significativo al finalizar el año.

Es importante mencionar que uno de los problemas de mayor importancia considerados por la administradora de la hostería, tanto en el sector como a nivel provincial, es la falta de personal capacitado en el tema de servicio al cliente y a su vez la falta de personal profesional en el ámbito turístico, lo cual ocasiona dificultades en el desarrollo de su actividad como empresa hotelera.

Menciona también, que la decimotercera y cuarta remuneración de acuerdo al código de trabajo son retribuidas a su personal que tiene afiliado al Seguro Social, mas no al que trabaja de manera eventual, debido a que ellos no cuentan con afiliación al seguro y su remuneración la reciben diariamente.

También se debe mencionar que no lleva un registro de clientes, únicamente mantiene un registro de huéspedes, lo cual no le permite tener conocimiento exacto de la cantidad de clientes que ingresan al establecimiento.

En lo que concierne al menú, cuentan con una carta de aproximadamente treinta platos, en la cual se puede determinar que tienen variedad de productos a ofrecer de lunes a domingo. Entre sus platos típicos ofrecen

ancas de rana y tilapia frita, cabe recalcar que los platos mencionados son los de mayor consumo en la hostería.

La manera de conocer que sus clientes se sienten satisfechos con los servicios recibidos, es mediante el regreso de los mismos, debido a que consideran que si ellos regresan es porque se sienten satisfechos con los servicios que presta su empresa, menciona a su vez que tienen diferentes clientes que regresan por varias ocasiones, así como también manifiestan que los clientes que llegan por primera vez tienen expresiones de admiración al ingresar a la hostería y al salir de la misma dejan su agradecimiento y felicitaciones por su estadía en el establecimiento. En el caso de existir quejas o problemas por parte de los clientes, ellos se dirigen directamente a la administradora de la empresa, quien a su vez busca la forma de solucionar de la mejor manera posible, considerando que, al cliente siempre se le da la razón, ya que él es lo más importante en un negocio.

Los métodos de pago que la empresa recibe son en efectivo, mediante cheques, transferencias bancarias y tarjetas de crédito como, Discover, Diners Club International, MasterCard y Visa.

La administradora determina, que las temporadas altas son los meses de febrero, mayo, agosto, noviembre y diciembre, consideran también que el resto de meses no son temporadas bajas debido a que de igual manera hay la afluencia de clientes y por ende tienen trabajo que realizar.

Referente a la conservación del medio ambiente, como estrategias, consideran el proceso de reciclar la basura orgánica, la cual es utilizada para las plantaciones existentes en las áreas verdes de la hostería, así como también cuentan con pozo de oxidación para los desechos de aguas servidas.

Como concepto sobre calidad del servicio al cliente, considera que es ofrecerle algo novedoso al cliente, con excelentes terminamos, brindar productos saludables y ricos.

#### **6.1.4.2. Entrevista N° 2. Entrevista dirigida al personal de la hostería**

La señora Luz Victoria Guamán Guamán cumple con el cargo de ayudante de cocina, entre sus funciones esta lavar la vajilla y en general realizar las actividades que se ejecutan en el área de cocina.

Con respecto a sus actividades enmendadas, cumple con su trabajo de la mejor manera posible, en cuanto al uniforme, cuenta únicamente con camiseta, delantal y redecilla de cabello, le brindan los materiales necesarios para su trabajo en cocina, tienen previsto para el siguiente año utilizar una indumentaria completa y adecuada. Por el contrario, la empresa no cubre con la afiliación al Seguro Social y su sueldo es remunerado diariamente. En el mes de diciembre reciben un bono o canasta navideña, más su sueldo diario, estos a su vez son considerados como bonificaciones que le brinda la empresa, de igual manera no recibe su decimotercera y cuarta remuneración, debido a que cobran su sueldo diariamente y no cuentan con la afiliación al seguro, de todas maneras, se encuentra satisfecha con el sueldo ya que es de gran ayuda para el sustento de su familia.

Mantiene una buena relación tanto con el personal administrativo y usuarios, de igual manera si existen percances con los clientes principalmente con lo que respecta a la preparación de platos, resuelven de la mejor forma conjuntamente con el chef, también mantiene una excelente comunicación con el resto del personal de servicio. Como ayudante de cocina se encuentra muy bien trabajando en la empresa, en sus tiempos libres dialogan entre compañeros, siempre cumpliendo con todas sus actividades.

Considera como problema que en ocasiones no puede asistir al trabajo, pero con la debida gestión con la administradora de la empresa, tratan de solucionar de la mejor forma, así como también sus ideas para realizar las actividades son aceptadas por parte de la administradora.

Como motivación reciben charlas en un salón del establecimiento, conjuntamente con el resto del personal, en donde explica la administradora como deben trabajar, sobre el uso del uniforme, entre otras cosas, estas charlas por lo general son dadas en épocas de navidad y feriados, las mismas que son consideradas a su vez como capacitaciones ya que con poca frecuencia reciben capacitaciones por personas externas a la empresa, la misma que evalúa el desempeño del personal mediante conversación directa. En cuanto a su horario de trabajo, cumple con lo establecido, existen casos en que la empresa necesita de sus servicios en horario no acordado, pero se encuentra a disposición para continuar con su trabajo.

Considera también que tanto los servicios y productos que ofrece la hostería son de calidad, pero así mismo existen quejas especialmente por parte de los huéspedes debido a que algunas veces les repiten la comida. Consideran también que varios clientes se sienten satisfechos ya que con la administradora dejan sus felicitaciones al personal de cocina.

En cuanto a calidad del servicio al cliente, considera que es entregar una excelente preparación de la comida para que el cliente se sienta satisfecho con el servicio recibido y por ende regrese en alguna otra ocasión.

## 6.1.5. Factores Internos (Fortalezas y Debilidades)

**Cuadro 13 Factores Internos de la hostería (Fortalezas y Debilidades)**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura rustica, que atrae la atención de los clientes.</li> <li>• Ambiente con calidez humana.</li> <li>• Instalaciones confortables y acogedoras.</li> <li>• Variedad de productos y servicios a ofrecer.</li> <li>• Costos accesibles.</li> <li>• Excelente ambiente laboral.</li> <li>• Genera fuentes de empleo para la localidad.</li> <li>• Buena relación calidad/precio.</li> <li>• Propietarios dispuestos a mejorar la calidad de servicio al cliente.</li> <li>• Cumple con el 81,82% de los requisitos que exigen las entidades reguladoras.</li> <li>• Disposición del personal para acudir a capacitaciones para beneficio de la empresa.</li> <li>• Ubicación que permite el fácil acceso y llegada de los visitantes.</li> <li>• Buena gestión de residuos.</li> <li>• Dispone de áreas con facilidades para uso de personas con discapacidad.</li> <li>• Acogida de clientes nacionales y extranjeros.</li> <li>• Dispone de diferentes métodos de pago.</li> <li>• Llegada de visitantes durante todo el año.</li> <li>• Tarifas corporativas para clientes fijos.</li> <li>• Reciente incremento de publicidad en Web Oficial Booking.com y redes sociales como Facebook e Instagram.</li> <li>• Clientes frecuentes de Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja y propios de la localidad, en su mayoría, llegada de clientes por trabajo.</li> <li>• Ofrece comida típica de la zona.</li> <li>• Publicidad virtual de la hostería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de experiencia por parte del personal en el ámbito turístico.</li> <li>• No se aprovechan todas las oportunidades que brindan la tecnología y comunicación.</li> <li>• Insuficientes capacitaciones al personal.</li> <li>• Escasa publicidad para difundir los servicios de la empresa.</li> <li>• Falta de experiencia sobre innovación turística.</li> <li>• No posee una estructura organizacional definida.</li> <li>• Inexistencia de página web oficial de la hostería.</li> <li>• Falta de alianzas estratégicas con otras entidades tanto públicas como privadas.</li> <li>• Inexistencia de un medio de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados.</li> <li>• Falta de nuevas actividades que complementen la oferta.</li> <li>• No cuenta con una base de datos de clientes.</li> <li>• Inexistencia de un manual de funciones para el personal de la hostería.</li> <li>• No dispone del personal necesario en temporadas altas y feriados.</li> <li>• Falta de mantenimiento en el área de juegos infantiles.</li> <li>• El 45,91% de los clientes se encuentran satisfechos con los servicios que brinda la hostería.</li> <li>• Letrero de la hostería deteriorado.</li> </ul>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**6.2. Segundo Objetivo: Evaluar la calidad del servicio al cliente que ofrece la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe**

**6.2.1. Resultados de la encuesta aplicada (Ver anexo N° 5)**

Para determinar el nivel de calidad del servicio que presta la empresa se aplicó el Modelo SERVQUAL basado en un cuestionario de cinco dimensiones (Fiabilidad, Sensibilidad, Seguridad, Empatía y Elementos Tangibles), y de estas surgen 22 ítems. Para establecer la importancia de cada ítem, se maneja una escala de Likert de 1 al 7, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente está en total desacuerdo, y 7 representa el puntaje más alto, es decir, cuando el cliente está muy de acuerdo con la pregunta planteada.

De acuerdo a las necesidades del objeto de estudio, se modificó el cuestionario del modelo SERVQUAL, el mismo que consta con un total de 33 ítems, se maneja la escala de Likert del 1 al 5, en donde, 1 representa muy insatisfecho, 2 insatisfecho, 3 aceptable, 4 satisfecho y 5 muy satisfecho.

**Cuadro 14 Resultados de la aplicación de la encuesta**

Nº	PREGUNTAS	NIVEL DE SATISFACCIÓN					TOTAL %
		MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	ACEPTABLE	SATISFECHO	MUY SATISFECHO	
<b>DIMENSIÓN DE FIABILIDAD</b>							
1	El personal de la hostería cumple a tiempo los servicios prometidos	14%	22%	34%	11%	19%	100%
2	Al momento de necesitar ayuda, se siente en confianza de acudir al personal de la hostería para que se haga cargo	3%	5%	27%	36%	29%	100%

	de su inconveniente.						
3	Los diferentes servicios ofrecidos por la hostería, son brindados excelentemente desde la primera vez.	3%	7%	48%	19%	23%	100%
4	El servicio brindado responde a lo que usted espera.	3%	11%	44%	20%	22%	100%
5	En todo momento, hora y lugar de la hostería, recibe un servicio de calidad.	10%	15%	39%	14%	22%	100%
6	Recomendaría los servicios que le ofrece la hostería.	3%	9%	45%	18%	25%	100%
<b>DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD</b>							
7	Cuando solicita algo al personal de la hostería, le anticipan el tiempo necesario para la prestación del servicio.	3%	5%	49%	24%	19%	100%
8	El personal de la hostería le atiende y ofrece un servicio rápido y oportuno.	15%	23%	30%	13%	19%	100%
9	El personal de la hostería siempre se muestra dispuesto a atenderle y ayudarlo debidamente.	3%	7%	48%	16%	26%	100%

10	El personal de la hostería jamás está demasiado ocupado para atender sus requerimientos.	2%	3%	52%	23%	20%	100%
11	Si se le presenta un problema, existe una persona a su disposición para ayudarlo a resolverlo de forma eficaz.	6%	9%	44%	23%	18%	100%
12	Si requiere de algo especial que no encuentre en la hostería, el personal le ayuda a conseguirlo.	5%	8%	46%	21%	20%	100%
13	El personal de la hostería se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.	18%	21%	33%	12%	16%	100%
<b>DIMENSIÓN DE SEGURIDAD</b>							
14	Confía plenamente en la integridad del personal que trabaja en la hostería.	5%	6%	47%	22%	20%	100%
15	Se siente tranquilo y seguro dentro de la hostería.	1%	2%	23%	26%	48%	100%
16	El personal de la hostería es consistente en la amabilidad y cortesía al momento de atenderle y	2%	4%	52%	19%	23%	100%



	brindarle un servicio.						
17	El personal de servicio esta apto para atender sus requerimientos e inquietudes	2%	1%	55%	19%	23%	100%
18	Se siente seguro de dejar sus pertenencias dentro la habitación.	1%	3%	27%	40%	29%	100%
<b>DIMENSIÓN DE EMPATÍA</b>							
19	El personal de la hostería, le brinda una atención individual y personalizada.	1%	2%	53%	20%	24%	100%
20	El personal de la hostería, se preocupa por sus mejores intereses.	3%	5%	47%	22%	23%	100%
21	El personal de la hostería, atiende y satisface sus deseos y necesidades específicas	4%	12%	43%	19%	22%	100%
22	El personal de la hostería, atiende sus requerimientos en horarios de atención convenientes.	3%	2%	27%	30%	38%	100%
23	El ambiente de la hostería, le hace sentir cómodo.	2%	4%	28%	36%	30%	100%
24	El servicio que usted recibe en la hostería, cumple con todas sus expectativas.	5%	15%	42%	17%	21%	100%
25	El producto y servicio	3%	5%	47%	23%	22%	100%

	que recibe de la hostería, es de su agrado.						
26	El personal de la hostería le brinda un lenguaje claro e idioma adaptado a cada cliente.	14%	22%	30%	15%	19%	100%
<b>DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES</b>							
27	La hostería cuenta con equipos de apariencia moderna (neveras, hornos, dispensadores de bebidas, entre otros).	4%	6%	28%	30%	32%	100%
28	La hostería cuenta con instalaciones físicas atractivas, en buenas condiciones y aptas para brindar un excelente servicio.	1%	2%	54%	17%	26%	100%
29	El personal de la hostería tiene una buena apariencia física (uniformes limpios, aseo personal).	2%	1%	56%	19%	22%	100%
30	Los materiales relacionados con el servicio (tarjetas informativas, afiches, menú, trípticos, entre otros), son útiles, visualmente atractivos y entendibles.	4%	5%	53%	20%	18%	100%

31	La hostería cuenta con las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía.	2%	6%	51%	18%	23%	100%
32	El servicio de alimentos y bebidas que le brinda la hostería, es comida de calidad, menús amplios y de excelente cocina.	3%	1%	27%	38%	31%	100%
33	El personal de servicio utiliza elementos de protección personal adecuados (guantes, cubrebocas, redecillas de cabello, entre otros).	4%	6%	47%	18%	25%	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## 6.2.2. Análisis e interpretación de resultados

Considerando la escala planteada se procedió a agrupar y establecer en 3 rangos, en donde 1 y 2 representa a la parte negativa “No”, 3 representa a un nivel intermedio “En Parte” y; 4 y 5 representa a la parte positiva “Si”, para una mejor interpretación de los datos obtenidos.

El análisis e interpretación de los datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas, corresponden a una muestra de cien clientes, los mismos que serán explicados tanto cuantitativa como cualitativamente y presentados con sus respectivos cuadros y gráficos estadísticos.

El resultado obtenido servirá para determinar el nivel de la calidad del servicio que presta actualmente la hostería Tierra Dorada, y de esta manera conocer las falencias que tiene la empresa y mejorarlas.

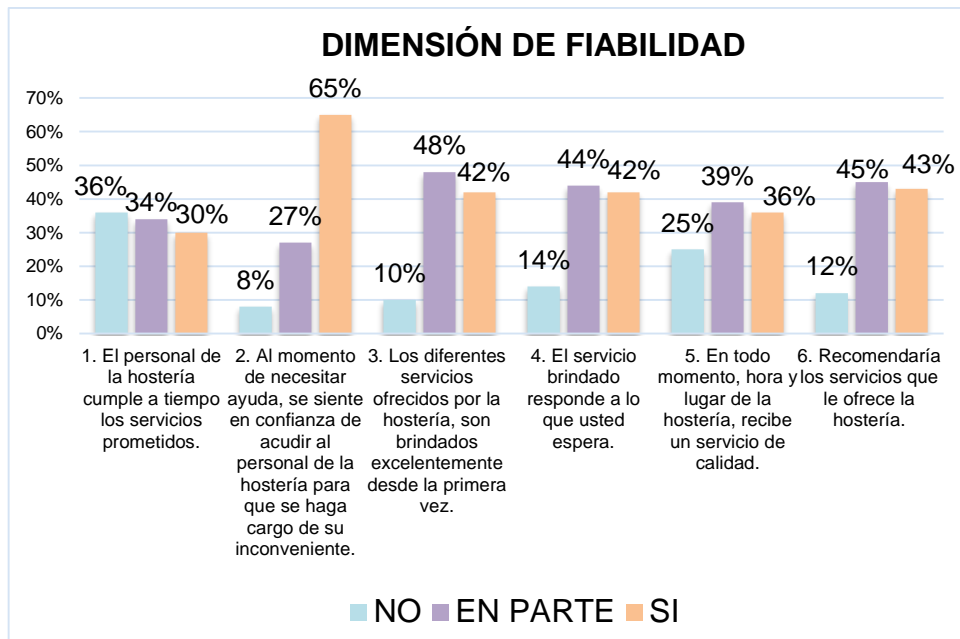
### Dimensión de Fiabilidad

**Cuadro 15** Dimensión de Fiabilidad

Nº	DIMENSIÓN DE FIABILIDAD			
	PREGUNTAS	NO	EN PARTE	SI
1	El personal de la hostería cumple a tiempo los servicios prometidos.	36%	34%	30%
2	Al momento de necesitar ayuda, se siente en confianza de acudir al personal de la hostería para que se haga cargo de su inconveniente.	8%	27%	65%
3	Los diferentes servicios ofrecidos por la hostería, son brindados excelentemente desde la primera vez.	10%	48%	42%
4	El servicio brindado responde a lo que usted espera.	14%	44%	42%
5	En todo momento, hora y lugar de la hostería, recibe un servicio de calidad.	25%	39%	36%
6	Recomendaría los servicios que le ofrece la hostería.	12%	45%	43%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada  
**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 4** Dimensión de Fiabilidad

La figura N°4 hace referencia a la dimensión de fiabilidad, y arrojan los siguientes resultados:

Se puede interpretar que, de las 100 encuestas aplicadas, en el ítem uno, el 36% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto al cumplimiento a tiempo de los servicios prometidos, mientras que el 34% consideran que EN PARTE cumplen y el 30% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “no” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran en un nivel insatisfecho en en cuanto al ítem uno, por tal razón se debe mejorar el cumplimiento a tiempo del servicio, por ende determinar cuáles son las limitantes que impiden brindar un buen servicio.

En el ítem dos, el 8% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la confianza que le brinda el personal para acudir cuando se le presenta un problema, mientras que el 27% consideran que EN PARTE cumplen y el 65% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “si” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que el nivel de satisfacción de los clientes es excelente referente al ítem dos.

En el ítem tres, el 10% de los clientes NO se encuentran satisfechos con los servicios brindados excelentemente desde la primera vez, mientras que el 48% consideran que EN PARTE cumplen y el 42% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem tres, por lo tanto, se debe mejorar la prestación de los servicios desde el principio a todos los clientes.

En el ítem cuatro, el 14% de los clientes NO se encuentran satisfechos con lo que esperan recibir de los servicios, mientras que el 44% consideran que EN PARTE cumplen y el 42% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem cuatro, por lo tanto, se debe mejorar los servicios a ofrecer con la finalidad de que el cliente reciba lo que él espera.

En el ítem cinco, el 25% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto al servicio que recibe, sea de calidad en todo momento, hora y lugar de la hostería, mientras que el 39% consideran que EN PARTE cumplen y el 36% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem cinco, por lo tanto, se debe brindar un servicio de calidad en todo momento, hora y lugar del establecimiento.

En el ítem seis, el 12% de los clientes NO recomendarían los servicios que ofrece la hostería, mientras que el 45% consideran que EN PARTE recomendarían y el 43% evidencian que SI recomendarían los servicios que la hostería presta, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no recomendarían completamente los servicios que brinda la empresa, por lo tanto, estos se deben mejorar con la finalidad de que los usuarios recomienden los servicios a posibles clientes.

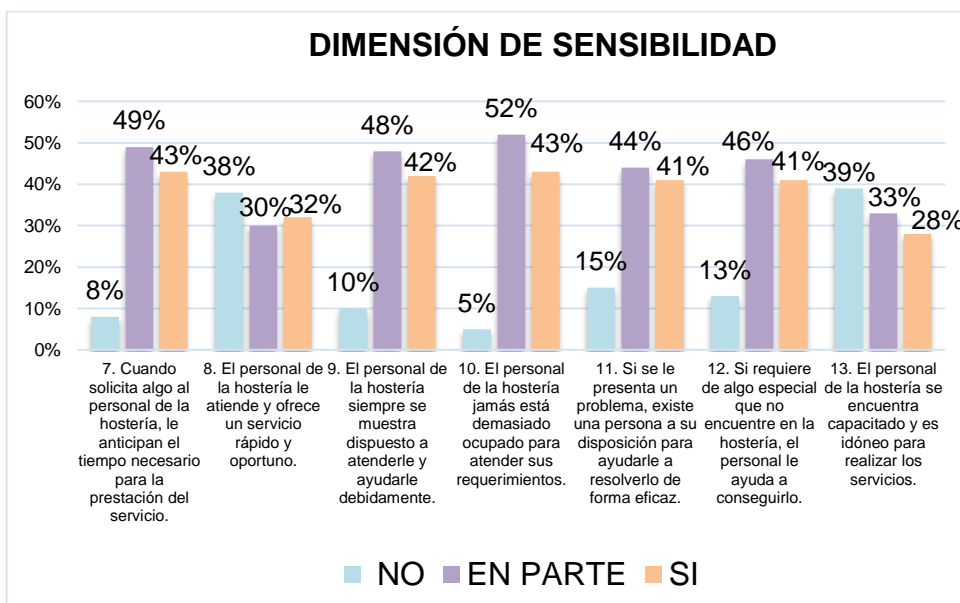
## Dimensión de Sensibilidad

**Cuadro 16** Dimensión de Sensibilidad

Nº	DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD			
	PREGUNTAS	NO	EN PARTE	SI
7	Cuando solicita algo al personal de la hostería, le anticipan el tiempo necesario para la prestación del servicio.	8%	49%	43%
8	El personal de la hostería le atiende y ofrece un servicio rápido y oportuno.	38%	30%	32%
9	El personal de la hostería siempre se muestra dispuesto a atenderle y ayudarlo debidamente.	10%	48%	42%
10	El personal de la hostería jamás está demasiado ocupado para atender sus requerimientos.	5%	52%	43%
11	Si se le presenta un problema, existe una persona a su disposición para ayudarlo a resolverlo de forma eficaz.	15%	44%	41%
12	Si requiere de algo especial que no encuentre en la hostería, el personal le ayuda a conseguirlo.	13%	46%	41%
13	El personal de la hostería se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.	39%	33%	28%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 5** Dimensión de Sensibilidad

La figura N°5 hace referencia a la dimensión de sensibilidad, y arrojan los siguientes resultados:

Se puede interpretar que, de las 100 encuestas aplicadas, en el ítem siete, el 8% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto al tiempo necesario que le anticipan para la prestación del servicio, mientras que el 49% consideran que EN PARTE cumplen y el 43% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem siete, por tal razón se debe mejorar el tiempo de anticipación necesario para el cumplimiento de los servicios a brindar.

En el ítem ocho, el 38% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la atención rápida y oportuna por parte del personal de la hostería, mientras que el 30% consideran que EN PARTE cumplen y el 32% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “no” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran insatisfechos en cuanto al ítem ocho, por lo tanto, se debe mejorar la atención y ofrecer de manera rápida y oportuna los servicios, por ende establecer cuáles son las limitantes para que el servicio sea satisfactorio para el cliente.

En el ítem nueve, el 10% de los clientes NO se encuentran satisfechos con la disposición del personal para atender y ayudarlo debidamente, mientras que el 48% consideran que EN PARTE cumplen y el 42% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem nueve, por lo tanto, el personal de la hostería debe mejorar la atención y ayudar a los clientes como es debido.

En el ítem diez, el 5% de los clientes NO se encuentran satisfechos respecto al personal que jamás está demasiado ocupado para atender sus requerimientos, mientras que el 52% consideran que EN PARTE cumplen y el 43% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem diez,



por lo tanto, el personal de la hostería debe establecer mejor su tiempo y tratar de atender de excelente manera los requerimientos de sus clientes.

En el ítem once, el 15% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la disposición de una persona para ayudarlo a resolver de forma eficaz los problemas que se le presenten, mientras que el 44% consideran que EN PARTE cumplen y el 41% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem once, por lo tanto, la empresa debe contar con una persona capaz de ayudar y resolver los posibles problemas de los clientes de forma eficaz.

En el ítem doce, el 13% de los clientes NO se encuentran satisfechos con la ayuda que le brinda el personal para conseguir algo especial que no encuentre dentro de la hostería, mientras que el 46% consideran que EN PARTE cumplen y el 41% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem doce, por lo tanto, el personal debe mejorar el cumplimiento de las peticiones de los clientes y satisfacer sus necesidades.

En el ítem trece, el 39% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto al conocimiento idóneo del personal para realizar los servicios, mientras que el 33% consideran que EN PARTE cumplen y el 28% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “no” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran en un nivel de insatisfacción en cuanto al ítem trece, por lo tanto, el personal debe mejorar sus conocimientos con el fin de brindar mejor sus servicios y por ende determinar cuáles con las limitantes que impiden brindar un buen servicio al cliente.

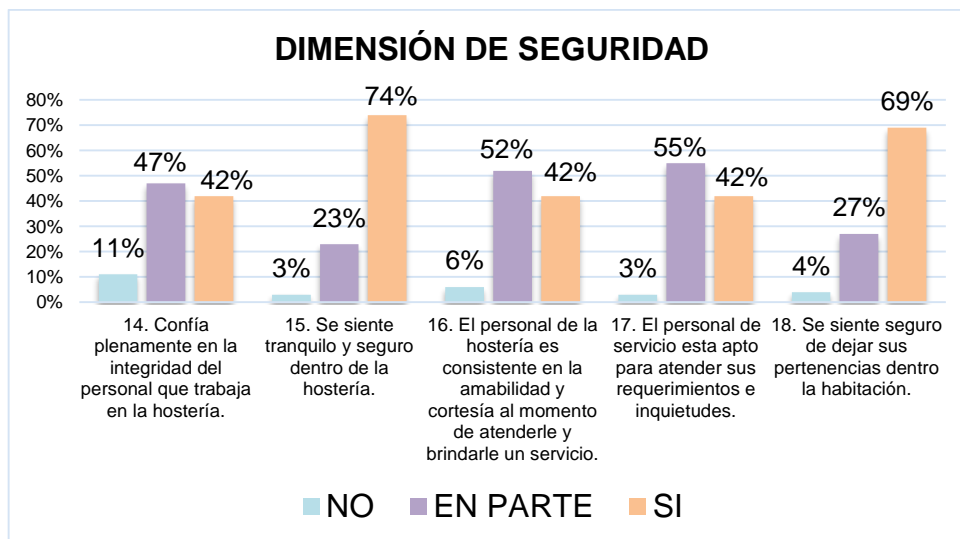
## Dimensión de Seguridad

**Cuadro 17** Dimensión de Seguridad

Nº	DIMENSIÓN DE SEGURIDAD			
	PREGUNTAS	NO	EN PARTE	SI
14	Confía plenamente en la integridad del personal que trabaja en la hostería.	11%	47%	42%
15	Se siente tranquilo y seguro dentro de la hostería.	3%	23%	74%
16	El personal de la hostería es consistente en la amabilidad y cortesía al momento de atenderle y brindarle un servicio.	6%	52%	42%
17	El personal de servicio esta apto para atender sus requerimientos e inquietudes.	3%	55%	42%
18	Se siente seguro de dejar sus pertenencias dentro la habitación.	4%	27%	69%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 6** Dimensión de Seguridad

La figura N°6 hace referencia a la dimensión de seguridad, y arrojan los siguientes resultados:

Se puede interpretar que, de las 100 encuestas aplicadas, en el ítem catorce, el 11% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la integridad del personal, mientras que el 47% consideran que EN PARTE cumplen y el 42% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem

catorce, por lo tanto, el personal debe mejorar en cuanto a la integridad, logrando de esta manera la confianza de sus clientes.

En el ítem quince, el 3% de los clientes NO se sienten tranquilos y seguros dentro de la hostería, mientras que el 23% consideran que EN PARTE cumplen y el 74% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “si” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran satisfechos con la tranquilidad y seguridad que les brindan dentro del establecimiento.

En el ítem dieciséis, el 6% de los clientes NO se encuentran satisfechos con la amabilidad y cortesía por parte del personal al momento de atenderle y brindarle un servicio, mientras que el 52% consideran que EN PARTE cumplen y el 42% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem dieciséis, por lo tanto, el personal debe ser más cortés y amable con los clientes al brindarles sus servicios.

En el ítem diecisiete, el 3% de los clientes NO se encuentran satisfechos con la aptitud del personal para atender sus requerimientos e inquietudes, mientras que el 55% consideran que EN PARTE cumplen y el 42% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem dieciséis, por lo tanto, el personal debe mejorar sus conocimientos y por ende responder eficazmente a las inquietudes y necesidades del cliente.

En el ítem dieciocho, el 4% de los clientes NO se encuentran seguros en dejar sus pertenencias dentro de la habitación, mientras que el 27% consideran que EN PARTE cumplen y el 69% evidencian que, SI están satisfechos con la seguridad, tomando en cuenta que el rango “si” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran

satisfechos con la seguridad que brinda el establecimiento al dejar sus pertenencias dentro de la habitación.

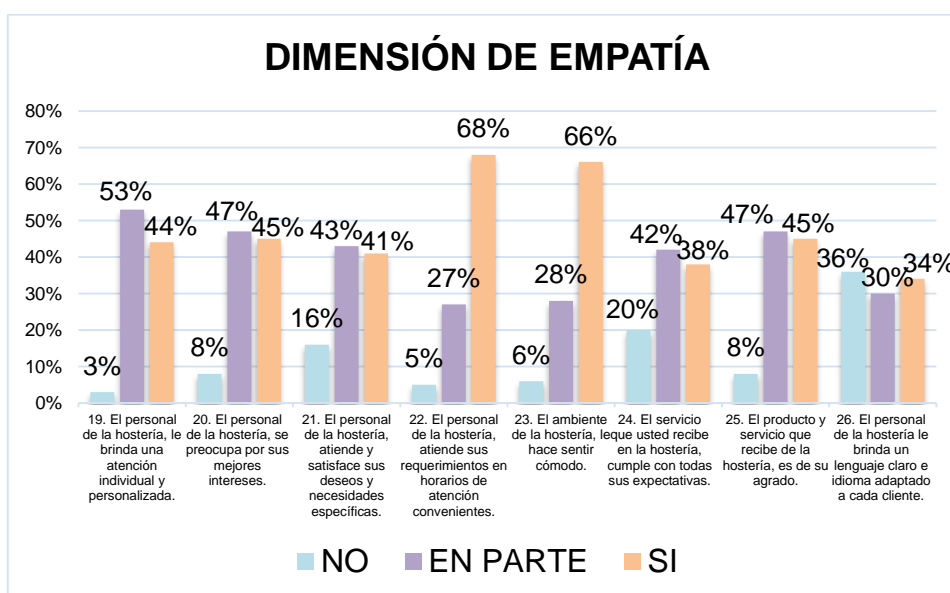
## Dimensión de Empatía

**Cuadro 18** Dimensión de Empatía

Nº	DIMENSIÓN DE EMPATÍA			
	PREGUNTAS	NO	EN PARTE	SI
19	El personal de la hostería, le brinda una atención individual y personalizada.	3%	53%	44%
20	El personal de la hostería, se preocupa por sus mejores intereses.	8%	47%	45%
21	El personal de la hostería, atiende y satisface sus deseos y necesidades específicas.	16%	43%	41%
22	El personal de la hostería, atiende sus requerimientos en horarios de atención convenientes.	5%	27%	68%
23	El ambiente de la hostería, le hace sentir cómodo.	6%	28%	66%
24	El servicio que usted recibe en la hostería, cumple con todas sus expectativas.	20%	42%	38%
25	El producto y servicio que recibe de la hostería, es de su agrado.	8%	47%	45%
26	El personal de la hostería le brinda un lenguaje claro e idioma adaptado a cada cliente.	36%	30%	34%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 7** Dimensión de Empatía

La figura N°7 hace referencia a la dimensión de empatía, y arrojan los siguientes resultados:

Se puede interpretar que, de las 100 encuestas aplicadas, en el ítem diecinueve, el 3% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la atención individual y personalizada por parte del personal, mientras que el 53% consideran que EN PARTE cumplen y el 44% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem diecinueve, por lo tanto, el personal debe brindar una mejor atención al cliente, tanto individual como personalizada.

En el ítem veinte, el 8% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la preocupación de sus intereses por parte del personal, mientras que el 47% consideran que EN PARTE cumplen y el 45% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem veinte, por lo tanto, el personal debe mostrar mayor interés por las necesidades de los clientes.

En el ítem veinte y uno, el 16% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la atención y satisfacción de sus deseos y necesidades específicas, mientras que el 43% consideran que EN PARTE cumplen y el 41% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem veinte y uno, por lo tanto, el personal debe mejorar la atención y por consiguiente satisfacer tanto las necesidades y los deseos de sus clientes.

En el ítem veinte y dos, el 5% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la atención de sus requerimientos en horarios convenientes, mientras que el 27% consideran que EN PARTE cumplen y el 68% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “si”

es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran satisfechos con el horario de atención conveniente para responder a sus requerimientos.

En el ítem veinte y tres, el 6% de los clientes NO se encuentran satisfechos con el ambiente de la hostería, mientras que el 28% consideran que EN PARTE cumplen y el 66% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “si” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran satisfechos con el ambiente que brinda la hostería y por ende se sienten cómodos en las instalaciones de la misma.

En el ítem veinte y cuatro, el 20% de los clientes NO se encuentran satisfechos con el servicio que reciben, mientras que el 42% consideran que EN PARTE cumplen y el 38% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem veinte y cuatro, por lo tanto, se debe mejorar el servicio con el objetivo de cumplir con las expectativas del cliente.

En el ítem veinte y cinco, el 8% de los clientes NO se encuentran satisfechos con el producto y servicio que reciben, mientras que el 47% consideran que EN PARTE cumplen y el 45% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem veinte y cinco, por lo tanto, se debe mejorar tanto los productos y servicios que presta la hostería y por ende obtener una mejor recepción de clientes.

En el ítem veinte y seis, el 36% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto al lenguaje e idioma adaptado por parte del personal, mientras que el 30% consideran que EN PARTE cumplen y el 34% evidencian que, SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “no” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran en un nivel de insatisfacción en cuanto al ítem veinte y seis, por lo tanto, el

personal debe dominar un idioma extranjero de preferencia inglés, mejorar su lenguaje y por ende determinar cuáles son las limitantes que impiden brindar una excelente comunicación con los clientes.

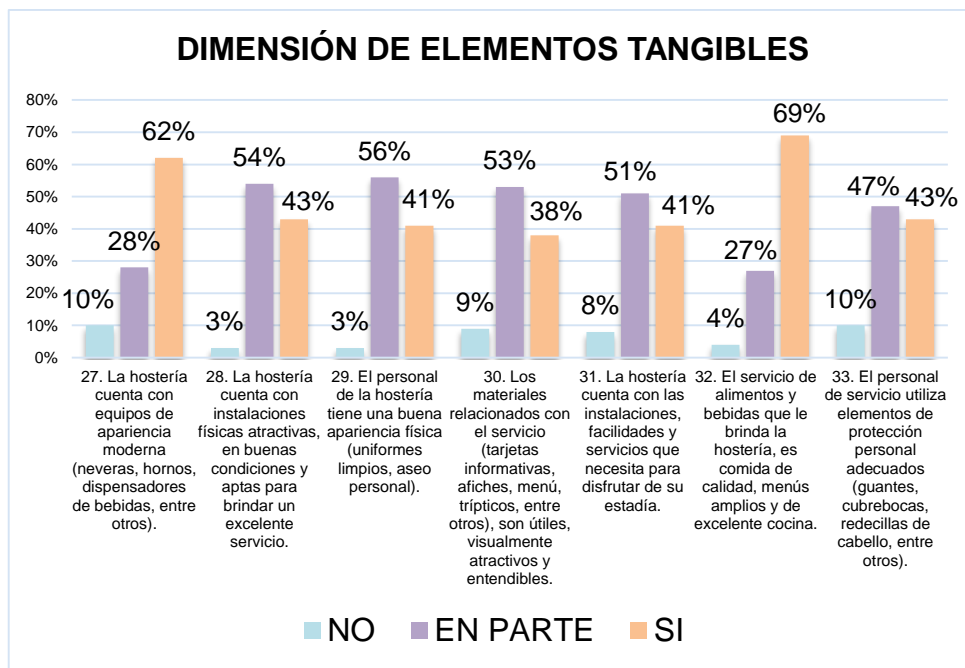
### Dimensión de Elementos Tangibles

**Cuadro 19** Dimensión de Elementos Tangibles

Nº	DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES			
	PREGUNTAS	NO	EN PARTE	SI
27	La hostería cuenta con equipos de apariencia moderna (neveras, hornos, dispensadores de bebidas, entre otros).	10%	28%	62%
28	La hostería cuenta con instalaciones físicas atractivas, en buenas condiciones y aptas para brindar un excelente servicio.	3%	54%	43%
29	El personal de la hostería tiene una buena apariencia física (uniformes limpios, aseo personal).	3%	56%	41%
30	Los materiales relacionados con el servicio (tarjetas informativas, afiches, menú, trípticos, entre otros), son útiles, visualmente atractivos y entendibles.	9%	53%	38%
31	La hostería cuenta con las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía.	8%	51%	41%
32	El servicio de alimentos y bebidas que le brinda la hostería, es comida de calidad, menús amplios y de excelente cocina.	4%	27%	69%
33	El personal de servicio utiliza elementos de protección personal adecuados (guantes, cubrebocas, redecillas de cabello, entre otros).	10%	47%	43%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada  
**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 8** Dimensión de Elementos Tangibles

La figura N°8 hace referencia a la dimensión de elementos tangibles, y arrojan los siguientes resultados:

Se puede interpretar que, de las 100 encuestas aplicadas, en el ítem veinte siete, el 10% de los clientes NO se encuentran satisfechos con los equipos que cuenta la hostería, mientras que el 28% consideran que EN PARTE cumplen y el 62% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “si” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes se encuentran satisfechos con los equipos que posee el establecimientos, considerando que estos son de apariencia moderna.

En el ítem veinte y ocho, el 3% de los clientes NO se encuentran satisfechos con las instalaciones físicas de la hostería, mientras que el 54% consideran que EN PARTE cumplen y el 43% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem veinte y ocho, por lo tanto, se debe mejorar las instalaciones del establecimiento y estar acorde a las necesidades de los clientes, con el objetivo de que este reciba un excelente servicio.



En ítem veinte y nueve, el 3% de los clientes NO se encuentran satisfechos con la apariencia física del personal, mientras que el 56% consideran que EN PARTE cumplen y el 41% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem veinte y nueve, por lo tanto, el personal debe perfeccionar, cuidar y mantener su apariencia física, esto implica sobre todo a uniformes e implementos de trabajo usados por los mismos.

En el ítem treinta, el 9% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a la publicidad que maneja la hostería, mientras que el 53% consideran que EN PARTE cumplen y el 38% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem treinta, por lo tanto, la empresa debe mejorar la difusión de sus servicios a fin de que los clientes conozcan todos lo que el establecimiento presta y por ende existan futuros nuevos clientes.

En el ítem treinta y uno, el 8% de los clientes NO se encuentran satisfechos con las instalaciones, facilidades y servicios que cuenta la hostería, mientras que el 51% consideran que EN PARTE cumplen y el 41% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem treinta y uno, por lo tanto, la empresa debe mejorar los servicios, adecuar las instalaciones y facilidades, con la finalidad que el cliente disfrute de su estadía y cumpla con sus expectativas.

En el ítem treinta y dos, el 4% de los clientes NO se encuentran satisfechos con los alimentos y bebidas que ofrece la hostería, mientras que el 27% consideran que EN PARTE cumplen y el 69% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “si” es el de mayor porcentaje, se puede deducir que los clientes se sienten satisfechos en cuanto al ítem

treinta y dos, por lo tanto, consideran que la hostería dispone de un amplio menú de alimentos de excelente cocina.

Finalizando el análisis de las encuestas aplicadas, se puede establecer que en el ítem treinta y tres, el 10% de los clientes NO se encuentran satisfechos en cuanto a los elementos de protección del personal de la hostería, mientras que el 47% consideran que EN PARTE cumplen y el 43% evidencian que SI están satisfechos, tomando en cuenta que el rango “en parte” es el de mayor porcentaje, se puede concluir que los clientes no se encuentran plenamente satisfechos en cuanto al ítem treinta y tres, por lo tanto, el personal debe mejorar el uso adecuado de los elementos de protección, con la finalidad de que el cliente lleve una buena impresión del servicio y producto que le brinda la empresa.

### 6.2.3. Resultado final de las encuestas aplicadas

**Cuadro 20** Resultado final de las encuestas aplicadas

Nº	PREGUNTAS	NIVEL DE SATISFACCIÓN			TOTAL %
		NO	EN PARTE	SI	
<b>DIMENSIÓN DE FIABILIDAD</b>					
1	El personal de la hostería cumple a tiempo los servicios prometidos.	36%	34%	30%	100%
2	Al momento de necesitar ayuda, se siente en confianza de acudir al personal de la hostería para que se haga cargo de su inconveniente.	8%	27%	65%	100%
3	Los diferentes servicios ofrecidos por la hostería, son brindados excelentemente desde la primera vez.	10%	48%	42%	100%
4	El servicio brindado responde a lo que usted espera.	14%	44%	42%	100%
5	En todo momento, hora y lugar de la hostería, recibe un servicio de calidad.	25%	39%	36%	100%
6	Recomendaría los servicios que le ofrece la hostería.	12%	45%	43%	100%
<b>DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD</b>					
7	Cuando solicita algo al personal de la hostería, le anticipan el tiempo necesario para la prestación del servicio.	8%	49%	43%	100%
8	El personal de la hostería le atiende y ofrece un servicio rápido y oportuno.	38%	30%	32%	100%
9	El personal de la hostería siempre se muestra dispuesto a atenderle y ayudarlo debidamente.	10%	48%	42%	100%
10	El personal de la hostería jamás está demasiado ocupado para atender sus requerimientos.	5%	52%	43%	100%
11	Si se le presenta un problema, existe una persona a su disposición para ayudarlo a resolverlo de forma eficaz.	15%	44%	41%	100%
12	Si requiere de algo especial que no encuentre en la hostería, el personal le ayuda a conseguirlo.	13%	46%	41%	100%
13	El personal de la hostería se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.	39%	33%	28%	100%
<b>DIMENSIÓN DE SEGURIDAD</b>					
14	Confía plenamente en la integridad del personal que trabaja en la hostería.	11%	47%	42%	100%
15	Se siente tranquilo y seguro dentro de la hostería.	3%	23%	74%	100%

16	El personal de la hostería es consistente en la amabilidad y cortesía al momento de atenderle y brindarle un servicio.	6%	52%	42%	100%
17	El personal de servicio esta apto para atender sus requerimientos e inquietudes.	3%	55%	42%	100%
18	Se siente seguro de dejar sus pertenencias dentro la habitación.	4%	27%	69%	100%
<b>DIMENSIÓN DE EMPATÍA</b>					
19	El personal de la hostería, le brinda una atención individual y personalizada.	3%	53%	44%	100%
20	El personal de la hostería, se preocupa por sus mejores intereses.	8%	47%	45%	100%
21	El personal de la hostería, atiende y satisface sus deseos y necesidades específicas.	16%	43%	41%	100%
22	El personal de la hostería, atiende sus requerimientos en horarios de atención convenientes.	5%	27%	68%	100%
23	El ambiente de la hostería, le hace sentir cómodo.	6%	28%	66%	100%
24	El servicio que usted recibe en la hostería, cumple con todas sus expectativas.	20%	42%	38%	100%
25	El producto y servicio que recibe de la hostería, es de su agrado.	8%	47%	45%	100%
26	El personal de la hostería le brinda un lenguaje claro e idioma adaptado a cada cliente.	36%	30%	34%	100%
<b>DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES</b>					
27	La hostería cuenta con equipos de apariencia moderna (neveras, hornos, dispensadores de bebidas, entre otros).	10%	28%	62%	100%
28	La hostería cuenta con instalaciones físicas atractivas, en buenas condiciones y aptas para brindar un excelente servicio.	3%	54%	43%	100%
29	El personal de la hostería tiene una buena apariencia física (uniformes limpios, aseo personal).	3%	56%	41%	100%
30	Los materiales relacionados con el servicio (tarjetas informativas, afiches, menú, trípticos, entre otros), son útiles, visualmente atractivos y entendibles.	9%	53%	38%	100%
31	La hostería cuenta con las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía.	8%	51%	41%	100%

32	El servicio de alimentos y bebidas que le brinda la hostería, es comida de calidad, menús amplios y de excelente cocina.	4%	27%	69%	100%
33	El personal de servicio utiliza elementos de protección personal adecuados (guantes, cubrebocas, redecillas de cabello, entre otros).	10%	47%	43%	100%
<b>TOTAL %</b>		<b>12,39%</b>	<b>41,70%</b>	<b>45,91%</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

#### 6.2.4. Resultado de las falencias encontradas en las encuestas aplicadas

Una vez culminado el análisis e interpretación de resultados, se puede evidenciar que en 12 de los 33 ítems del cuestionario SERVQUAL, existe un nivel de insatisfacción por parte de los clientes, para tal razón, se determinó cuáles son las falencias o limitantes que impiden prestar un servicio de calidad a los usuarios. A continuación, se detalla:

**Cuadro 21** Resultado de las falencias encontradas en las encuestas aplicadas

ÍTEM	PREGUNTA	RANGO	CAUSAS	PORCENTAJE
<b>Fiabilidad</b>				
1	El personal de la hostería cumple a tiempo los servicios prometidos.	NO	- Poco personal en horas determinadas de gran acogida de clientes. - Personal ocupado.	36%
<b>Sensibilidad</b>				
8	El personal de la hostería le atiende y ofrece un servicio rápido y oportuno.	NO	- Escaso personal para atención al cliente, sobre todo en temporadas altas.	38%
10	El personal de la hostería jamás está demasiado ocupado para atender sus requerimientos.	EN PARTE	- Escaso personal para atención al cliente.	52%
13	El personal de la hostería se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.	NO	- Insuficientes capacitaciones, sea por parte de la empresa o entidades externas a ella. - Falta de personal profesional.	39%
<b>Seguridad</b>				
16	El personal de la hostería es consistente en la amabilidad y cortesía al momento de atenderle y brindarle un servicio.	EN PARTE	- Falta de conocimiento en atención al cliente. - Personal poco capacitado.	52%
17	El personal de servicio esta apto para atender sus requerimientos e inquietudes.	EN PARTE	- Escaso de conocimiento tanto en atención cliente como en el ámbito turístico. - Falta de capacitaciones. - Insuficiente personal profesional.	55%
<b>Empatía</b>				

19	El personal de la hostería, le brinda una atención individual y personalizada.	EN PARTE	- Personal ocupado. - Escaso personal para la cantidad de clientes que recibe la hostería, por ende, no brindan una correcta atención al cliente.	53%
26	El personal de la hostería le brinda un lenguaje claro e idioma adaptado a cada cliente.	NO	- Falta del dominio de un idioma extranjero, especialmente inglés. - Inexistencia de capacitaciones para atención a personas con discapacidad.	36%
<b>Elementos Tangibles</b>				
28	La hostería cuenta con instalaciones físicas atractivas, en buenas condiciones y aptas para brindar un excelente servicio.	EN PARTE	- Falta de mantenimiento, sobre todo en el área infantil.	54%
29	El personal de la hostería tiene una buena apariencia física (uniformes limpios, aseo personal).	EN PARTE	- El personal administrativo no cuentan con uniforme general. - El personal de servicio no cuenta con uniforme completo al igual que no utiliza todos los implementos de protección.	56%
30	Los materiales relacionados con el servicio (tarjetas informativas, afiches, menú, trípticos, entre otros), son útiles, visualmente atractivos y entendibles.	EN PARTE	- No dispone de página web oficial. - Cuentan con trípticos, pero estos no son difundidos. - El letrero de la hostería se encuentra deteriorado.	53%
31	La hostería cuenta con las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía.	EN PARTE	- Inexistencia de servicio telefónico para comunicación tanto interna como externa. - No disponen de luces con sensores de movimiento.	51%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de la Hostería Tierra Dorada  
**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## 6.2.5. Factores Externos (Oportunidades y Amenazas)

**Cuadro 22** Factores Externos de la hostería (Oportunidades y Amenazas)

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La ubicación favorece a la preferencia de los visitantes.</li><li>• Mercado potencial creciente para la explotación de nuevos servicios.</li><li>• El paisaje y belleza de los alrededores, logra ser llamativo para la mayoría de los clientes que la visitan.</li><li>• Cercanía que tiene con otras ciudades, lo que le permite ser un punto estratégico para grupos grandes que desean permanecer por pocos días.</li><li>• El entorno es favorable al desarrollo de la actividad turística de la empresa.</li><li>• Aprovechamiento de las festividades tanto del cantón Yantzaza como la provincia de Zamora Chinchipe.</li><li>• Dispone de espacios libres para el incremento de servicios y actividades complementarias.</li><li>• Existencia de nuevas tendencias tecnológicas.</li><li>• Diversidad de atractivos tanto culturales como naturales, dentro del cantón y provincia.</li><li>• Poca competencia en la zona.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entrada de nuevos competidores.</li><li>• Cambio en las necesidades y preferencias de los clientes.</li><li>• Disminución de la demanda.</li><li>• Emprendimientos similares con personal capacitado y profesional.</li><li>• Calidad y tiempos de atención de la competencia.</li><li>• Insatisfacción de los clientes.</li><li>• Delincuencia en la localidad.</li></ul>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## 6.2.6. Matriz FODA

**Cuadro 23 Matriz FODA Completo**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura rustica, que atrae la atención de los clientes.</li> <li>• Ambiente con calidez humana.</li> <li>• Instalaciones confortables y acogedoras.</li> <li>• Variedad de productos y servicios a ofrecer.</li> <li>• Costos accesibles.</li> <li>• Excelente ambiente laboral.</li> <li>• Genera fuentes de empleo para la localidad.</li> <li>• Buena relación calidad/precio.</li> <li>• Propietarios dispuestos a mejorar la calidad de servicio al cliente.</li> <li>• Cumple con el 81,82% de los requisitos que exigen las entidades reguladoras.</li> <li>• Disposición del personal para acudir a capacitaciones para beneficio de la empresa.</li> <li>• Ubicación que permite el fácil acceso y llegada de los visitantes.</li> <li>• Buena gestión de residuos.</li> <li>• Dispone de áreas con facilidades para uso de personas con discapacidad.</li> <li>• Acogida de clientes nacionales y extranjeros.</li> <li>• Dispone de diferentes métodos de pago.</li> <li>• Llegada de visitantes durante todo el año.</li> <li>• Tarifas corporativas para clientes fijos.</li> <li>• Reciente incremento de publicidad en Web Oficial Booking.com y redes sociales como Facebook e Instagram.</li> <li>• Clientes frecuentes de Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja y propios de la localidad, en su mayoría, llegada de clientes por trabajo.</li> <li>• Ofrece comida típica de la zona.</li> <li>• Publicidad virtual de la hostería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La ubicación favorece a la preferencia de los visitantes.</li> <li>• Mercado potencial creciente para la explotación de nuevos servicios.</li> <li>• El paisaje y belleza de los alrededores, logra ser llamativo para la mayoría de los clientes que la visitan.</li> <li>• Cercanía que tiene con otras ciudades, lo que le permite ser un punto estratégico para grupos grandes que desean permanecer por pocos días.</li> <li>• El entorno es favorable al desarrollo de la actividad turística de la empresa.</li> <li>• Aprovechamiento de las festividades tanto del cantón Yantzaza como la provincia de Zamora Chinchipe.</li> <li>• Dispone de espacios libres para el incremento de servicios y actividades complementarias.</li> <li>• Existencia de nuevas tendencias tecnológicas.</li> <li>• Diversidad de atractivos tanto culturales como naturales, dentro del cantón y provincia.</li> <li>• Poca competencia en la zona.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de experiencia por parte del personal en el ámbito turístico.</li> <li>• No se aprovechan todas las oportunidades que brindan la tecnología y comunicación.</li> <li>• Insuficientes capacitaciones al personal.</li> <li>• Escasa publicidad para difundir los servicios de la empresa.</li> <li>• Falta de experiencia sobre innovación turística.</li> <li>• No posee una estructura organizacional definida.</li> <li>• Inexistencia de página web oficial de la hostería.</li> <li>• Falta de alianzas estratégicas con otras entidades tanto públicas como privadas.</li> <li>• Inexistencia de un medio de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados.</li> <li>• Falta de nuevas actividades que complementen la oferta.</li> <li>• No cuenta con una base de datos de clientes.</li> <li>• Inexistencia de un manual de funciones para el personal de la hostería.</li> <li>• No dispone del personal necesario en temporadas altas y feriados.</li> <li>• Falta de mantenimiento en el área de juegos infantiles.</li> <li>• El 45,91% de los clientes se encuentran satisfechos con los servicios que brinda la hostería.</li> <li>• Letrero de la hostería deteriorado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada de nuevos competidores.</li> <li>• Cambio en las necesidades y preferencias de los clientes.</li> <li>• Disminución de la demanda.</li> <li>• Emprendimientos similares con personal capacitado y profesional.</li> <li>• Calidad y tiempos de atención de la competencia.</li> <li>• Insatisfacción de los clientes.</li> <li>• Delincuencia en la localidad.</li> </ul>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## 6.2.7. Matriz de estrategias

**Cuadro 24 Matriz de Estrategias**

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p style="text-align: center;"><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>	<p>F1. Infraestructura rustica, que atrae la atención de los clientes.            F2. Ambiente con calidez humana.            F3. Instalaciones confortables y acogedoras.            F4. Variedad de productos y servicios a ofrecer.            F5. Costos accesibles.            F6. Excelente ambiente laboral.            F7. Genera fuentes de empleo para la localidad.            F8. Buena relación calidad/precio.            F9. Propietarios dispuestos a mejorar la calidad de servicio al cliente.            F10. Cumple con el 81,82% de los requisitos que exigen las entidades reguladoras.            F11. Disposición del personal para acudir a capacitaciones para beneficio de la empresa.            F12. Ubicación que permite el fácil acceso y llegada de los visitantes.            F13. Buena gestión de residuos.            F14. Dispone de áreas con facilidades para uso de personas con discapacidad.            F15. Acogida de clientes nacionales y extranjeros.            F16. Dispone de diferentes métodos de pago.            F17. Llegada de visitantes durante todo el año.            F18. Tarifas corporativas para clientes fijos.            F19. Reciente incremento de publicidad en Web Oficial Booking.com y redes sociales como Facebook e Instagram.            F20. Clientes frecuentes de Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja y propios de la localidad, en su mayoría, llegada de clientes por trabajo.            F21. Ofrece comida típica de la zona.            F22. Publicidad virtual de la hostería.</p>	<p>D1. Falta de experiencia por parte del personal en el ámbito turístico.            D2. No se aprovechan todas las oportunidades que brindan la tecnología y comunicación.            D3. Insuficientes capacitaciones al personal.            D4. Escasa publicidad para difundir los servicios de la empresa.            D5. Falta de experiencia sobre innovación turística.            D6. No posee una estructura organizacional definida.            D7. Inexistencia de página web oficial de la hostería.            D8. Falta de alianzas estratégicas con otras entidades tanto públicas como privadas.            D9. Inexistencia de un medio de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados.            D10. Falta de nuevas actividades que complementen la oferta.            D11. No cuenta con una base de datos de clientes.            D12. Inexistencia de un manual de funciones para el personal de la hostería.            D13. No dispone del personal necesario en temporadas altas y feriados.            D14. Falta de mantenimiento en el área de juegos infantiles.            D15. El 45,91% de los clientes se encuentran satisfechos con los servicios que brinda la hostería.            D16. Letrero de la hostería deteriorado.</p>
	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (FO)</b></p>

<p>O1. La ubicación favorece a la preferencia de los visitantes.  O2. Mercado potencial creciente para la explotación de nuevos servicios.  O3. El paisaje y belleza de los alrededores, logra ser llamativo para la mayoría de los clientes que la visitan.  O4. Cercanía que tiene con otras ciudades, lo que le permite ser un punto estratégico para grupos grandes que desean permanecer por pocos días.  O5. El entorno es favorable al desarrollo de la actividad turística de la empresa.  O6. Aprovechamiento de las festividades tanto del cantón Yantzaza como la provincia de Zamora Chinchipe.  O7. Dispone de espacios libres para el incremento de servicios y actividades complementarias.  O8. Existencia de nuevas tendencias tecnológicas.  O9. Diversidad de atractivos tanto culturales como naturales, dentro del cantón y provincia.  O10. Poca competencia en la zona.</p>	<p>F4, F7, F9, F12, F15, F17, F20, O1, O2, O3, O4, O5, O7, O10. Expandir la hostería, principalmente hospedaje.</p>	<p>D1, D3, D5, D13, D15, D16, O2, O4. Contratar personal profesional en el ámbito turístico.  D2, D4, D5, D7, D16, O1, O2, O4, O8. Implementar un plan de publicidad.  D2, D4, D5, D7, D16, O1, O2, O4, O8. Diseñar una página web para difusión de los servicios que ofrece la hostería.  D2, D9, D10, D15, O4, O8. Implementar un calificador de servicio.  D5, D10, O1, O2, O3, O4, O5, O7, O10. Establecer nuevos servicios y actividades que complementen la oferta.  D2, D11, O2, O3, O4, O8. Implementar una base de datos digital.  D13, D15, O1, O3 O4. Elaborar un plan de contrato adicional de personal eventual en temporadas de mayor afluencia.  D14, D15, D16, O1, O3, O4. Realizar mantenimiento o adecuar correctamente tanto el área infantil como el letrero de la hostería.  D15, O1, O3, O4. Rediseñar el uniforme del personal de la hostería e implementar elementos de protección para el personal de servicio.  D2, D15, O2, O4, O8. Implementar servicio telefónico en todas las habitaciones de la hostería.</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b>
<p>A1. Entrada de nuevos competidores.  A2. Cambio en las necesidades y preferencias de los clientes.  A3. Disminución de la demanda.  A4. Emprendimientos similares con personal capacitado y profesional.  A5. Calidad y tiempos de atención de la competencia.  A6. Insatisfacción de los clientes.</p>		<p>D1, D3, D5, D15, A1, A2, A3, A4, A5, A6. Elaborar un plan de capacitación para el personal de la hostería.  D6, A1, A4. Establecer la estructura organizacional de la hostería.  D3, D8, A1, A3, A4, A5, A7. Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.  D3, D9, D10, D15, A1, A3, A4, A5, A6. Adecuar el funcionamiento de la hostería de acuerdo al reglamento de las entidades reguladoras.  D12, D13, D15, A1, A3, A5, A6. Establecer las funciones internas del personal de la hostería.</p>

A7. Delincuencia en la localidad.		
-----------------------------------	--	--

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3. Tercer Objetivo: Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe

**Cuadro 25** Resumen de Matriz de Estrategias

Estrategias de la Matriz FODA Cruzada	Objetivos Estratégicos para elaborar propuestas	Objetivos Estratégicos para recomendaciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Expandir la hostería, principalmente hospedaje.</li> <li>Contratar personal profesional en el ámbito turístico.</li> <li>Implementar un plan de publicidad.</li> <li>Diseñar una página web para difusión de los servicios que ofrece la hostería.</li> <li>Implementar un calificador de servicio.</li> <li>Establecer nuevos servicios y actividades que complementen la oferta.</li> <li>Implementar una base de datos digital.</li> <li>Elaborar un plan de contrato adicional de personal eventual en temporadas de mayor afluencia.</li> <li>Realizar mantenimiento o adecuar correctamente tanto el área infantil como el letrero de la hostería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un plan de publicidad.</li> <li>Implementar un calificador de servicio.</li> <li>Elaborar un plan de contrato adicional de personal eventual en temporadas de mayor afluencia.</li> <li>Implementar servicio telefónico en todas las habitaciones de la hostería.</li> <li>Elaborar un plan de capacitación para el personal de la hostería.</li> <li>Establecer la estructura organizacional de la hostería.</li> <li>Establecer las funciones internas del personal de la hostería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expandir la hostería, principalmente hospedaje.</li> <li>Contratar personal profesional en el ámbito turístico.</li> <li>Diseñar una página web para difusión de los servicios que ofrece la hostería.</li> <li>Establecer nuevos servicios y actividades que complementen la oferta.</li> <li>Implementar una base de datos digital.</li> <li>Realizar mantenimiento o adecuar correctamente tanto el área infantil como el letrero de la hostería.</li> <li>Rediseñar el uniforme del personal de la hostería e implementar elementos de protección para el personal de servicio.</li> <li>Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rediseñar el uniforme del personal de la hostería e implementar elementos de protección para el personal de servicio.</li> <li>• Implementar servicio telefónico en todas las habitaciones de la hostería.</li> <li>• Elaborar un plan de capacitación para el personal de la hostería.</li> <li>• Establecer la estructura organizacional de la hostería.</li> <li>• Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.</li> <li>• Adecuar el funcionamiento de la hostería de acuerdo al reglamento de las entidades reguladoras.</li> <li>• Establecer las funciones internas del personal de la hostería.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuar el funcionamiento de la hostería de acuerdo al reglamento de las entidades reguladoras.</li> </ul>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.1. Primer Objetivo Estratégico: Implementar un plan de publicidad.

**Cuadro 26** Primer Objetivo Estratégico


<b>ESTRATEGIA SUGERIDA</b>	Implementar un plan de publicidad.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<p>El plan de publicidad se realizará mediante tres medios de difusión.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Publicidad en radio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Texto narrado.</li> <li>* Música de fondo.</li> <li>* Locutor.</li> <li>* Horario.</li> <li>* Duración de grabación de la cuña.</li> <li>* Frecuencia.</li> <li>* Período y cantidad de anuncios.</li> <li>* Grabación de la cuña radial.</li> </ul> </li> <li>- <b>Publicidad a través de tarjetas de presentación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Datos generales de la hostería.</li> <li>* Material.</li> <li>* Tamaño.</li> <li>* Color.</li> <li>* Diseño.</li> </ul> </li> <li>- <b>Publicidad a través de souvenirs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Nombre del souvenir.</li> <li>* Contenido.</li> <li>* Material.</li> <li>* Color.</li> <li>* Diseño.</li> </ul> </li> </ul>
<b>POLÍTICAS</b>	Promover la imagen de la hostería y obtener mayor acogida de clientes a través de publicidad mediante los diferentes medios de difusión.
<b>VALORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Honestidad.</li> <li>- Responsabilidad.</li> <li>- Compromiso.</li> <li>- Seguridad.</li> </ul>
<b>INDICADORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicidad en radio Grabación de cuña radial que se transmitirá por las estaciones de radio de mayor sintonía a nivel local y provincial.</li> <li>- Publicidad en tarjetas de presentación Cantidad de tarjetas de presentación con los datos generales y servicios que brinda la hostería.</li> <li>- Publicidad a través de souvenirs Modelo y cantidad de souvenirs con el logotipo y servicios que presta la hostería.</li> </ul>
<b>METAS</b>	Luego de 6 meses de haber presentado el trabajo de investigación, la hostería dispone de publicidad mediante los medios de difusión, esperando un incremento del 50% de clientes.

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.1.1. Desarrollo de la propuesta del Primer Objetivo Estratégico (Publicidad Radial)

**Cuadro 27** Desarrollo de la publicidad radial

Texto Narrado	Música de fondo	Locutor	Horario	Duración de grabación de la cuña	Frecuencia	Periodo y cantidad de anuncios	Grabación de la cuña radial
<p>“Disfrute el placer de la naturaleza”                      Hostería Tierra Dorada                      Le ofrece:                      Alojamiento en habitaciones confortables, cabañas, restaurant, bar-cafetería, piscina para niños y adultos, turco, sauna, hidromasaje, canopy, paintball, áreas deportivas como gimnasio y cancha de boly, área de juegos infantiles, billar, Wi-fi y parqueadero gratuito, además ofrece caminatas por senderos y avistamiento de aves.                      Nuestras instalaciones acogen a eventos sociales, en un cálido ambiente rodeado de naturaleza, combinado con calidad y atención de nuestro personal, precios cómodos y facilidades de pago.                      Hostería Tierra Dorada                      “Relájese en un ambiente acogedor”                      Estamos ubicados en la ciudad de Yantzaza en el Barrio Vista Hermosa, Av. Rafael Pullaguari, Km 1,5 Vía a Los Hachos, junto al Puente del Amor                      Teléfonos:                      3038152                      0997500294-0985073458</p>	Música ambiental para publicidad.	Voz suave y agradable que narre los servicios que ofrece la hostería.	En el horario de mayor sintonía	Un minuto y cuatro segundos.	Radio Romántico a 95.7 FM Yantzaza	Enero y Febrero  2 pasadas diarias de lunes a viernes (80 pasadas por los meses mencionados)	
					Radio Integración 104.1 FM Zamora	Febrero, Julio, Agosto, Octubre y Diciembre  6 pasadas diarias de lunes a viernes (600 pasadas por los meses mencionados)	
					Radio Sociedad 99.3 FM Loja	Febrero, Julio, Noviembre y Diciembre  6 pasadas diarias de lunes a viernes (480 pasadas por los meses mencionados)	

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 28 Presupuesto Radio Romántica

Presupuesto de la publicidad radial en Radio Romántica Yantzaza				
<b>Financiamiento</b>	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
<b>Presupuesto</b>	<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
	Grabación de cuña radial	1	\$60.00	\$60.00
	Anuncios Nota: Paquete mensual de seis anuncios diarios de lunes a viernes por el valor de \$100+IVA si se anuncia a partir de 6 meses,	80 anuncios durante dos meses	\$3.00	\$240.00
<b>TOTAL</b>				\$300.00 sin IVA

**Fuente:** Radio Romántica

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 29 Presupuesto Radio Integración

Presupuesto de la publicidad radial en Radio Integración Zamora				
<b>Financiamiento</b>	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
<b>Presupuesto</b>	<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
	Grabación de cuña radial	1	\$40.00	\$40.00
	Paquete mensual de seis anuncios diarios de lunes a viernes	600 anuncios durante cinco meses	\$80.00 +IVA (Paquete mensual de 6 pasadas diarias)	\$400.00
<b>TOTAL</b>				\$440.00 + IVA

**Fuente:** Radio Integración

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 30 Presupuesto Radio Sociedad

Presupuesto de la publicidad radial en Radio Sociedad Loja				
<b>Financiamiento</b>	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
<b>Presupuesto</b>	<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
	Grabación de cuña radial	1	\$30.00	\$30.00
	Paquete mensual de seis anuncios diarios de lunes a viernes	480 anuncios durante cuatro meses	\$132.00 sin IVA (Paquete mensual de 6 pasadas diarias)	\$528.00
<b>TOTAL</b>				\$558.00 sin IVA

**Fuente:** Radio Sociedad

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



### 6.3.1.2. Desarrollo de la propuesta del Primer Objetivo Estratégico (Tarjeta de presentación)

**Cuadro 31** Desarrollo de la publicidad en tarjetas de presentación

Datos Generales	Material	Tamaño	Color	Diseño
<p>Anverso de la tarjeta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de la empresa.</li> <li>- Logotipo.</li> <li>- Información de contacto (dirección, teléfono, correo electrónico y redes sociales).</li> </ul> <p>Reverso de la tarjeta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios que ofrece la hosteria.</li> <li>- Logotipo.</li> <li>- Fotografías.</li> </ul>	Papel couche con laminado mate.	8.5 cm de largo x 5.5 cm de ancho.	Conche vino, blanco, celeste y gris.	<p>Anverso de la tarjeta</p>  <p>Reverso de la tarjeta</p> 

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 32 Presupuesto de tarjetas de presentación




Presupuesto de tarjetas de presentación				
<b>Financiamiento</b>	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
<b>Presupuesto</b>	<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
	Diseño de tarjeta de presentación	1	\$15.00	\$15.00
	Impresión de tarjeta de presentación	1000	-----	\$60.00
<b>TOTAL</b>				\$75.00


**Fuente:** Barricada Agencia Publicitaria

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.1.3. Desarrollo de la propuesta del Primer Objetivo Estratégico (Souvenirs)

**Cuadro 33** Desarrollo de la publicidad en souvenirs

Nombre del souvenir	Importancia	Contenido	Material	Color	Diseño	
Bolso	Bolsas ecológicas con la finalidad de mantener el medio ambiente, útiles por su textura resistente que garantizan una durabilidad a largo plazo. Cada vez son más las personas que las eligen como complemento para ir de compras, a trabajar, para salir a disfrutar del tiempo libre o a su vez conservan como recuerdo del lugar visitado.	<p>Anverso del bolso - Logotipo.</p> <p>Reverso del bolso - Servicios que ofrece la hostería. - Logotipo. - Información de contacto (dirección, teléfono, correo electrónico y redes sociales).</p>	Tela	Beige	<p>Anverso del bolso</p> 	<p>Reverso del bolso</p> 
Taza	Igualmente, por su utilidad, debido a que sirve al cliente para mantener en su trabajo o llevar a su hogar, enfocadas principalmente para entregar como obsequio a sus clientes más fieles, con el fin de promocionar a la hostería y a su vez lleven como recuerdo del establecimiento.	Logotipo de la empresa por ambos lados de la tasa.	Porcelana	Blanco		

Esfero	Los bolígrafos son excelentes portadores de publicidad debido a que crean una relación estrecha entre el usuario, la marca y el mensaje, beneficiando a la empresa. Hoy en día los bolígrafos publicitarios son un elemento más común y uno de los artículos corporativos más demandados y personalizados por las empresas, así como más valorados por los usuarios y con mayor recorrido en cuanto a difusión de marca al viajar tan fácilmente de mano en mano.	Nombre de la hostería	Bambú	Beige	
--------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------	-------	-------	-------------------------------------------------------------------------------------

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 34** Presupuesto de souvenirs

Presupuesto de souvenirs				
Financiamiento	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
Presupuesto	Elemento	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
	Diseños			
	* Bolso	1	\$10.00	\$20.00
	* Taza	1	\$5.00	
	* Esfero	1	\$5.00	
	Bolso	50	\$3.50	\$175.00
	Taza	50	\$2.50	\$125.00
Esfero	100	\$1.00	\$100.00	
<b>TOTAL</b>				<b>\$420.00</b>

**Fuente:** Barricada Agencia Publicitaria

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**6.3.2. Segundo Objetivo Estratégico:** Implementar un calificador de servicio.

**Cuadro 35** Segundo Objetivo Estratégico

<b>ESTRATEGIA SUGERIDA</b>	Implementar un calificador de servicio.
	<p><b>Dispositivo Calificador de Servicio Opción A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4 Niveles de calificación: Malo, Regular, Bueno y Excelente.</li> <li>- Calificador con botones touch.</li> <li>- Color negro.</li> <li>- Un Led que se activa al momento de calificar y permite confirmar que la calificación dada fue validada</li> <li>- Contiene CD de instalación.</li> <li>- Software que permite obtener las estadísticas de las calificaciones.             <ul style="list-style-type: none"> <li>* Número de calificaciones diarias, semanales, mensuales.</li> <li>* Número de calificaciones por nivel diarias, semanales, mensuales.</li> <li>* Número de calificaciones por segmentos de días y horas y por nivel de calificación.</li> </ul> </li> <li>- Acceso al software con nombre de usuario y contraseña.</li> <li>- Transferencia de datos del dispositivo al computador vía usb.</li> <li>- Exportación de los reportes en formato pdf y Excel.</li> <li>- Alimentación de energía vía usb.</li> <li>- Dimensiones: Largo: 9 cm, Ancho: 8,5 cm, Alto: 5,5 cm. (Magiturno)</li> </ul> <p><b>Dispositivo Calificador de Servicio Opción B</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calificador en forma de atril.</li> <li>- Medidas: 1,45 m x 55 cms aprox.</li> <li>- Medidas botones de dispensación: 3 cm.</li> <li>- 4 Botones personalizados de dispensación de alta resistencia.</li> <li>- Peso: 20 Kilos.</li> <li>- Color blanco.</li> <li>- Comunicación cableada o inalámbrica al servidor.</li> <li>- Alimentación 110 a 240 Vac/50 a 60 Hz.</li> <li>- Consumo máximo 220 V/12 A.</li> </ul>

<p><b>CARACTERÍSTICAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pantalla táctil a color de 7 pulgadas, diseñada para uso constante.</li> <li>- Fabricado en lamina de acero con acabado industrial y duradero.</li> <li>- Interfaz amigable con el usuario final de fácil manejo.</li> <li>- Permite configurar varias preguntas para calificar otros aspectos de la atención o encuestas de satisfacción.</li> <li>- Sistema de seguridad para recibir una sola calificación por cliente.</li> <li>- Sistema de alta durabilidad, ya que no sufre ningún desgaste mecánico al presionar la calificación.</li> <li>- Sistema personalizado de la imagen corporativa de la empresa.</li> <li>- EL software del supervisor genera tablas en Excel con datos estadísticos, gráficos, promedios, etc.</li> <li>- Pintura en polvo electrostática, que garantiza la durabilidad y resistencia a los golpes.</li> <li>- Permite configurar aspectos importantes en el diseño, como bienvenida, servicio y ubicación.</li> <li>- Suministra la configuración y programación de los botones virtuales en la pantalla</li> <li>- Acceso al software con nombre de usuario y clave.</li> <li>- El acceso al sistema deberá hacerse vía web, es decir a través de un navegador convencional como google Chrome, internet explorer o mozilla.</li> <li>- Transferencia de datos del dispositivo al computador vía usb.</li> <li>- Exportación de los reportes en formato pdf, Excel y word.</li> <li>- Transferencia de calificaciones a una plataforma web previamente instalada.</li> <li>- Acceso a historiales completos de datos.</li> <li>- Reportes de calificación configurables diarios, semanales, mensuales y anuales.</li> </ul> <p>Nota: Los calificadores basados en software permiten una mayor flexibilidad, ya que brindan un número mayor de prestaciones. Por ejemplo: el número de botones, las etiquetas y el aspecto estético pueden ser configurados a gusto del cliente. Adicionalmente, brindan la posibilidad de crecimiento a futuro, ya que se pueden agregar módulos adicionales como publicidad y encuestas. Los calificadores basados en hardware poseen algunas desventajas ya que la escala de botones y etiquetas son fijas. Además, es mucho más complicado realizar cambios a la estética de los mismos.</p> <p>(Magiturno)</p>
-------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>POLÍTICAS</b>	El calificador permitirá recolectar calificaciones a través de una escala simple para conocer el grado de satisfacción que tiene el cliente en cuanto al servicio que brinda de la hostería y evaluar la atención que el personal presta a los clientes.
<b>VALORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidad.</li> <li>- Compromiso.</li> <li>- Honestidad.</li> </ul>
<b>INDICADORES</b>	Contar con un dispositivo para calificar la satisfacción del cliente e ir mejorando la prestación de los servicios que ofrece la hostería.
<b>METAS</b>	Luego de 2 meses de haber presentado el trabajo de investigación, la hostería cuenta con un calificador de servicios, que permita evaluar la satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados por la hostería y por ende mejorar la atención a los clientes, tomando las mejores decisiones para incrementar la buena atención.

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.2.1. Desarrollo de la propuesta del Segundo Objetivo Estratégico.



**Fuente:** Magiturno

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 9** Modelo del Calificador de servicio Opción A

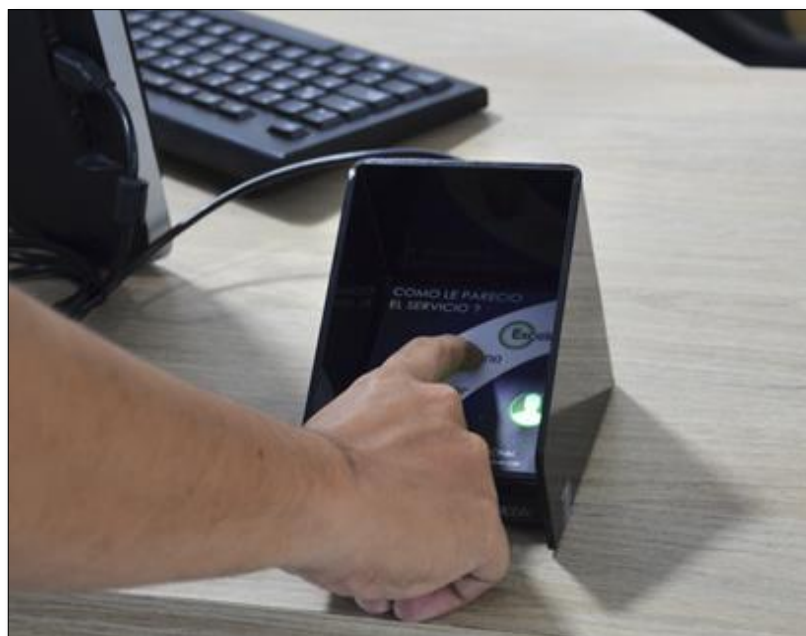




Fuente: Magiturno

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

Figura 10 Características del calificador de servicio Opción A



Fuente: Magiturno

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

Figura 11 Ubicación del calificador de servicio Opción A



Fuente: Magiturno

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

Figura 12 Modelo del calificador de servicio Opción B



Fuente: Magiturno

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

Figura 13 Características del calificador de servicio Opción B



Fuente: Magiturno

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 14** Ubicación del calificador de servicio Opción B

**Cuadro 36** Presupuesto de los calificadores de servicio

Presupuesto de calificadores de servicio				
<b>Financiamiento</b>	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
<b>Presupuesto</b>	<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
	Dispositivo (Opción A)	1	\$100.00	\$100.00
	Dispositivo (Opción B)	1	\$300.00	\$300.00
<b>TOTAL</b>				\$400.00 sin IVA

Fuente: Magiturno

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

**6.3.3. Tercer Objetivo Estratégico:** Elaborar un plan de contrato de personal eventual en temporadas de mayor afluencia.

**Cuadro 37 Tercer Objetivo Estratégico**

<b>Estrategia Sugerida</b>	Elaborar un plan de contrato de personal eventual en temporadas de mayor afluencia.
<b>Características</b>	* Función del personal. * Cantidad de personal. * Horarios. * Épocas. * Meses. * Periodo.
<b>Política</b>	Mejorar los tiempos de servicio, que este sea más rápido, eficaz y de excelente calidad.
<b>Valores</b>	- Amabilidad. - Honestidad. - Respeto. - Puntualidad.
<b>Indicadores</b>	Cantidad de personal eventual contratado para temporadas de mayor demanda.
<b>Metas</b>	Luego de 3 meses de haber presentado el trabajo de investigación, la hostería cuenta con personal eventual en temporadas altas, con los cuales mejora la atención en tiempos de servicio, siendo este más rápido, oportuno y eficiente.

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.3.1. Desarrollo de la propuesta del Tercer Objetivo Estratégico.

**Cuadro 38 Desarrollo del plan de contrato de personal eventual**

<b>Función del personal</b>	<b>Cantidad de personal</b>	<b>Horarios</b>	<b>Épocas</b>	<b>Meses</b>	<b>Periodo</b>
Mesero	1	11h00 - 15h00 y 17h00 - 21h00	Temporadas altas y feriados	Febrero Agosto Noviembre Diciembre	Mensual
Ayudante de cocina	1	07h00 - 15h00			

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 39** Presupuesto del contrato eventual de personal

Presupuesto de contrato eventual de personal					
Financiamiento	Lo realizara la hostería en su totalidad.				
Presupuesto	Personal	Cantidad	Valor Unitario por día	Valor Unitario por mes	Valor Total
	Mesero	1 durante cuatro meses	\$18.50	\$370.00	\$1,480.00
	Ayudante de cocina	1 durante cuatro meses	\$19.81	\$396.29	\$1,585.16
<b>TOTAL</b>					\$3,065.16

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**6.3.4. Cuarto Objetivo Estratégico:** Implementar servicio telefónico en todas las habitaciones de la hostería.

**Cuadro 40** Cuarto Objetivo Estratégico

<b>Estrategia Sugerida</b>	Implementar servicio telefónico en todas las habitaciones de la hostería.
<b>Características</b>	- Marca Panasonic. - Color conchevino. - Teléfono alámbrico.
<b>Política</b>	Prestar servicio de comunicación tanto en el interior como exterior de la hostería.
<b>Valores</b>	- Confianza. - Excelencia. - Compromiso. - Empatía.
<b>Indicadores</b>	Cantidad de teléfonos instalados en las habitaciones de la hostería.
<b>Metas</b>	Luego de 6 meses de haber presentado el trabajo de investigación, las habitaciones de la hostería disponen de servicio telefónico para comunicación interna y externa.

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.4.1. Desarrollo de la propuesta del Cuarto Objetivo Estratégico



Fuente: Mega Electronics

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

**Figura 15** Modelo de teléfono Panasonic

**Cuadro 41** Presupuesto de servicio telefónico

Presupuesto de servicio telefónico					
Financiamiento	Lo realizara la hostería en su totalidad.				
Presupuesto	Elemento	Cantidad	Valor Unitario sin IVA	Valor Total	
	Central telefónica Panasonic	1	\$369.00	\$369.00	
	Teléfono operador Panasonic	1	\$129.00	\$129.00	
	Tarjeta expansora de líneas	1	\$120.00	\$120.00	
	Teléfono Panasonic alámbrico conchevino	24	\$18.00	\$432.00	
	Programación y configuración de equipos	1	\$80.00	\$80.00	
	Cableado de equipos	24	\$15.00	\$360.00	
				Subtotal	\$1490.00
				IVA 12%	\$178.80
<b>TOTAL</b>				\$1668.80 + IVA	

Fuente: Mega Electronics

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

**6.3.5. Quinto Objetivo Estratégico:** Elaborar un plan de capacitación para el personal de la hostería.

**Cuadro 42** Quinto Objetivo Estratégico

<b>Estrategia Sugerida</b>	Elaborar un plan de capacitación para el personal de la hostería.
<b>Características</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temática a tratar.</li> <li>- A que empleados va dirigido.</li> <li>- Forma teórica o práctica.</li> <li>- Horario.</li> <li>- Tiempo y duración.</li> <li>- Meses.</li> <li>- Lugar.</li> <li>- Convenios con entidades.</li> <li>- Conferencista.</li> <li>- Precio por capacitación.</li> </ul>
<b>Política</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitaciones dirigidas al personal de la hostería para garantizar el excelente servicio a los clientes.</li> <li>- Evaluar constantemente para comprobar si se obtiene resultados positivos.</li> </ul>
<b>Valores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidad laboral.</li> <li>- Valoración al personal de la empresa.</li> <li>- Respeto e igualdad.</li> <li>- Compromiso.</li> <li>- Puntualidad.</li> </ul>
<b>Indicadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero de temáticas a exponer.</li> <li>- Número de personas capacitadas.</li> <li>- Número de horas de la capacitación.</li> </ul>
<b>Metas</b>	Luego de 9 meses de haber presentado el trabajo de investigación, la hostería cuenta con el 80% del personal capacitado para brindar una mejor calidad de servicio al cliente.

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.5.1. Desarrollo de la propuesta del Quinto Objetivo Estratégico

**Cuadro 43** Desarrollo del plan de capacitación

Temática	Dirigido	Forma	Horario	Tiempo y Duración	Mes	Lugar	Entidad Convenio	Conferencista	Precio por capacitación
Introducción al turismo y técnicas de servicio y atención al cliente.	Todo el personal.	Teórico.	En horarios que no dificulte el normal desarrollo de las actividades.	1 hora diaria (lunes a viernes) durante 3 meses Total 60 horas.	Enero a Marzo.	Instalaciones de la hostería.	Convenio con empresas públicas y privadas.	Curso otorgado por el MINTUR.	Gratuito para todo el personal de la hostería.
Idioma inglés.				1 hora diaria (lunes a viernes) durante 6 meses Total 120 horas.	Enero a Junio.			Curso otorgado por Empresa Minera Lundin Gold.	
Atención al cliente con capacidades especiales.				2 horas diaria (lunes y martes) durante 2 meses Total 32 horas.	Julio y Agosto			Curso otorgado por el CONADIS.	
Buenas Prácticas de Manufactura				1 hora diaria (jueves y viernes) durante 2 meses Total 24 horas.	Julio y Agosto			Curso otorgado por la ARCSA.	
Prácticas ambientales				1 hora diaria (miércoles a viernes) durante 2 meses Total 24 horas.	Septiembre y Octubre			Curso otorgado por el MAE.	

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



**Cuadro 44** Presupuesto de capacitaciones

<b>Presupuesto de capacitaciones para el personal</b>				
<b>Financiamiento</b>	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
<b>Presupuesto</b>	<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
	Expositor	5	\$0.00	\$0.00
	Esferos	13	\$0.35	\$4.55
	Libretas	13	\$0.85	\$11.05
	Laptop (Propio de la hostería)	1	\$0.00	\$0.00
	Proyector (Propio de la hostería)	1	\$0.00	\$0.00
	Pizarra (Propio de la hostería)	1	\$0.00	\$0.00
<b>TOTAL</b>				\$15.60

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**6.3.6. Sexto Objetivo Estratégico:** Establecer la estructura organizacional de la hostería.

**Cuadro 45** Sexto Objetivo Estratégico

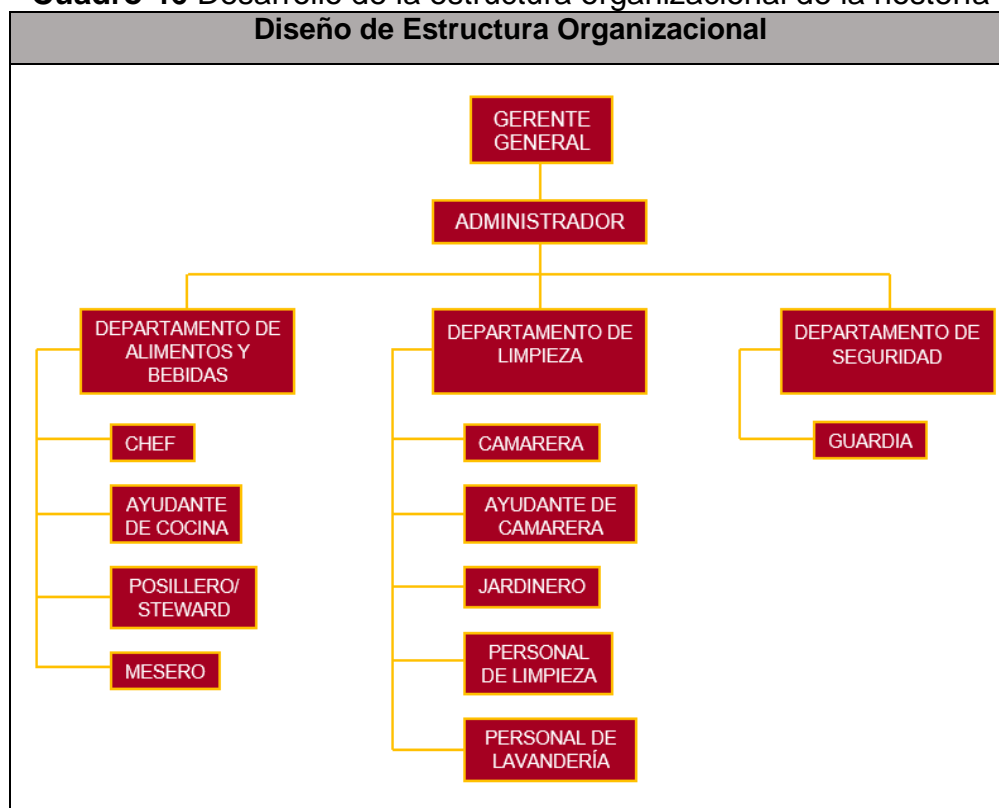
<b>Estrategia Sugerida</b>	Establecer la estructura organizacional de la hostería.
<b>Características</b>	- Departamentos. - Organigrama estructural. - Cargos
<b>Política</b>	Establecer la jerarquía del personal dentro de la hostería.
<b>Valores</b>	- Responsabilidad. - Seguridad - Respeto.
<b>Indicadores</b>	Contar con la estructura organizacional de la empresa.
<b>Metas</b>	Luego de 1 mes de haber presentado el trabajo de investigación, la hostería cuenta con su estructura organizacional, permitiendo conocer a cada empleado su ubicación dentro de la empresa.

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.6.1. Desarrollo de la propuesta del Sexto Objetivo Estratégico

**Cuadro 46** Desarrollo de la estructura organizacional de la hostería



**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 47** Presupuesto de la estructura organización

Presupuesto de la estructura organizacional de la hostería				
<b>Financiamiento</b>	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
<b>Presupuesto</b>	<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
	Diseño	0	\$00.00	\$00.00
	Impresión de la estructura organizacional en rótulo de material vinil PVC	2	\$4.00	\$8.00
<b>TOTAL</b>				\$8.00

**Fuente:** Barricada Agencia Publicitaria

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**6.3.7. Séptimo Objetivo Estratégico:** Establecer las funciones internas del personal de la hostería.

**Cuadro 48** Séptimo Objetivo Estratégico


<b>Estrategia Sugerida</b>	Establecer las funciones internas del personal de la hostería.
<b>Características</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación del cargo.             <ul style="list-style-type: none"> <li>* Nombre del cargo.</li> <li>* Dependencia.</li> <li>* Numero de cargos.</li> </ul> </li> <li>- Requisitos mínimos.             <ul style="list-style-type: none"> <li>* Requisitos de formación.</li> <li>* Requisitos de experiencia.</li> <li>* Perfil.</li> </ul> </li> <li>- Objetivo principal.</li> <li>- Funciones esenciales.</li> <li>- Logotipo de la hostería.</li> </ul>
<b>Política</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar las actividades y funciones que debe cumplir el personal de la hostería.</li> <li>- Inspeccionar y evaluar constantemente el cumplimiento de las actividades designadas a cada trabajador de la empresa.</li> </ul>
<b>Valores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguridad.</li> <li>- Confianza.</li> <li>- Compromiso.</li> <li>- Responsabilidad.</li> </ul>
<b>Indicadores</b>	Funciones designadas para cada empleado de la hostería.
<b>Metas</b>	Luego de 2 meses de haber presentado el trabajo de investigación, la hostería cuenta con las funciones internas para el personal de la hostería.

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.7.1. Desarrollo de la propuesta del Séptimo Objetivo Estratégico

**Cuadro 49** Desarrollo de las funciones internas del Gerente General

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del Cargo</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	Gerente General	
<b>Departamento:</b>	Gerencia	
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
Requisitos de Formación:	Profesional en Administración de Empresas Hoteleras, Turísticas, Economía, Finanzas o afines.	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo cuatro años, posiciones similares.	
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dominio de inglés.</li> <li>- Capacidad de negociación.</li> <li>- Conocimiento en manejo de empresas turísticas, en técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo.</li> <li>- Capacidad de afrontar problemas y resolverlos de manera adecuada y oportuna establecer estrategias que reafirmen las mismas y minimicen debilidades.</li> <li>- Compromiso organizacional.</li> <li>- Conocimiento en técnicas de mercado, planes de trabajo y en métodos de evaluación de desempeño del talento humano.</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
<p>Representar legalmente a la empresa, regular todos los aspectos del funcionamiento de la hostería; siendo el responsable de planificar, dirigir y coordinar, asegurando que las operaciones se ejecuten de acuerdo a la política de la empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención.</p>		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar, organizar y coordinar todo el funcionamiento de la empresa (incluyendo los servicios al cliente, la gestión del personal y la administración de la hostería).</li> <li>- Dirigir, supervisar y formar al personal y a los aprendices.</li> <li>- Contratar y destinar a los nuevos miembros del personal.</li> <li>- Vigilar y hacer un seguimiento del rendimiento del personal para garantizar la eficiencia y el cumplimiento de las políticas y los procedimientos.</li> <li>- Representar a la organización frente a los clientes, proveedores y demás importantes colaboradores de la empresa.</li> <li>- Identificar áreas de oportunidad dentro y fuera de la empresa, que le permita ser más competitiva en el mercado.</li> <li>- Elaborar y promover estrategias de marketing.</li> <li>- Gestionar y coordinar la contabilidad, los presupuestos, los cálculos estadísticos y esforzarse por alcanzar los objetivos de beneficios.</li> <li>- Supervisar el mantenimiento, las existencias y el mobiliario, tratar con contratistas y proveedores, y encargarse de una seguridad eficaz.</li> <li>- Garantizar el cumplimiento de las normas sanitarias, de seguridad laboral, de licencias y otras normas legales. (Manual de Funciones por Departamento)</li> </ul>		

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 50 Rol de pagos Gerente General

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Gerente General
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$400.22
Décimo tercer sueldo	\$33.35
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.82
Fondos de Reserva 8,33%	\$33.34
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$499.74</b>

.....	.....
<b>Firma Hostería Tierra Dorada</b>	<b>Firma del Trabajador</b>
<b>George Fernández Quezada</b>	
<b>Gerente General</b>	

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 51** Desarrollo de las funciones internas del Administrador



**MANUAL DE FUNCIONES**

**Identificación del Cargo**

<b>Nombre del cargo:</b>	Administrador
<b>Departamento:</b>	Gerencia
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)

**Requisitos Mínimos**

Requisitos de Formación:	Profesional en áreas de contabilidad, economía o administración de Hoteles/empresas en el ámbito turístico o carreras afines.
Requisitos de Experiencia:	Mínimo dos años, posiciones similares.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos de atención al cliente.</li> <li>- Capacidad de negociación.</li> <li>- Conocimientos de publicidad y comercialización.</li> <li>- Vocación de servicio.</li> <li>- Saber idiomas por lo general inglés.</li> </ul>

**Objetivo Principal**

Coordinar las actividades de las fuerzas de ventas, los planes de comercialización y mercadeo a fin de lograr el posicionamiento de la empresa en base a políticas establecidas para la promoción y venta de servicios a fin de lograr los objetivos de ventas. Debe estar en capacidad de tomar decisiones en el momento indicado.

**Funciones Esenciales**

- Administrar el área financiera del establecimiento con el fin maximizar los beneficios y la rentabilidad de la empresa.
- Preparar, revisar y aprobar presupuestos de los diferentes seguimiento y control de ingresos y egresos.
- Ejecutar y apoyar políticas de manejo del recurso humano y selección de personal.
- Implementar o actualizar los equipos y las herramientas tecnológicas aplicadas o utilizadas en todas las áreas de la empresa.
- Propender y promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del establecimiento y especialmente en Servicio al Cliente y huéspedes que permitan el fortalecimiento de la imagen empresarial.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros. (Manual de Funciones por Departamento)

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 52 Rol de pagos Administrador

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Administrador
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$399.83
Décimo tercer sueldo	\$33.32
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.78
Fondos de Reserva 8,33%	\$33.31
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$499.29</b>

.....	.....
<b>Firma Hostería Tierra Dorada</b>	<b>Firma del Trabajador</b>
<b>George Fernández Quezada</b>	
<b>Gerente General</b>	

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## Cuadro 53 Desarrollo de las funciones internas del Chef



### MANUAL DE FUNCIONES

#### Identificación del Cargo

<b>Nombre del cargo:</b>	Chef
<b>Departamento:</b>	Departamento de Alimentos y Bebidas
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)

#### Requisitos Mínimos

Requisitos de Formación:	Profesional o tecnólogo en gastronomía nacional e internacional.
Requisitos de Experiencia:	Mínimo tres años, posiciones similares.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento de técnicas y métodos de cocción y manipulación de alimentos.</li> <li>- Manejo de herramientas y elementos de cocina.</li> <li>- Conocimiento en elaboración de menús.</li> <li>- Conocimiento en servicio al cliente.</li> <li>- Calcular la adecuada utilización de alimentos</li> </ul>

#### Objetivo Principal

Persona responsable de supervisar, organizar y dirigir la operación de la cocina, siempre en función a la misión de la empresa y buscando la satisfacción total del cliente. Responsable de administrar los recursos de la empresa tanto en materia prima, como en insumos y en recursos humanos.

#### Funciones Esenciales

- Preparar y cocinar alimentos de acuerdo al pedido del cliente.
- Organizar y decorar comida para servir.
- Gestionar, supervisar y controlar todo el trabajo propio del departamento de cocina y todo el personal a su cargo.
- Controlar el cumplimiento de horarios y tareas asignadas a sus subordinados.
- Mantener la limpieza del lugar de trabajo.
- Calcular el costo de la elaboración del menú.
- Supervisar operaciones de la cocina para asegurar calidad uniforme y la presentación de comidas.
- Supervisar la limpieza y lavado de platos.
- Comprar los suministros de alimento y equipos de cocina.
- Dirigir la operación dentro de la cocina, y velar por el cumplimiento de las normas de sanidad para la preparación de alimentos.
- Proponer ideas de presentación de platos y realización de nuevos platillos para el deleite del cliente, realizando el control de inventario de cocina.
- Controlar que la salida de pedidos sea correcta.
- Mantener un registro de suministros. (Manual de Funciones por Departamento)

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



### Cuadro 54 Rol de pagos Chef

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Chef
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$398.65
Décimo tercer sueldo	\$33.22
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.67
Fondos de Reserva 8,33%	\$33.21
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$497.91</b>

.....	.....
<b>Firma Hostería Tierra Dorada</b>	<b>Firma del Trabajador</b>
<b>George Fernández Quezada</b>	
<b>Gerente General</b>	

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 55** Desarrollo de las funciones internas del Ayudante de cocina



**MANUAL DE FUNCIONES**

<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	Ayudante de cocina
<b>Departamento:</b>	Departamento de Alimentos y Bebidas
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)

<b>Requisitos Mínimos</b>	
Requisitos de Formación:	Profesional o tecnólogo en gastronomía.
Requisitos de Experiencia:	Mínimo dos años, posiciones similares
Perfil:	- Conocimiento en normas de higiene de alimentos. - Capacidad de solventar requerimientos e instrucciones.

**Objetivo Principal**

Ayudante del chef, dirige y apoya cocina caliente y fría, podrá desarrollar su trabajo en cualquier partida, caso que estime oportuno, están bajo las órdenes del jefe de cocina al cual hayan sido asignados. Su labor puede ser completa por lo que puede elaborar platos a la carta como menús de principio a fin.

<b>Funciones Esenciales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar de manera competente autónoma y responsable la preparación y presentación de platos utilizando las técnicas y conocimientos más idóneos.</li> <li>- Preparar alimentos sencillos como postres, salsa, ajíes o bebidas.</li> <li>- Colaborar en pedidos y conservación de materias primas y productos de uso de la cocina.</li> <li>- Pasar los platos al mesero.</li> <li>- Colaborar en el montaje, servicio y desmontaje de bufets.</li> <li>- Preparar la comida del personal.</li> <li>- Revisar y controlar el uso del material de cocina y comunicar cualquier incidencia al respecto.</li> <li>- Colocar los alimentos en su lugar de almacenamiento, despenas, congeladores, etc</li> <li>- Asistir en la preparación rápida y a tiempo de platos.</li> <li>- Controlar y cuidar de la conservación y aprovechamiento de los productos puestos a su disposición. (Manual de Funciones por Departamento)</li> </ul>

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 56 Rol de pagos Ayudante de cocina**

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Ayudante de cocina
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$396.29
Décimo tercer sueldo	\$33.02
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.45
Fondos de Reserva 8,33%	\$33.01
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$495.15</b>


  

..... <b>Firma Hostería Tierra Dorada</b> <b>George Fernández Quezada</b> <b>Gerente General</b>	..... <b>Firma del Trabajador</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 57** Desarrollo de las funciones internas del Posillero/Steward

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del Cargo</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	Posillero/Steward	
<b>Departamento:</b>	Departamento de Alimentos y Bebidas	
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
Requisitos de Formación:	Tecnólogo en gastronomía.	
Requisitos de Experiencia:	-Mínimo un año, posiciones similares	
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas básicas de limpieza e higienización de ambientes, utensilios y equipos.</li> <li>- Experiencia en servicio de apoyo a áreas de alimentos y bebidas.</li> <li>- Técnicas de manejo de inventarios.</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
Realizar la higienización, limpieza, lavado y arreglo de loza, cubiertos, cristales, ollas, utensilios y equipos de cocina, aplicando estándares de higiene y seguridad alimentaria.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayuda en la elaboración del menú diario.</li> <li>- Arreglar todos los utensilios en bodega.</li> <li>- Notificar la pérdida de material por quiebra.</li> <li>- Lavar e higienizar loza, cubiertos, cristales y platería.</li> <li>- Lavar ollas, sartenes y otros utensilios usados en la cocina.</li> <li>- Limpiar e higienizar estufas, hornos, congeladora, refrigeradora, mesones, campanas, filtros entre otros. (Manual de Funciones por Departamento)</li> </ul>		

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 58 Rol de pagos Posillero

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Posillero
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

Descripción	Total
Remuneración Unificada	\$396.29
Décimo tercer sueldo	\$33.02
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.45
Fondos de Reserva 8,33%	\$33.01
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$495.15</b>

..... <b>Firma Hostería Tierra Dorada</b> <b>George Fernández Quezada</b> <b>Gerente General</b>	..... <b>Firma del Trabajador</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## Cuadro 59 Desarrollo de las funciones internas del Mesero



### MANUAL DE FUNCIONES

#### Identificación del Cargo

<b>Nombre del cargo:</b>	Mesero
<b>Departamento:</b>	Departamento de Alimentos y Bebidas
<b>Numero de cargos:</b>	Dos (2)

#### Requisitos Mínimos

Requisitos de Formación:	Profesional en Empresas Hoteleras o técnico en mesa y bar, o certificado de haber realizado cursos de servicio de mesero y atención al cliente.
Requisitos de Experiencia:	Minimo dos años, posiciones similares.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos básicos de inglés.</li> <li>- Vocabulario relativo a su departamento.</li> <li>- Conocimiento en normas de protocolo y etiqueta.</li> <li>- Conocimiento de flameo, charoleo y secuencia de servicio.</li> <li>- Conocimiento de los diferentes tipos de servicio y sobre montaje de mesas y decoración.</li> </ul>

#### Objetivo Principal

El mesero es la persona que se encarga de dar a conocer los alimentos y platos disponibles, tomar pedido y servir los alimentos preparados desde la cocina hacia la mesa del cliente.

#### Funciones Esenciales

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar el montaje de mesas.</li> <li>- Cuidar la limpieza del lugar.</li> <li>- Recibir a los clientes y dirigirlos a su mesa.</li> <li>- Brindar sugerencias y conocer a profundidad la preparación de los platos.</li> <li>- Tomar la orden del cliente y procurar que la entrega sea inmediata.</li> <li>- Establecer nexo entre cliente y el área del restaurante.</li> <li>- Cuidar la seguridad de los alimentos.</li> <li>- Recoger cristalería y menaje de mesas.</li> <li>- Lavar, pulir, ordenar la vajilla y cristalería.</li> <li>- Finalizar la atención al cliente y recibir el pago.</li> <li>- Verificar que el pedido este completo y llevarlo hacia el cliente.</li> <li>- Asegurar la satisfacción del cliente.</li> <li>- Tener conocimiento de los alimentos que se encuentran en el menú</li> <li>- Apoyar al equipo. (Manual de Funciones por Departamento)</li> </ul>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 60 Rol de pagos Mesero

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Mesero
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

Descripción	Total
Remuneración Unificada	\$370.00
Décimo tercer sueldo	\$30.83
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$34.97
Fondos de Reserva 8,33%	\$30.82
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$464.48</b>

..... <b>Firma Hostería Tierra Dorada</b> <b>George Fernández Quezada</b> <b>Gerente General</b>	..... <b>Firma del Trabajador</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## Cuadro 61 Desarrollo de las funciones internas de la camarera



### MANUAL DE FUNCIONES

#### Identificación del Cargo

<b>Nombre del cargo:</b>	Camarera
<b>Departamento:</b>	Departamento de Limpieza
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)

#### Requisitos Mínimos

Requisitos de Formación:	Tecnólogo en Administración Hotelera o carrera similar.
Requisitos de Experiencia:	Mínimo dos años, posiciones similares.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos básicos de inglés.</li> <li>- Formación en competencias laborales hoteleras.</li> <li>- Conocimiento en atención al cliente.</li> <li>- Conocimiento en normas de protocolo de camarera.</li> <li>- Coordinar los recursos para el servicio de alojamiento y zonas comunes de acuerdo con los protocolos del establecimiento.</li> </ul>

#### Objetivo Principal

Responsable de la limpieza de las habitaciones y servicio de blancos, mantener las áreas de la hostería en condiciones ideales de aseo y presentación para el cliente dando una buena imagen del establecimiento.

#### Funciones Esenciales

- Se encarga de la limpieza diaria de las habitaciones de la hostería.
- Informar fallas, o desperfectos a recepción.
- Comprobar la calidad y efectividad de los productos y suministros a comprar para solicitar los que más convengan.
- Dirigir los inventarios mensuales de lencería y suministros.
- Realizar todas las tareas que implica la limpieza: hacer la cama, ventilar, colocar ropas, reponer los objetos de aseo, documentos, complementos y artículos del minibar, y supervisar el estado de la habitación para comprobar que no hay desperfectos.
- Preparar, transportar y recoger los materiales y productos necesarios para la limpieza y mantenimiento de las habitaciones y áreas externas e internas.
- Aplicar técnicas de limpieza con estándares de calidad de higiene y manipulación de elementos.
- Manejar un check list de actividades a realizar, para no pasar por alto ninguna labor.
- Limpiar las áreas y realizar labores auxiliares. (Manual de Funciones por Departamento)

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



### Cuadro 62 Rol de pagos Camarera

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Camarera
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$397.08
Décimo tercer sueldo	\$33.09
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.52
Fondos de Reserva 8,33%	\$33.08
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$496.08</b>

.....	.....
<b>Firma Hostería Tierra Dorada</b>	<b>Firma del Trabajador</b>
<b>George Fernández Quezada</b>	
<b>Gerente General</b>	

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 63** Desarrollo de las funciones internas del Ayudante de camarera

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del Cargo</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	Ayudante de camarera	
<b>Departamento:</b>	Departamento de Limpieza	
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
Requisitos de Formación:	Tecnólogo en Hotelería o carreras afines.	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo un año, posiciones similares.	
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento en atención al cliente.</li> <li>- Preparar áreas de trabajo para el servicio.</li> <li>- Conocimientos básicos de inglés.</li> <li>- Colaborar en el servicio al cliente.</li> <li>- Formación en competencias laborales hoteleras.</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
La labor del ayudante de camarero/a es asistir o ayudar a los camareros/as.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpiar y arreglar las habitaciones y zonas comunes del alojamiento.</li> <li>- Encargado de las tareas auxiliares para las tareas de limpieza, higiene y arreglo de pisos y áreas públicas.</li> <li>- Buenas habilidades de comunicación.</li> <li>- Atender al cliente mientras permanezca alojado y procesar los objetos perdidos.</li> <li>- Trabajar con rapidez y eficacia en las horas punta. (Manual de Funciones por Departamento)</li> </ul>		

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 64 Rol de pagos Ayudante de camarera**

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Ayudante de camarera
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$395.00
Décimo tercer sueldo	\$32.92
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.33
Fondos de Reserva 8,33%	\$32.90
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$493.75</b>

.....	.....
<b>Firma Hostería Tierra Dorada</b>	<b>Firma del Trabajador</b>
<b>George Fernández Quezada</b>	
<b>Gerente General</b>	

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 65** Desarrollo de las funciones internas del Jardinero



**MANUAL DE FUNCIONES**

**Identificación del Cargo**

<b>Nombre del cargo:</b>	Jardinero
<b>Departamento:</b>	Departamento de Limpieza
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)

**Requisitos Mínimos**

Requisitos de Formación:	Técnico superior en elementos de jardinería y floristería o certificado de haber realizado cursos de en jardinería.
Requisitos de Experiencia:	Mínimo un año, posiciones similares.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento y manejo de equipos y trabajos de jardinería.</li> <li>- Habilidades necesarias para la construcción, mantenimiento de jardines y cuidado de las plantas.</li> <li>- Conocimiento sobre botánica.</li> <li>- Conocimientos en técnicas de atención al cliente.</li> <li>- Conocer las técnicas básicas de jardinería aplicada, que permitan mantener y acondicionar un área ajardinada.</li> </ul>

**Objetivo Principal**

Mantener los jardines y áreas verdes del establecimiento, utilizando las técnicas, equipos y materiales necesarios, para garantizar el ornato de dichas zonas.

**Funciones Esenciales**

- Regar plantas y césped.
  - Mantener en buen estado las áreas verdes de la hostería.
  - Manejar agro tóxicos según se requiera teniendo en cuenta las indicaciones y normativa de cada procedimiento.
  - Realizar podas de raleo y formación de copas.
  - Disfrutar de trabajar en el exterior bajo todo tipo de clima.
  - Barrer, recoger, acarrear pasto y basura de su área de trabajo.
  - Cortar el pasto y desmalezar según se requiera para cada área.
  - Capacidad de seguir los planos y diseños de los arquitectos y paisajistas.
  - Habilidades de cálculo para medir con precisión y calcular las cantidades de materiales que se necesitan.
  - Reportar fallas o desperfectos de equipos o instalaciones de su área de trabajo.
  - Realizar mantenimiento liviano y limpieza de herramientas, maquinarias y accesorios.
- (Manual de Funciones por Departamento)

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 66 Rol de pagos Jardinero

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Jardinero
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$394.03
Décimo tercer sueldo	\$32.84
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.24
Fondos de Reserva 8,33%	\$32.82
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$492.52</b>

.....	.....
<b>Firma Hostería Tierra Dorada</b>	<b>Firma del Trabajador</b>
<b>George Fernández Quezada</b>	
<b>Gerente General</b>	

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 67** Desarrollo de las funciones internas del Personal de limpieza

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del Cargo</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	Personal de limpieza	
<b>Departamento:</b>	Departamento de Limpieza	
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
Requisitos de Formación:	Técnico en empresas de servicios u hotelería o carreras afines	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo dos años, posiciones similares.	
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición y facilidad de adaptación a nuevas tecnologías de limpieza.</li> <li>- Conocimiento sobre la utilización de equipos de limpieza y diferentes productos.</li> <li>- Experiencia trabajando en oficinas</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
<p style="text-align: center;">El personal de limpieza se ocupa de ejecutar las actividades de limpieza y mantenimiento que van a garantizar la correcta higiene de las instalaciones.</p>		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza de suelos, muebles y cristales.</li> <li>- Reposición de materiales, como papel higiénico, jabón líquido, etc.</li> <li>- Limpiar los diferentes vidrios y ventanas del establecimiento.</li> <li>- Llevar un inventario y solicitar los materiales que necesiten ser reabastecidos.</li> <li>- Utilizar la aspiradora en los espacios que conserven o almacenen polvillo, especialmente en alfombras. Igualmente, quitar el polvo del resto del mobiliario.</li> <li>- Mantener un ambiente de aroma y fresco dentro de las instalaciones.</li> <li>- Barrer, fregar, quitar el polvo, trapear pisos, entre otros.</li> <li>- Vaciar las cestas de basura o papeleras; Asimismo, ubicar las bolsas de con los residuos en el sitio de recolección.</li> <li>- Mantenimiento de equipos.</li> <li>- Realizar la correspondiente limpieza en cada uno de los espacios del baño, desde el lavabo hasta los espejos y ventanas.</li> <li>- Mover y ordenar cada uno de los objetos que forman parte del mobiliario, en especial de sillas, mesas o muebles.</li> <li>- Limpieza general de áreas, como comedores o escaleras. (Manual de Funciones por Departamento)</li> </ul>		

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 68 Rol de pagos Personal de limpieza

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Personal de limpieza
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$396.29
Décimo tercer sueldo	\$33.02
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.45
Fondos de Reserva 8,33%	\$33.01
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$495.15</b>


  

.....	.....
<b>Firma Hostería Tierra Dorada</b>	<b>Firma del Trabajador</b>
<b>George Fernández Quezada</b>	
<b>Gerente General</b>	

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 69** Desarrollo de las funciones internas del Personal de lavandería

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del Cargo</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	Personal de lavandería	
<b>Departamento:</b>	Departamento de Limpieza	
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
Requisitos de Formación:	Técnico en empresas de servicios u hotelería.	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo dos años, posiciones similares.	
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento en técnicas de lavado, conservación, planchado (seco y frío), costura de prendas.</li> <li>- Capacidad para manejar de las diferentes máquinas.</li> <li>- Habilidades para el servicio de atención al cliente.</li> <li>- Saber cocer a mano y a máquina.</li> <li>- Conocimientos de tejidos y materiales.</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
Realiza los procesos de servicio de lavado del huésped y los servicios internos de la hostería a través del servicio del lavado de la lencería, mantelería y uniformes del personal.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer a perfección el manejo de los equipos utilizados en lavandería.</li> <li>- Comprender las funciones de los distintos jabones y blanqueadores y utilizarlos de manera correcta</li> <li>- Clasificar la ropa antes del lavado.</li> <li>- Lavar los filtros de las secadoras, según las instrucciones.</li> <li>- Llevar un inventario de los suministros</li> <li>- Supervisar periódicamente el funcionamiento de las maquinas.</li> <li>- Lavar, secar y doblar la ropa de los clientes.</li> <li>- Doblar y clasificar la ropa personal y la ropa blanca</li> <li>- Realizar inventarios de los productos utilizados.</li> <li>- Asegurar que toda la ropa personal y la ropa blanca estén arreglada y lista para usa</li> <li>- Mantener el área de trabajo limpia y ordenada.</li> <li>- Lavar, secar, planchar todas las prendas del establecimiento, (Manual de Funciones por Departamento)</li> </ul>		

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta



**Cuadro 70 Rol de pagos Personal de lavandería**

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Personal de lavandería
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$396.29
Décimo tercer sueldo	\$33.02
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.45
Fondos de Reserva 8,33%	\$33.01
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$495.15</b>

..... <b>Firma Hostería Tierra Dorada</b> <b>George Fernández Quezada</b> <b>Gerente General</b>	..... <b>Firma del Trabajador</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)  
**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## Cuadro 71 Desarrollo de las funciones internas del Guardia



### MANUAL DE FUNCIONES

#### Identificación del Cargo

<b>Nombre del cargo:</b>	Guardia
<b>Departamento:</b>	Departamento de Seguridad
<b>Numero de cargos:</b>	Uno (1)

#### Requisitos Mínimos

Requisitos de Formación:	Profesional o técnico en Seguridad Integral.
Requisitos de Experiencia:	- Mínimo dos años, posiciones similares.
Perfil:	- Conocimiento de medidas de prevención. - Capacidad de manejar armas. - Apto para trabajar como guardia de seguridad. - Conocimientos de inglés. - Condiciones ambientales y riesgos de trabajo. - Conocimiento en atención al cliente.

#### Objetivo Principal

Realizar actividades de vigilancia, inspección, prevención y detección de anomalías, protegiendo la integridad física de las personas y los bienes materiales de la empresa.

#### Funciones Esenciales

- Inspeccionar oficinas, salas, dependencias, puertas y ventanas en general.
- Controlar el exterior del establecimiento.
- Controlar que las personas entren y salgan por puntos autorizados.
- Verificar el uso de iluminación con relación a las necesidades de control.
- Registrar novedades en el tiempo cumplido, e informa de anomalías.
- Colaborar con servicios de supervisión en actividades o eventos especiales desarrollados por la hostería.
- Atiende a los clientes, prestando información sobre aspectos generales del establecimiento.
- Mantiene el aseo de las dependencias del servicio de portería.
- Hacer frente a situaciones tales como un cliente borracho o una pelea.
- Capaz de mantener la calma, a veces incluso ante situaciones difíciles.
- Capaz de resolver una situación de agresión o resolver un conflicto sin ponerse a sí mismo o a los que le rodean en una situación de peligro innecesario.
- Preparado para trabajar con diferentes tipos de personas y estar preparado para trabajar en equipo.
- Responsable y estar siempre alerta.
- Controla el cumplimiento de normas y disposiciones reglamentarias dentro de la hostería.
- No abandonar el área asignada sin la autorización correspondiente.
- Controlar el acceso de vehículos y/o equipos a las instalaciones.
- Velar por la seguridad interna. (Manual de Funciones por Departamento)

**Fuente:** Manual de Funciones por Departamento

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 72 Rol de pagos Guardia

<b>HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
<b>ROL DE PAGOS</b>	
<b>Año:</b>	2019
<b>Mes:</b>	Diciembre
<b>Cargo:</b>	Guardia
<b>Nombre:</b>	--- (Nombre del trabajador)

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$394.33
Décimo tercer sueldo	\$32.86
Décimo cuarto sueldo	\$32.83
Aporte Personal 9,45%	\$37.26
Fondos de Reserva 8,33%	\$32.85
Vacaciones	\$00.00
Horas Extras	\$00.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$492.87</b>

..... <b>Firma Hostería Tierra Dorada</b> <b>George Fernández Quezada</b> <b>Gerente General</b>	..... <b>Firma del Trabajador</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### Cuadro 73 Monto general para capital humano

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Remuneración Unificada	\$61,251.60
Décimo tercer sueldo	\$5,104.30
Décimo cuarto sueldo	\$5,122.00
Aporte Personal 9,45%	\$5,788.28
Aporte Patronal 11,15%	\$6,829.55
Fondos de Reserva 8,33%	\$5,102.26
Vacaciones	\$4,000.00
Horas Extras	\$2,000.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$95,197.99</b>

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Cuadro 74 Presupuesto del séptimo objetivo estratégico**

Presupuesto general de la hostería				
<b>Financiamiento</b>	Lo realizara la hostería en su totalidad.			
<b>Presupuesto</b>	<b>Descripción</b>			<b>Valor Total</b>
	Presupuesto General			\$95,197.99
	<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
	Impresión de las funciones internas del personal en rótulos de material vinil PVC	4	\$4.00	\$16.00
<b>TOTAL</b>				\$95,213.99

**Fuente:** Ministerio de Trabajo (Tabla Sectorial 2019)

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 6.3.8. Presupuesto total de objetivos estratégicos

**Cuadro 75 Presupuesto general estimado de propuestas**

Objetivo Estratégico	Detalle y Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Nº 1.	Publicidad Radial		
	* Radio Romántica		
	- 1 Grabación de la cuña	\$60.00	\$300.00 sin IVA
	- 80 Anuncios	\$240.00	
	* Radio Integración		
	- 1 Grabación de la cuña	\$40.00	\$440.00 + IVA
- 600 Anuncios	\$400.00		
* Radio Sociedad			
- 1 Grabación de la cuña	\$30.00	\$558.00 sin IVA	
- 480 Anuncios	\$528.00 sin IVA		
	Publicidad Tarjetas de Presentación		
	* 1 Diseño de tarjeta de presentación	\$15.00	\$75.00
	* 1000 Tarjetas impresas	\$60.00	
	Publicidad Souvenirs		
	* 3 Diseños de souvenirs	\$20.00	
	* 100 Bolsos	\$175.00	\$420.00
	* 50 Tasas	\$125.00	
	* 100 Esferos	\$100.00	
Nº 2.	1 Calificador de servicio (Opción A)	\$100.00	\$400.00 sin IVA
	1 calificador de servicio (Opción B)	\$300.00	
Nº 3.	Personal eventual		
	* 1 Mesero	\$1,480.00	\$3,065.16
	* 1 Ayudante de cocina	\$1,585.16	
Nº 4.	Implementación de teléfonos		
	* 1 Central telefónica	\$369.00	
	* 1 Teléfono operador	\$129.00	
	* 1 Tarjeta expansora	\$120.00	\$1,668.80 + IVA
	* 24 Teléfonos	\$18.00	
	* 1 Programación y configuración	\$80.00	
	* 24 Cableado de equipos	\$15.00	
Nº 5.	Capacitaciones		
	* 5 Expositores	\$0.00	
	* 13 Esferos	\$4.55	
	* 13 Libretas	\$11.05	\$15.60
	* 1 Laptop	\$0.00	
	* 1 Proyector	\$0.00	
	* 1 Pizarra	\$0.00	
Nº 6.	2 rótulos de la estructura organizacional	\$4.00	\$8.00

Nº 7.	Remuneración para todo el personal 4 rótulos de las funciones internas del personal	\$95,197.99 \$4.00	\$95,213.99
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>			\$102,164.55 Presupuesto estimado

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## 7. DISCUSIÓN

El trabajo de investigación permitió realizar el análisis de la calidad del servicio que presta la Hostería Tierra Dorada, la misma que en la actualidad brinda servicio de hospedaje, alimentación, recreación y servicios complementarios. Para la obtención de datos se aplicó, una matriz de diagnóstico siendo una herramienta principal para el levantamiento de información, también se realizó entrevistas dirigidas al personal de la empresa, dichas técnicas permitieron determinar la situación actual del establecimiento, así mismo se aplicó el cuestionario del modelo SERVQUAL para medir la satisfacción del cliente en relación a la calidad del servicio que brinda la hostería.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la matriz de diagnóstico, en lo que respecta a la Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos, la hostería no cumple con la identificación de amenazas referente a sismos, inundaciones, entre otros. El establecimiento debe cumplir con todos los requerimientos de la SNGR con el fin de reducir o eliminar los riesgos o hacer frente a una situación de emergencia o desastre en caso de que éstos se presenten, de tal manera que se pueda lograr una efectiva prevención de accidentes, debido a que de esta manera se alcanzará la mayor productividad dentro de la hostería y se fomentará la mejora continua. De acuerdo al Manual Nacional de Preparación Ante Desastres para el Sector Hotelero en Guatemala (2012) menciona “el no disponer de todas las medidas de Plan de Gestión de Riesgos en una empresa pública o privada constituye una limitante para responder de forma oportuna y adecuada ante cualquier situación de emergencia, en primer lugar, porque es responsabilidad y obligación de todo hotel, resguardar a los huéspedes en

caso de que ocurra un evento que ponga en riesgo su integridad física. Segundo, porque los desastres pueden destruir el progreso que el hotel ha logrado. Las medidas de preparación de desastres, no solamente protegen a las personas, también contemplan medidas que aseguran las edificaciones, mobiliario y equipos del hotel ante posibles desastres. Tercero, porque las estructuras requeridas para la preparación ante desastres necesariamente fortalecerán la infraestructura del hotel. Y cuarto, porque el hotel ganará prestigio y generará confianza al perfilarse como un hotel seguro y preparado ante desastres. Cada vez es más frecuente la búsqueda de hoteles que no sólo ofrezcan buenas condiciones de limpieza, calidad y presentación de alimentos y confort, sino también seguridad contra desastres”.

En cuanto al CONADIS, el establecimiento no presta el servicio de sistema braille, lenguaje de señas, asistencia de animales adiestrados, así como no cuenta con personal entrenado para atender a personas con capacidades especiales, debido a la poca afluencia de este tipo de clientes. La hostería debe reforzar los requerimientos que determina el CONADIS referente al tema de accesibilidad y hacer cumplir los mismos, ya que al existir ordenanzas que requieren la implementación y edificación de servicios y estructuras accesibles, es necesario que estas se efectúen para que el proceso avance de manera eficaz, facilitando de esta manera que este tipo de personas con los mismos derechos, tengan el acceso a las infraestructuras y servicios turísticos, brindándoles la posibilidad de disfrutar del turismo de manera accesible. Al respecto Castro Castro (2016) manifiesta que, “para brindar una atención de calidad a través, de la accesibilidad turística a dicho segmento de mercado, es necesario que los actores turísticos ofrezcan la facilidad en cuanto a servicios tanto a equipamiento, instalaciones prestando así un servicio confortable y cómodo. Dado que la demanda de turismo accesible para todos va en aumento, hoy se considera más como una oportunidad que como una obligación. Si el sector turístico quiere mantener y desarrollar la calidad, la sostenibilidad y la competitividad, debería apoyar y desarrollar el turismo

de acceso universal, ya que ofrece ventajas para todo el mundo. Si son más las personas que tienen la posibilidad de viajar, el sector turístico consigue más visitantes, temporadas más largas y nuevos ingresos”.

De igual manera no cumple con varios requisitos del Ministerio del Ambiente, la hostería no ejecuta una adecuada gestión de papel, no realiza compras responsables, al igual que no dispone de personal capacitado en temas ambientales, así como también no cuenta con el registro ambiental en la página del MAE, por ende, el establecimiento no dispone del distintivo de empresa ecoeficiente. La hostería debe tener en cuenta que la gestión ambiental es de gran importancia para las instalaciones hoteleras, debido a que los establecimientos turísticos, en su mayoría están relacionadas con las acciones encaminadas a la protección y uso sostenible del medio ambiente, es por ello indispensable contar con medidas sostenibles, emplear buenas prácticas ambientales que se orienten a una gestión sostenible del establecimiento y del sector. En relación Velasco Costales (2015) establece que, “las Buenas Prácticas Ambientales (B.P.A.) son prácticas de gestión orientadas a minimizar los impactos ambientales negativos que son generados por cada trabajador en el quehacer diario de un establecimiento. Es importante reconocer que, aunque los impactos generados, o los cambios sugeridos pueden parecer imperceptibles, de no implementarse, la consecuencia a nivel local, y la proyección a nivel global, pueden llevar a resultados adversos. Las B.P.A. sirven para minimizar los costos de operación, maximizar los beneficios a largo plazo y optimizar el uso de los recursos, aumentando la ventaja competitiva a nivel empresarial a través del desarrollo del turismo sostenible”.

Se puede mencionar también que no cumple con diferentes requisitos del Ministerio de Trabajo, el personal de la hostería no se encuentra afiliado al seguro, no recibe el sueldo estipulado según el código de trabajo al igual que la decimotercera y cuarta remuneración, así como también la empresa no cumple con los fondos de reserva, pago del 15% de utilidades y pago del 10% de servicios, de igual manera no cumple con el aporte patronal y

personal del 12.15% y 9.45% respectivamente, también no lleva un registro de empleados, por lo cual se puede concluir que el establecimiento no maneja un rol de pagos. La hostería debe cumplir con los requisitos del Ministerio de Trabajo, para lograr una eficiencia organizacional, con el fin de propiciar ambientes de confianza, de trabajo en equipo, respetar los derechos del trabajador y la calidad de vida laboral, debido a que si la empresa cumple con todo lo requerido por parte de la entidad reguladora, el personal tendrá mayor compromiso con su trabajo y se sentirá motivado para generar una productividad mucho más eficiente, lo cual hace que se involucre más con los objetivos empresariales, y a través de esto, ver reflejado en los clientes el grado de satisfacción por el servicio brindado. Jaramillo Troya (2017) expresa, “El Código de Trabajo permite establecer la importancia que toda persona que labora posee derechos y deberes; por lo tanto, el patrono debe regirse bajo este marco legal y propiciar un ambiente adecuado para el desenvolvimiento de los trabajadores. Para el cumplimiento de estas normas, el ente regulador es el Ministerio de Trabajo que vela por el buen desempeño de las relaciones empleado-empleador, personal-patrón u obrero-patronales, con el fin de establecer leyes que procuren mantener un equilibrio y respeto entre los dos agentes involucrados. Además, El Código de Trabajo tiene el fin de contribuir a la paz social, a fomentar la productividad y el desarrollo social”.

En lo que respecta a los requisitos del Ministerio de Turismo, el establecimiento no cuenta con un mapa de ubicación y evacuación en el área de hospedaje, no dispone de una política interna de horario de atención a proveedores, no aplica cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente por los servicios brindados, no cuenta con trampas de grasa en el área de preparación de alimentos, no tiene elementos antideslizantes en accesos, escaleras y área de preparación de alimentos, igualmente las habitaciones no cuentan con portamaletas, funda de lavandería, luz de velador y servicio telefónico, así como también no dispone de sistema de cierre de puerta de acceso a la habitación, no ofrece servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación y no presta



servicio de primeros auxilios, también no cumple con el 10% de personal profesional, de igual manera con el 10% de personal que domine un idioma extranjero. Por lo tanto, se considera que los prestadores de servicios turísticos deben cumplir las normativas legales que establece el MINTUR, para efectuar un correcto funcionamiento como empresa dentro del sector hotelero. Al respecto Poma Torres (2018), expresa que “los procesos hoteleros sirven de guía para el recurso humano de una empresa, ya que de esta forma se logrará un correcto funcionamiento y satisfacción del cliente, mediante el seguimiento de una serie de requisitos, normas, reglas y estándares de calidad que requiere y exige el cliente actual.

Se determina que la hostería cumple con el 81,82% de los requisitos que exigen las entidades reguladoras, dada esta realidad, el establecimiento debe cumplir en su totalidad con los requisitos que exigen las entidades para un mejor desarrollo de la empresa y por ende una mayor satisfacción y acogida de clientes.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, se puede establecer que en doce ítems del cuestionario SERVQUAL existe insatisfacción por parte de los clientes, en lo que respecta a la dimensión de fiabilidad, el personal de la hostería no cumple a tiempo los servicios prometidos, el personal de la empresa debe ejecutar el servicio eficazmente, brindar el servicio prometido con cuidado y exactitud desde un primer momento. Al respecto Matsumoto Nishizawa (2014) menciona que “la fiabilidad es 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”.

Así también en la dimensión de sensibilidad, el personal no ofrece un servicio rápido y oportuno, se encuentran ocupados para atender al resto de clientes, de igual manera, el personal no se encuentra capacitado para brindar un buen servicio, por lo cual se considera que el personal de la hostería debe tener buena disposición y voluntad para ayudar a los clientes

y proporcionar un servicio rápido. En relación Matsumoto Nishizawa (2014) expresa que “la 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 soluciones problemas”.

Se determina en la dimensión de seguridad, que el personal no es consistente en la amabilidad y cortesía al momento de atender y brindar un servicio, al igual que no se encuentran aptos para atender presentes inquietudes. El personal de la hostería debe tener conocimientos y destrezas para inducir confianza en los clientes. Como menciona Matsumoto Nishizawa (2014) “la seguridad es el conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza”.

En lo que respecta a la dimensión de empatía, el personal no brinda una atención individual y personalizada, así como no brindan un lenguaje claro e idioma adaptado al cliente, se considera que el personal debe brindar una atención personalizada, tener consideraciones con el cliente en cualquier momento y lugar de la hostería. Al respecto Matsumoto Nishizawa (2014), se refiere a la empatía como “el 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”.

En relación a la dimensión de elementos tangibles, la hostería no dispone de ciertas instalaciones físicas en buenas condiciones, el personal no cuenta con una indumentaria adecuada para atención al cliente, no manejan materiales o métodos de publicidad acordes para captar a los posibles clientes, también las instalaciones no satisfacen completamente a los consumidores, especialmente el área de juegos infantiles, por lo tanto, se considera que los materiales tangibles son las imágenes de las instalaciones, equipos, entre otros, los cuales crean credibilidad y confianza para los clientes. En relación Matsumoto Nishizawa (2014), menciona que los elementos tangibles son “la apariencia de las instalaciones físicas,

equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización”.

Es importante mencionar que el 45,91% de los clientes se encuentran satisfechos con los servicios recibidos, mientras que el 54,09% restante se puede dividir en 12,39% insatisfechos y el 41,70% se encuentran en un nivel intermedio de satisfacción, por lo cual se debe intervenir en las falencias que no permiten un correcto funcionamiento de la empresa, considerando que si la hostería conoce lo que necesitan y desean los clientes, se logrará generar valor y se crearán productos y servicios de calidad. Al respecto Matsumoto Nishizawa (2014), se refiere a la medición de la calidad del servicio como, “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”.

Por lo tanto, se procedió a establecer estrategias de mejoramiento de acuerdo a los resultados encontrados tanto en la matriz de diagnóstico de la situación actual del establecimiento, entrevistas dirigidas al personal de la empresa, observación directa permitiendo la obtención de información primaria y secundaria, encuestas aplicadas a los clientes de la hostería, al igual que la matriz FODA, en la que se determinó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa y matriz de estrategias, la cual permitió determinar estrategias a desarrollar y recomendar.

Finalmente, se elaboró siete objetivos estratégicos que permitirá promover la imagen de la hostería, mediante un plan de publicidad utilizando diferentes métodos de difusión, conocer el nivel de satisfacción del cliente frente a los servicios brindados por el establecimiento, a través de un calificador de servicio, prestar un servicio rápido y eficaz, en base al contrato de personal eventual sobre todo en temporadas altas y feriados, brindar servicio telefónico para comunicación interna y externa, mediante la implementación de teléfonos fijos en cada habitación de la hostería,

garantizar una excelente atención al cliente, a través de capacitaciones al personal en diferentes temáticas, establecer las actividades específicas y jerarquía del personal, mediante la elaboración de un manual de funciones para cada empleado y estructura organizacional de la empresa, ofrecer nuevas actividades complementarias al cliente, mediante un recorrido a diferentes sitios de emprendimientos artesanales. Se deben implementar las estrategias de mejoras de la calidad del servicio para lograr una situación futura favorable para la hostería. Como menciona Olgiastri (2016), “las empresas con un sistema formal de planificación de estrategias obtienen mejores resultados financieros y de ventas, y han mejorado en distintos indicadores del éxito empresarial tales como la eficiencia en sus instalaciones, personal y clientes. Esto depende de muchos factores como el tamaño de la empresa, su etapa en la evolución organizacional y el tipo de entorno en que se mueve, tomándose como base el camino hacia el éxito empresarial”.

## 8. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado el proceso de investigación, es pertinente establecer las siguientes conclusiones:

- La hostería cumple con el 81,82% de los requisitos que exigen las entidades reguladoras, por lo cual se evidencia cierta deficiencia en el cumplimiento de requisitos de las entidades como la Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos, CONADIS, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Trabajo y el MINTUR para el desempeño como empresa hotelera.
- La hostería no dispone de una página web oficial, lo cual impide un correcto manejo de publicidad en relación a los servicios que ofrece.
- La hostería no cuenta con personal profesional en el ámbito turístico, debido a ello dificulta el desarrollo de la empresa.
- La hostería no cuenta con una base de datos de clientes, por lo cual no se tiene un conocimiento exacto de la demanda que ingresa al establecimiento.
- El establecimiento cuenta con espacios libres para el desarrollo de nuevas actividades y servicios complementarios.
- El personal de la hostería no cuenta con un adecuado atuendo, además no se interesa por el manejo apropiado de equipos de protección.
- La hostería cuenta con dos alianzas estratégicas tanto con empresas públicas y privadas.
- La tabulación obtenida permitió elaborar estrategias para mejorar el servicio al cliente que presta la hostería.
- Los clientes manifiestan que la hostería presenta desperfecto en ciertas instalaciones, principalmente en el área de juegos infantiles y letrero de ingreso al establecimiento.
- Mediante la aplicación de la encuesta, se concluye que, el 45,91% de los clientes se encuentran satisfechos con los servicios recibidos, mientras que el 41,70% de los clientes se encuentran en un nivel

intermedio y el 12,39% restante se encuentran insatisfechos con los servicios que brinda la empresa.

- Las estrategias elaboradas servirán para el desarrollo y adelanto continuo de la hostería, brindando servicios de calidad para la satisfacción del cliente.
- La hostería no cuenta con servicio telefónico que permita la comunicación con el personal de la hostería y el exterior de la misma.
- En base a las falencias encontradas en la investigación, se concluye que la hostería debe establecer estrategias enfocadas hacia el mejoramiento de la calidad del servicio que ofrece.

## 9. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones establecidas, se procede a determinar las siguientes recomendaciones:

A la propietaria de la hostería se le recomienda

- Cumplir en su totalidad con los requisitos que exigen las diferentes entidades reguladoras a las empresas de alojamiento para un desarrollo eficiente de la hostería.
- Diseñar una página web del establecimiento para una mayor difusión de los servicios que ofrece, y así mejorar la publicidad mediante este medio.
- Contratar personal profesional en el ámbito turístico, logrando que los clientes se sientan satisfechos al recibir un excelente servicio por personas netamente preparadas.
- Implementar una base de datos digital con la finalidad de conocer el número de clientes que ingresan a la hostería y obtener datos de los mismos para diversos beneficios que se presenten a lo largo del desarrollo de la empresa.
- Implementar un local de artesanías que resalte la identidad cultural de la localidad, además de una cancha de tenis de campo que complementen a la oferta, para una mayor acogida de clientes.
- Rediseñar uniformes e implementar nuevos equipos de protección para el personal, de esta manera brindar una excelente apariencia física, por ende, ofrecer servicios y productos de calidad a los clientes.
- Establecer alianzas estratégicas con nuevas entidades tanto públicas como privadas con la finalidad de favorecer el crecimiento de la hostería.

- Considerar la información obtenida sobre la satisfacción del cliente respecto a los servicios prestados por la hostería, de esta manera mejorar la calidad del servicio.
- Realizar mantenimiento a las instalaciones, especialmente en el área infantil y el letrero de ingreso a la hostería.
- Interesarse por la medición del nivel de calidad de los servicios, debido que, al encontrar falencias en la empresa, no se puede subestimar estas debilidades porque son determinantes para la pérdida de clientes.
- Poner mayor interés en los requerimientos de cada una de las estrategias sugeridas, con la finalidad de mejorar el servicio que brinda el establecimiento.
- Implementar servicio telefónico en todas las habitaciones de la hostería para brindar al cliente un servicio de comunicación interna y externa.
- Efectuar las propuestas sugeridas, debido a que son alternativas de solución, para una mejor calidad en el servicio, mayor demanda, que sea una empresa posicionada a nivel nacional y ayude igualmente al desarrollo de la localidad.



## 10. BIBLIOGRAFÍA

Benavides, G. M. (Junio de 2017). *repositorio.pucese.edu.ec*. Obtenido de *repositorio.pucese.edu.ec*:

Castellucci, D. (Abril de 2011). *nulan.mdp.edu.ar*. Obtenido de *nulan.mdp.edu.ar*:

Castro Castro, J. E. (2016). “*LAS FACILIDADES TURÍSTICAS DEL SECTOR HOTELERO, Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO INCLUSIVO DEL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA*”. Obtenido de “*LAS FACILIDADES TURÍSTICAS DEL SECTOR HOTELERO, Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO INCLUSIVO DEL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA*”:

Chon, K.-S. y. (2014). *Atención al Cliente en Hostelería*. Madrid, España : Paraninfo.

Cuenca, E. A. (2016). *repositorio.uide.edu.ec*. Obtenido de *repositorio.uide.edu.ec*:

Fernández, G. M.-M. (Julio - Diciembre de 2016). *La expansión internacional de la industria hotelera de los países desarrollados como opción estratégica para los países subdesarrollados*. Obtenido de *La expansión internacional de la industria hotelera de los países desarrollados como opción estratégica para los países subdesarrollados*:

G.A.D. Municipal de Yantzaza. (2014). *Yantzaza, un valle encantador y de trabajo*. Obtenido de *Yantzaza, un valle encantador y de trabajo*: <https://www.yantzaza.gob.ec/historia-del-canton/>

Gobernación de Zamora Chinchipe . (s.f.). *www.gobernacionzamora.gob.ec*. Obtenido de *www.gobernacionzamora.gob.ec*:

González Menorca, C. (2014). *La calidad en las organizaciones turísticas*. Madrid, España : Paraninfo.

GoRaymi. (s.f.). *Historia del Turismo*. Obtenido de Historia del Turismo:

Guía Turística del cantón Yantzaza. (03 de Noviembre de 2017). *Principales atractivos turísticos del cantón Yantzaza de la provincia de Zamora Chinchipe*. Obtenido de Principales atractivos turísticos del cantón Yantzaza de la provincia de Zamora Chinchipe:

Jaramillo Troya, P. A. (2017). “*PROPUESTA DE REFORMA AL ARTÍCULO 55 DEL CÓDIGO DE TRABAJO SOBRE LA JORNADA DE TRABAJO Y DE LAS HORAS SUPLEMENTARIAS SIN REMUNERACIÓN LEGAL*”. Obtenido de “PROPUESTA DE REFORMA AL ARTÍCULO 55 DEL CÓDIGO DE TRABAJO SOBRE LA JORNADA DE TRABAJO Y DE LAS HORAS SUPLEMENTARIAS SIN REMUNERACIÓN LEGAL”:

Jiménez Bonilla, J. J. (2016). *UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD CARRERA DEHOTELERÍA “PROPUESTA DE OPCIONES DE MANEJO ADMINISTRATIVO, OPERATIVO Y DE SERVICIOS PARA LOS HOSTALES DE PRIMERA CATEGORÍA; CASO PRÁCTICO: HOSTAL CASA LLORET, EN LA CIUDAD DE CUENCA.*”. Obtenido de UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD CARRERA DEHOTELERÍA “PROPUESTA DE OPCIONES DE MANEJO ADMINISTRATIVO, OPERATIVO Y DE SERVICIOS PARA LOS HOSTALES DE PRIMERA CATEGORÍA; CASO PRÁCTICO: HOSTAL CASA LLORET, EN LA CIUDAD DE CUENCA.”:

Luna, G. U. (2014). *repositorio.usfq.edu.ec*. Obtenido de repositorio.usfq.edu.ec:

Magiturno. (s.f.). *Magiturno, asi de facil*. Obtenido de Magiturno, asi de facil:

Manual de Funciones por Departamento. (s.f.). *Documento de la organización y estructura de funciones del personal de hotelería*. Obtenido de Documento de la organización y estructura de funciones del personal de hotelería:

Manual Nacional de Preparación Ante Desastres para el Sector Hotelero en Guatemala. (2012). *Mi Hotel está Preparado*. Obtenido de Mi Hotel está Preparado:

Matsumoto Nishizawa, R. (Octubre de 2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresade publicidad Ayuda Experto*. Obtenido de Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresade publicidad Ayuda Experto:

Mina Lectong, A. A. (Noviembre de 2014). *DISEÑO DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL DEL SITIO GUABAL, CANTÓN BOLÍVAR*. Obtenido de DISEÑO DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL DEL SITIO GUABAL, CANTÓN BOLÍVAR:

Ministerio de Turismo. (2017). *Política de Turismo del Ecuador*. Obtenido de Política de Turismo del Ecuador:

MiRegion . (s.f.). *miregion.ec*. Obtenido de miregion.ec:

Morales, D. G. (Noviembre de 2010). *“PROPUESTA DE UN MODELO PARA CATEGORIZACIÓN DE HOTELES DE 4 Y 3 ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE QUITO”*. Obtenido de “PROPUESTA DE UN MODELO PARA CATEGORIZACIÓN DE HOTELES DE 4 Y 3 ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE QUITO”:

Poma Torres, M. A. (2018). *Ánàlisis de la normativa legal de alojamiento turístico de los hoteles de la provincia de El Oro*. Obtenido de

Ánàlisis de la normativa legal de alojamiento turístico de los hoteles de la provincia de El Oro:

Quijano, C. R. (s.f.). *unrn.edu.ar*. Obtenido de unrn.edu.ar:

Romero, K. G. (2015). "*Plan Quinquenal de Marketing para el Hotel Samuria del Cantón Zamora*". Obtenido de "Plan Quinquenal de Marketing para el Hotel Samuria del Cantón Zamora":

Rosales Santamaría, J. L. (2016). "*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL ZOOLOGICO "EL ARCA" DEL CANTÓN ARCHINODA, PROVINCIA DE NAPO*". Obtenido de "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL ZOOLOGICO "EL ARCA" DEL CANTÓN ARCHINODA, PROVINCIA DE NAPO":

Rueda, C. M. (Enero - Junio de 2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN(78)*, [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602015000100011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011). Obtenido de

Ruiz, L. G. (Abril de 2015). *Diseño de un Plan de Negocios para la apertura de un hotel en la parroquia de Tababela cerca al Nuevo Aeropuerto de Quito*. Obtenido de Diseño de un Plan de Negocios para la apertura de un hotel en la parroquia de Tababela cerca al Nuevo Aeropuerto de Quito:

Salgado Londoño, M. A. (31 de Mayo de 2018). *PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS OPERATIVOS DEL HOTEL BOUTIQUE "PORTAL DE CANTUÑA" PARA INCREMENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL AÑO 2019*. Obtenido de PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS OPERATIVOS DEL HOTEL BOUTIQUE

"PORTAL DE CANTUÑA" PARA INCREMENTAR LA CALIDAD DEL  
SERVICIO AL CLIENTE EN EL AÑO 2019:

Sánchez, A. B. (Enero de 2013). *repositorio.puce.edu.ec*. Obtenido de  
repositorio.puce.edu.ec:

Sanisaca Pérez, C. E. (2017). *Generalidades de la Hotelería*. Obtenido de  
Generalidades de la Hotelería:

Sanunga, N. J. (2010). *dspace.esPOCH.edu.ec*. Obtenido de  
dspace.esPOCH.edu.ec:

Tene, A. Y. (2016). *repositorio.uide.edu.ec*. Obtenido de  
repositorio.uide.edu.ec:

Tumbaco, D. C. (2017). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de  
repositorio.ug.edu.ec:

Vega, K. L. (2011). *dspace.utpl.edu.ec*. Obtenido de dspace.utpl.edu.ec:

Velasco Costales, D. G. (2015). *ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE  
PROCEDIMIENTOS DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES  
(B.P.A) EN EL HOTEL ZEUS, RIOBAMBA-CHIMBORAZO*.  
Obtenido de ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE  
PROCEDIMIENTOS DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES  
(B.P.A) EN EL HOTEL ZEUS, RIOBAMBA-CHIMBORAZO

## WEBGRAFÍA

- <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>
- [http://nulan.mdp.edu.ar/1330/1/castellucci\\_di.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1330/1/castellucci_di.pdf)
- <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25181/1/JAQUELINE%20CASTRO.pdf>
- Revista Paraninfo
- <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1322/1/T-UIDE-0593.pdf>
- [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0252-85842016000200002](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842016000200002)
- <https://www.yantzaza.gob.ec/historia-del-canton/>
- <http://www.gobernacionzamora.gob.ec/canton-yantzaza/>
- Revista Paraninfo
- <https://www.goraymi.com/es-ec/ecuador/historia-del-turismo-ah3lh5o0h>
- [https://issuu.com/ivanmartinez178/docs/guia\\_turistica\\_del\\_canton\\_yantzaza\\_](https://issuu.com/ivanmartinez178/docs/guia_turistica_del_canton_yantzaza_)
- <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19928/1/Tesis%20Lista%20Jaramillo-ilovepdf-compressed.pdf>
- <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23305/1/tesis.pdf>
- <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3185/1/000110624.pdf>

- <http://magiturno.com/producto/calificador-de-servicios/?fbclid=IwAR3jYpdDfmmNiUEEt1HnRd0jUM5e3R3Ajl4cl87Y9xyr6DwITSps-x0GfD0>
- [https://www.academia.edu/8800442/MANUAL\\_DE\\_FUNCIONES\\_DEL\\_HOTEL\\_POR\\_DEPARTAMENTOS](https://www.academia.edu/8800442/MANUAL_DE_FUNCIONES_DEL_HOTEL_POR_DEPARTAMENTOS)
- <http://dipecholac.net/docs/files/342-manual-nacional-de-preparacion-ante-desastres-para-el-sector-hotelero-en-guatemala-final.pdf>
- <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/127/1/Andres%20Mina%20-%20Roberth%20Garzon.pdf>
- <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf>
- <http://miregion.ec/yantzaza/opinion/yantzaza-tierra-linda>
- <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4345/1/UDLA-EC-TTCOT-2015-01.pdf>
- <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12946/1/ECUA-CE-2018-HT-DE00129.pdf>
- <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/13444>
- <http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/11785/1/Tesis%20Lista%20Jhonathan.pdf>
- [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602015000100011.](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011)

Obtenido

de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602015000100011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011)

- <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/782/1/T-UIDE-1014.pdf>
- <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16997/PROPOSTA%20DE%20MEJORAMIENTO%20DE%20LOS%20PROCESOS%20OPERATIVOS%20DEL%20HOTEL%20BOUTIQUE%20PORTAL%20DE%20CANTU%20c3%91A%20PARA%20IN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7212/6.19.001320.pdf;sequence=4>
- <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1721/1/tur77.pdf>
- <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1682/1/84T00047.pdf>
- <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1322/1/T-UIDE-0593.pdf>
- <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/23460/1/CD.%20TESIS%20DIANA%20CAROLINA%20PITA%20TUMBACO.pdf>
- <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2493/1/640X303.pdf>
- <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7105/1/T-UCE-0004-037.pdf>



## 11. ANEXOS

### 11.1. Anexo N° 1 Anteproyecto de tesis



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

TEMA:

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA  
HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA  
ZAMORA CHINCHIPE”

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

AUTORA:

VERÓNICA LILIANA TENE PAUTA

1859  
LOJA – ECUADOR  
2018

## **1.- TEMA**

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE”.

## **2.- PROBLEMÁTICA**

El turismo es una de las actividades económicas más importantes para muchos países, se caracteriza principalmente por ser un negocio que brinda una amplia gama de posibilidades para las personas que lleven a cabo esta actividad. Según datos publicados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), es un sector que durante décadas viene en constante crecimiento y que gracias a su diversificación se ha convertido en uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento convirtiéndolo en una pieza fundamental en el progreso socio económico de los países.

Si nos remontamos a mediados del siglo XX, podemos constatar que el turismo internacional era una actividad meramente simbólica, con solo 25 millones de turistas a nivel global en el año 1950. De hecho, la evolución ha sido vertiginosa, pues en el año 2000 se alcanzaron los 678 millones de turistas, ascendiendo a 950 millones en 2010. Además, según las estimaciones de la OMT se espera que para el año 2030 se superen los 1.800 millones de turistas.

La industria del turismo en el Ecuador juega un papel primordial en la economía, con el pasar de los años el turismo ha tenido mayor demanda y forma parte de la matriz productiva del país, lo cual genera mayores divisas, el país posee una amplia biodiversidad y riqueza cultural lo cual lo hace ideal para la operación turística. El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la Amazonía, presentan una gran riqueza.

La provincia de Zamora Chinchipe situada en el sur oriente de la amazonia ecuatoriana del país, principalmente sobre una orografía montañosa única, que la distingue del resto de provincias amazónicas. Su riqueza y potencial turístico, se basa en selva amazónica, su flora y fauna, pasando por ríos y cascadas, que ofrecen un sin fin de opciones a los visitantes nacionales y extranjeros.

El cantón Yantzaza se encuentra ubicado en la provincia de Zamora Chinchipe el mismo que comprende a tres parroquias Yantzaza, Chicaña y Los Encuentros, que poseen una gran riqueza ecológica brindando las posibilidades de desarrollar actividades turísticas como deportes extremos, caminatas, fotografías y compra de algún souvenir.

Este proyecto se lo efectúa en base a la afluencia de turistas con un porcentaje aproximado de 60% extranjeros; el 30% nacionales y el 20% locales, que muestran interés en la empresa de alojamiento. La Hostería Tierra Dorada se encuentran ubicada en Av. Rafael Pullaguari, Km 1,5 Vía a Los Hachos, a nivel cantonal se identifica la deficiente calidad de los servicios que brinda la hostería, debido a la falta de atención al cliente por parte del personal encargado que trabaja día a día en estos establecimientos, el personal de servicio debe estar lo suficientemente capacitado y motivado para desarrollar su función con la mejor calidad y eficiencia posible. A su vez, la hostería tiene que aportar las herramientas necesarias, brindar la formación adecuada y generar el ambiente laboral más apropiado para que sus empleados brinden un servicio de calidad al cliente. Por tales motivos la demanda de estas empresas dedicadas a la prestación de servicios a turistas y a propios de la localidad va disminuyendo y por ende se ven afectadas.

### **3.- JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto tiene como finalidad principal contribuir en el “Análisis de la calidad del servicio que presta la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe.

El proyecto de investigación en cuanto a lo turístico permitirá promover el desarrollo del turismo en el cantón Yantzaza debido a su riqueza natural y cultural, promocionando y difundiendo los diferentes servicios que ofrece una de las hosterías más visitadas del Cantón, logrando así que el cliente o turista deguste de la gastronomía, disfrute de los diferentes servicios que estas empresas ofrecen, del esparcimiento y ocio, es decir en épocas de feriado los clientes hagan uso de estos servicios, de esta manera se logrará que los clientes recurran a estos servicios con el fin de que los clientes inviertan en nuestro propio sector y el dinero circulante se quede en nuestro país.

El aporte que brindará el presente proyecto en el aspecto económico será fortalecer y mejorar la calidad del servicio que brinda la hostería, de esta manera generar mayor atracción de clientes hacia el lugar, así mismo se evidenciará los recursos de infraestructura que posee como alojamiento, alimentación, transporte entre otros, teniendo suficiente afluencia turística para el fortalecimiento de esta empresa, contribuyendo al desarrollo como una alternativa para mejorar la calidad del servicio, generando fuentes de empleo y disminuyendo la migración.

En la parte social, el proyecto pretende proporcionar a los clientes momentos amenos con familiares, amigos, compañeros y conocidos, debido a que ellos se ven en la necesidad de disfrutar de la gastronomía, de las actividades de recreación, de eventos sociales, entre otros, por lo cual piensan en estos espacios para satisfacer sus necesidades.

En la presente investigación se justifica ambientalmente, mediante el manejo

responsable y consciente de la manipulación de alimentos, de residuos que genera la empresa, promoviendo buenas prácticas ambientales mediante el uso adecuado de los recursos existentes en especial de los turísticos a través del uso sostenible de las alternativas turísticas a identificar, beneficiando a la población en su conjunto.

De acuerdo a lo académico como estudiante de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, mediante este proyecto, poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los periodos de enseñanza y aprendizaje académico de la carrera, y sea un documento de fuente de consulta para futuras generaciones o para la institución del GAD, además de ser un requisito para la obtención del Título de Ingeniera en Administración Turística.

## **4.- OBJETIVOS**

### **4.1.- OBJETIVO GENERAL**

- Analizar la calidad del servicio que presta la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe.

### **4.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar el diagnóstico de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe.
- Evaluar la calidad del servicio al cliente que ofrece la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe.
- Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe.

## **5.- MARCO TEÓRICO**

### **5.1.- MARCO CONCEPTUAL**

#### 5.1.1.- Análisis

##### 5.1.1.1.- Análisis de calidad

##### 5.1.1.2.- Análisis de la calidad turística

#### 5.1.2.- Calidad

##### 5.1.2.1.- Concepto

##### 5.1.2.2.- Elementos

##### 5.1.2.3.- Características

##### 5.1.2.4.- Clasificación

#### 5.1.3.- Análisis de la calidad

#### 5.1.4.- Calidad de servicio

#### 5.1.5.- Desplazamiento

#### 5.1.6.- Servicio

##### 5.1.6.1.- Concepto

##### 5.1.6.2.- Características

#### 5.1.7.- Servicio al cliente

#### 5.1.8.- Hosterías

##### 5.1.8.1.- Concepto



- 5.1.8.2.- Actividades
- 5.1.8.3.- Tipos de servicios
- 5.1.8.4.- Clasificación
- 5.1.9.- Cliente
  - 5.1.9.1.- Concepto
  - 5.1.9.2.- Tipos de cliente
- 5.1.10.- Satisfacción
- 5.1.11.- Turismo
  - 5.1.11.1.- Tipología
- 5.1.12.- Sistema de calidad
- 5.1.13.- Sistema de calidad de servicio
- 5.1.14.- Normas de calidad turística
- 5.1.15.- Gestión de calidad
- 5.1.16.- Normas ISO
  - 5.1.16.1.- Concepto
  - 5.1.16.2.- Clasificación
  - 5.1.16.3.- Guías para implementar sistemas de calidad de gestión de calidad
- 5.1.17.- Método SERVQUAL

5.1.17.1.- Concepto

5.1.17.2.- Características

5.1.17.3.- Cuestionario

5.1.17.4.- Dimensiones

## **5.2.- MARCO REFERENCIAL**

5.2.1.- Generalidades del cantón Yantzaza

5.2.1.1.- Antecedentes históricos

5.2.2.- División Política

5.2.2.1.- Parroquias Urbanas

5.2.2.2.- Parroquias Rurales

5.2.3.- Aspectos Geográficos

5.2.3.1.- Ubicación

5.2.3.2.- Altitud

5.2.3.3.- Superficie

5.2.3.4.- Limites

5.2.3.5.- Mapa

5.2.4.- Aspectos Económicos

5.2.4.1.- Población

5.2.4.2.- Economía

5.2.4.3.- Comercio

5.2.4.4.- Turismo

5.2.5.- Aspectos Sociales

5.2.5.1.- Cultura

5.2.5.2.- Tradición

5.2.6.- Aspectos Turísticos

5.2.6.1.- Atractivos Naturales

5.2.6.2.- Atractivos Culturales

5.2.6.3.- Planta Turística

## 6.- METODOLOGÍA

Para la elaboración y cumplimiento del objetivo específico número uno: “Realizar el diagnóstico de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”. Se utilizará el método analítico, el cual nos permitirá realizar un análisis del entorno de la Hostería Tierra Dorada, con el propósito de conocer la situación actual de la misma. También se utilizará la investigación descriptiva, esta permitirá establecer hechos y las diversas características de esta empresa turística. Se utilizará también una ficha de evaluación a la empresa, la misma que permitirá recopilar la información directa aplicada a los prestadores del servicio donde se obtendrá información más pertinente. También se elaborará una matriz FODA a partir de los datos que obtendrá, en la matriz se identificará puntos fuertes y debilitantes, que mostrarán la existencia de la situación actual de la empresa.

Para la elaboración y cumplimiento del objetivo específico número dos: “Evaluar la calidad del servicio al cliente que ofrece la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”. Se utilizará el modelo SERVQUAL el mismo que permitirá evaluar la calidad de servicio basado en cinco dimensiones, (Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía, Elementos Tangibles), este es un instrumento de mejora y nos facilita la medición del cliente en el grado de satisfacción. A través de encuestas que se aplicarán a los clientes de la Hostería Tierra Dorada, se tomará una muestra de la población real o efectiva para la hostería. Se utilizará también el enfoque cuantitativo, cuyo enfoque permitirá conocer la muestra para las encuestas a aplicar a los clientes que acuden con frecuencia a estos establecimientos, con el propósito de realizar las tabulaciones precisas sobre los problemas de la calidad de los servicios de las hosterías. También se utilizará el enfoque cualitativo, el mismo que facilitará la descripción de las cualidades de un fenómeno. Este enfoque ayudará a

comprender de una manera diferente los requerimientos complejos de los clientes.

Para la elaboración y cumplimiento del objetivo específico número tres: “Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe”. Se utilizará el método deductivo con el fin de analizar los datos de la muestra, se cumplirá a través de la elaboración de una matriz de estrategias donde se detallará los procesos de las actividades que se realizan en la hostería enfocados a la calidad de los servicios ofrecidos, esta herramienta tendrá parámetros como: tema, problema, acciones a desarrollar, meta, alcance, actividades a corto y largo plazo, tiempo, recursos y un control para las todas las falencias detectadas.

Así mismo de debe realizar un método participativo, donde el propietario, expertos en la materia y tesista generen ideas a través de talleres, reuniones y capacitación que permita la solución de los problemas en la Hostería Tierra Dorada.

## 7.- CRONOGRAMA

**Cuadro Nº 1. Cronograma**

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Primer Objetivo:</b> "Realizar el diagnóstico de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe".																								
Describir la empresa			X	X																				
Ficha de evaluación de la empresa					X	X																		
Matriz FODA							X	X																
<b>Segundo Objetivo:</b> "Evaluar la calidad del servicio al cliente que ofrece la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe".																								
Calculo de la muestra									X	X														
Diseño de la encuesta											X													
Aplicación de la encuesta												X	X											
Tabulación de resultados														X										
Análisis cuantitativo y cualitativo															X									
Conclusiones																X								
<b>Tercer Objetivo:</b> "Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe".																								
Tema																	X							
Acciones																	X	X						
Meta																			X					
Alcance																				X				
Tiempo																					X			
Recursos																						X		
Control																								X

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

## **8.- PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

Para el desarrollo de la presente investigación se contará con los siguientes recursos y presupuestos para cubrir con todas las actividades planificadas.

### **8.1.- Recursos Humanos**

La investigación estará a cargo de la estudiante Verónica Liliana Tene Pauta

Director de tesis.

### **8.2.- Recursos Materiales**

- Útiles de oficina.
- Copias.
- Impresiones.
- Empastados.
- Material bibliográfico.
- Grapadora.
- Perforadora.
- Anillados.
- Hojas.
- Carpetas.
- Transporte.
- Alimentación.
- Otros.
- Imprevistos.

### **8.3.- Recursos Técnicos**

- Laptop.
- Internet.

- Grabadora.
- Cámara fotográfica.
- Pen Drive.

#### 8.4.- Recursos Empresariales o Institucionales

- Aporte empresarial.
- Aportes institucionales.

**Cuadro Nº 2. Presupuesto**

Recursos	Gastos		
<b>Recursos Humanos</b>	Verónica Liliana Tene Pauta		
Tesista			
Director			
<b>Recursos Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Útiles de oficina (grapadora, perforadora, otros)	5	\$20.00	\$100.00
Impresiones	40	\$0.05	\$2.00
Anillados	5	\$1.50	\$7.50
Empastados	3	\$5.00	\$15.00
Copias	30	\$0.03	\$1.00
Transporte	2	\$5.00	\$10.00
Alimentación	3	\$3.00	\$9.00
<b>Recursos Técnicos</b>			
Laptop	1	\$700.00	\$700.00
Internet	1	\$20.00	\$20.00
Grabadora	1	\$70.00	\$70.00
Cámara fotográfica	1	\$400.00	\$400.00
Pen Drive	1	\$10.00	\$10.00
<b>Recursos Empresariales o Institucionales</b>			
Información GADS			
Aportes institucionales			
<b>Total</b>			\$1,444.50

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

#### FINANCIAMIENTO

El financiamiento asume totalmente la tesista.



## 9. BIBLIOGRAFÍA

Carolina, P. T. (2017). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de repositorio.ug.edu.ec:<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/23460/1/CD.%20TESIS%20DIANA%20CAROLINA%20PITA%20TUMBACO.pdf>

Enrique, U. M. (2011). *www.researchgate.net*. Obtenido de [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net):[https://www.researchgate.net/publication/282330808\\_Marco\\_teorico\\_del\\_servicio\\_y\\_de\\_la\\_calidad\\_de\\_un\\_modelo\\_de\\_gestion\\_de\\_calidad\\_en\\_el\\_servicio\\_al\\_cliente\\_para\\_las\\_grandes\\_superficies\\_de\\_la\\_ciudad\\_de\\_lbage](https://www.researchgate.net/publication/282330808_Marco_teorico_del_servicio_y_de_la_calidad_de_un_modelo_de_gestion_de_calidad_en_el_servicio_al_cliente_para_las_grandes_superficies_de_la_ciudad_de_lbage)

Gijón, A. d. (s.f.). *impulsa.gijon.es*. Obtenido de [impulsa.gijon.es](http://impulsa.gijon.es):[https://impulsa.gijon.es/multimedia\\_objects/download?object\\_type=document&object\\_id=91344](https://impulsa.gijon.es/multimedia_objects/download?object_type=document&object_id=91344)

Chinchipe, G. d. (s.f.). *www.gobernacionzamora.gob.ec*. Obtenido de [www.gobernacionzamora.gob.ec](http://www.gobernacionzamora.gob.ec/turismo/):<http://www.gobernacionzamora.gob.ec/turismo/>

OMT, O. M. (2017). *El turismo: un fenómeno económico y social*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/porque-el-turismo>

José Luis Nieto González, I. M. (2016). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de [dialnet.unirioja.es](http://dialnet.unirioja.es):  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665915>

*www.isotools.org*. (s.f.). Obtenido de [www.isotools.org](http://www.isotools.org):  
<https://www.isotools.org/normas/> Andrés, C. L. (2015). *dspace.uazuay.edu.ec*. Obtenido de [dspace.uazuay.edu.ec](http://dspace.uazuay.edu.ec):  
<http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5791/1/12111.pdf>

Emilio, U. L. (s.f.). *riuma.uma.es*. Obtenido de [riuma.uma.es](http://riuma.uma.es):  
<https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/2748/Tesis.pdf>

## **11.2. Anexo Nº 2 Marco Legal**

### **Introducción**

#### Capítulo I

#### DE LOS ALOJAMIENTOS

#### Sección I

#### Disposiciones Generales

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

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

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

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.

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

Grupo 1.- Alojamiento Hoteleros.

**Cuadro 76 Alojamientos Hoteleros**

Subgrupo 1.1. Hoteles.	1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas). 1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas). 1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).
Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.	1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas). 1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas). 1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).
Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas). 1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas). 1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas). 1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas). (Ministerio de Turismo, 2017)

**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

Grupo 2.- Alojamientos Extra hoteleros.

**Cuadro 2 Alojamientos Extra hoteleros**

Subgrupo 2.1.	Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
Subgrupo 2.2.	Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).
Subgrupo 2.3.	Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas). (Ministerio de Turismo, 2017)

**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Art. 4.- Nomenclatura.- La nomenclatura que se usará para cada actividad será la siguiente:

ACTIVIDAD NOMENCLATURA

**Cuadro 77 Actividad Nomenclatura**

Hotel H
Hotel Residencia HR
Hotel Apartamento HA
Hostal HS
Hostal Residencia HSR
Pensión P

Hostería HT
Motel M
Refugio RF
Complejo Vacacional CV
Campamento Turístico o Silueta frontal de "carpa"
Camping con indicativo de categoría
Apartamento AP
Cabaña C (Ministerio de Turismo, 2017)

**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

Art. 5.- Placas distintivas. - Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría. El Ministerio de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 6.- Uso de denominaciones. - Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Art. 7.- Modificaciones en los establecimientos. - Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación al Ministerio de Turismo.

## Sección 6

### Hostería, Refugios, Moteles y Cabañas

Art. 23.- Hostería. - Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 24.- Refugio. - Es refugio todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general. Su capacidad no podrá ser menor a seis piezas y podrán prestar sus servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño, o dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres, que pueden contar con literas.

Art. 25.- Motel.- Es motel todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximo a las carreteras, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las veinticuatro horas del día.

En los moteles, los precios por concepto de alojamiento serán facturados por día y persona, según la capacidad en plazas de cada departamento, y serán abonados en el momento de la admisión de los huéspedes, salvo convenio con el cliente.

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;

c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,

d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 28.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

b) Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de recepción;

c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,

d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 29.- Hosterías; refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción;

b) Teléfono público en la recepción;


c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,

d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 30.- Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas, cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo. (Ministerio de Turismo, 2017)

### 11.3. Anexo N° 3 Matriz de diagnóstico para el establecimiento de alojamiento turístico

#### 11.3.1. Matriz de Datos Generales del Establecimiento

<b>MATRIZ DE DIAGNÓSTICO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO HOSTERÍA TIERRA DORADA</b>	
 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b>	
<b>DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO</b>	
<b>ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b> FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA	
<b>Identificación del establecimiento</b>	
Nombre del establecimiento	Hostería Tierra Dorada
R.U.C.	1900172568001
Teléfono	3038152
Fax	No tiene
E-mail	<a href="mailto:hosteriaterradorada@hotmail.com">hosteriaterradorada@hotmail.com</a>
Pag-Web	No tiene
<b>Ubicación del establecimiento</b>	
Provincia	Zamora Chinchipe
Cantón	Yantzaza
Parroquia rural o ciudad	Yantzaza
Sector	Barrio Vista Hermosa
Dirección	Av. Rafael Pullaguari, Km 1,5 Vía a Los Hachos
Referencia	Cerca del puente del amor
<b>Responsable del establecimiento</b>	
Nombre del propietario	George Salvador Fernández Quezada
Profesión	Comerciante
Cedula de identidad	1900172568
Teléfono	0985073458
Cargo/Función	Gerente
Nombre representante legal	George Salvador Fernández Quezada
<b>Información del establecimiento</b>	
Fecha de creación	15 de agosto de 2010




Razón social del establecimiento	Hostería Tierra Dorada							
Nombre de la actividad	Alojamiento							
Tipo de actividad	Hostería							
Categoría	Tercera categoría							
Tipo de organización (persona natural o jurídica)	Persona natural							
Visión	Ser una empresa líder en el medio, reconocida por su profesionalismo y espíritu de servicio, cumpliendo con estándares de calidad y buenas prácticas, en un ambiente natural propio para el descanso, convirtiéndose en un puente entre el mundo urbanizado y la naturaleza.							
Misión	Dar lo mejor de cada uno, buscando siempre el bienestar de sus clientes.							
Miembros o accionistas del establecimiento	- George Salvador Fernández Quezada (Gerente) - Hilda Graciela Saavedra García (Subgerente)							
Número de habitaciones	24 habitaciones							
	Sencillas	Dobles	Triples	Cuádruples	Matrimoniales	Apartamentos	Cabañas	Otros
	11	6	0	2	3	0	2	----
Número de Plazas	Aproximadamente 70 plazas							
Organigrama estructural del establecimiento	No tiene organigrama estructural establecido, pero lo consideran de la siguiente forma:  Administración - Gerente - Subgerente Cocina - Chef - Subchef - Stewar - Mesero Limpieza - Mucama - Ayudante de mucama - Persona de lavandería - Persona de limpieza Jardinería - Jardinero Seguridad - Guardia							
Número de empleados	11 empleados							
Número de personas que laboran en el establecimiento	13 personas laborando (8 estables y 5 fines de semana)							
Alianzas/Convenios	- Empresa Minera Lundin Gold							

- Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja
<b>Servicios que ofrece el establecimiento</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alojamiento.</li> <li>- Alimentación.</li> <li>- Áreas deportivas.</li> <li>- Piscina para niños y adultos – Hidromasaje – Baño turco – Sauna – Cascada artificial.</li> <li>- Deportes extremos.</li> <li>- Juegos infantiles y mesa de billar.</li> <li>- Servicio de lavandería.</li> <li>- Servicio a la habitación.</li> <li>- Internet gratuito.</li> <li>- Parqueadero gratuito.</li> <li>- Mirador o casa del árbol.</li> <li>- Caminatas por senderos y avistamiento de aves.</li> <li>- Áreas para recepciones y eventos.</li> <li>- Avistamiento de avestruces.</li> <li>- Helipuerto para los visitantes.</li> </ul>

**Fuente:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

### 11.3.2. Matriz de Requisitos de Entidades Reguladoras

 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b>		<b>REQUISITOS DE ENTIDADES REGULADORAS</b>	<b>ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b> FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA				
			<b>CUMPLIMIENTO</b>		<b>PERÍODO DE DURACIÓN</b>		<b>OBSERVACIÓN</b>
<b>VARIABLE</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	<b>FECHA DE VENCIMIENTO</b>	
<b>Servicio de Rentas Internas (SRI)</b>							
RUC	Registro Único de Contribuyente para empresas.	Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI)	x				
Factura	Documento que se entrega por la compra y venta de un producto o servicio.	Pago de IVA 12%	x				
<b>Municipio del cantón Yantzaza</b>							

Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales	Contribución impuesta y cobrada por el municipio sobre el volumen de negocios (ingreso bruto) a toda empresa dedicada a la prestación de cualquier servicio, industria o negocio.	El pago de un valor en dólares cada 12 meses sobre el ingreso bruto del establecimiento.	x				
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.	x				
		Extintor con carga vigente.	x				
		Pago anual de permiso de funcionamiento contra incendios.	x				
		Señalética en caso de emergencia. (números de emergencia).	x				
Registro generador de desechos sanitarios	Manejo adecuado de tipos de residuos.	Basureros para residuos orgánicos.	x				
		Basureros para residuos inorgánicos.	x				
Carnet de salud de todo el personal	Examen clínico de aptitud laboral, obligatorio, para que todo ciudadano/a ejerza su actividad laboral.	Certificado otorgado por la dirección provincial de salud.		x			No obligatorio
Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)	Permiso de funcionamiento.		x				
<b>Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARHC)</b>							
		Cilindros de 45 kg. utilizarán en conjunto técnico industrial autorizado por el INEN.	x				También utiliza gas de uso común.
		Cantidad y periodo de tiempo de carga.	x				
		Permiso de transporte.	x				

Gas industrial	Reglamento técnico de comercialización de gas licuado.	Señalética (peligro gas inflamable, prohibido fumar, prohibida la entrada sin autorización, colocar arrestallamas).	x				
		Infraestructura de almacenamiento (ubicación adecuada de bombonas, tener montículo, roció de agua, regulador de presión, las redes externas libres, la unión de tuberías por soldadura o acero forjado, distancia de tubería de 20 cm de otras instalaciones, mantenimiento de tuberías, utilizar la mínima cantidad de empates para instalación).	x				
<b>Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos (SNGR)</b>							
Plan de contingencia	Estructura operativa y que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas.	Botiquín de primeros auxilios.	x				
		Megáfono.	x				
		Lámparas de emergencia o linternas.	x				Lámparas.
		Vías de evacuación señalizadas.	x				
		Puertas de emergencia funcionales.		x			Debido a que es una zona abierta.
		Señalética informativa en el local.	x				
		Sistema de alarma/sirena/timbre/campana.	x				Sirena.
		Zonas de seguridad.	x				
		Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios).		x			
Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).	x						
<b>Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)</b>							
Condiciones sanitarias para el personal	Requerimientos necesarios para manipular los alimentos y bebidas de un restaurante dentro de una hostería.	No se debe manipular simultáneamente alimentos y otros objetos que causen contaminación.	x				
		Lavado y desinfección de manos, antes y después de ingresar al área de manipulación y de hacer uso de los servicios higiénicos.	x				
		Se debe usar delantal limpio y en buen estado.	x				
		Es obligatorio llevar el cabello recogido y usar redecilla para cabello, cofia o gorro.	x				Utilizan redecilla.
		En caso de llevar barba o bigote es indispensable el uso cubre boca.	x				
		Mantener las uñas limpias, cortas y sin esmalte.	x				
		No se debe usar joyas.	x				

		Evitar toser, masticar chicle, comer, fumar o beber en el trabajo.	x				
Otras condiciones sanitarias	Requerimientos necesarios para manipular los alimentos y bebidas de un restaurante dentro de una hostería.	Aplicar un programa preventivo contra plagas, se evidenciará los registros de control.	x				Mediante el uso de extintor.
		No se permite la comercialización de productos caducados.	x				
		Los alimentos y bebidas que se venden deben tener registro sanitario.	x				
		Los productos congelados descongelarlos colocándolos en refrigeradora durante el tiempo que demore el proceso de descongelamiento.	x				
		Los alimentos no pueden estar en contacto con el piso por ningún motivo.	x				
		El personal debe estar capacitado y conocer las normas de higiene y manipulación de alimentos.	x				
		Verifique fechas de caducidad de los alimentos con los que prepara la comida.	x				
		Las verduras deben estar separadas del resto de alimentos.	x				
		Las carnes deben estar siempre refrigeradas.	x				
		Los productos predecibles deben estar en su propia despensa.	x				
Condiciones de la infraestructura	Requerimientos necesarios para manipular los alimentos y bebidas de un	El piso y paredes deben encontrarse limpios y en buenas condiciones.	x				
		Las mesas y sillas deben estar en buenas condiciones y limpias.	x				
		Los basureros deben tener tapa de pedal y funda.	x				
		El techo debe encontrarse en buenas condiciones y limpio.	x				
		Las instalaciones eléctricas deben encontrarse en buenas condiciones, evitándose la presencia de cables colgantes y la acumulación de polvo.	x				Limpieza tres veces al año.
		La iluminación del establecimiento debe permitir visualizar sin dificultad los objetos, áreas, equipos, etc.	x				
		Las luces que se encuentran en el área de manipulación de alimentos deben encontrarse con protección.	x				

	restaurante dentro de una hostería.	El área de manipulación de alimentos debe tener suficiente ventilación o caso contrario debe contar con un extractor de olores.	x				
		La distribución del establecimiento debe permitir una fácil limpieza.	x				
		El suministro de agua que se use en las instalaciones para la limpieza debe ser agua potable o tratada y estará aislada de la tubería de aguas servidas.	x				Agua potable.
		Los servicios higiénicos deben ser independientes para hombres y mujeres, alejados del área de producción.	x				
		Los servicios higiénicos deben estar provistos de papel higiénico, jabón líquido, toallas de papel, dispensador de gel desinfectante y basureros con tapa de pedal.	x				
Condiciones sanitarias de equipos y utensilios	Requerimientos necesarios para manipular los alimentos y bebidas de un restaurante dentro de una hostería.	Menaje (cucharas, cuchillos, manteles, etc.) en buen estado y limpio.	x				
		Evitar el uso de utensilios y tablas de picar de madera para la preparación de alimentos.	x				Utilizan de material plástico.
		Refrigeradores limpios y en buen estado para mantener la cadena de frío del producto.	x				
		Vitrinas, exhibidores y perchas deben estar en buen estado y limpios.	x				
		Los utensilios deben ser de material no corrosivo y que sean de fácil limpieza, estos deben encontrarse limpios y desinfectados antes y después de cada uso.	x				De material plástico.
		Se debe dar mantenimiento permanente a las cocinas, hornos y demás equipos.	x				Una vez a la semana.
		Contar con un programa de limpieza y desinfección.	x				Limpieza diariamente.
		Los equipos y utensilios que se encuentren en mal estado y ya no se utilicen deberán encontrarse fuera del área de manipulación.	x				
<b>Ministerio del Interior – Intendencia General de Policía y Comisaria</b>							
	Según acuerdo ministerial 887 considera que los permisos de funcionamiento locales y establecimientos dentro de su categorización N°	Registro del establecimiento en la página de Ministerio del Interior.	x				
		Permiso de uso de suelo.	x				

Controles rutinarios por parte de la intendencia de policia	8 para hospedajes estos podrán expender bebidas alcohólicas exclusivamente a sus clientes acompañados con alimentación y el horario de funcionamiento será de 24 horas todos los días de la semana en caso de moteles se prohibirá el ingreso a menores de 18 años.	Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas.	x				
<b>Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS)</b>							
Accesibilidad	Grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física o de sus facultades cognitivas, puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura.	Rampas para silla de ruedas.	x				
		Sistema braille.		x			
		Lenguaje de señas		x			
		Baños adecuados.	x				En habitaciones 2
		Personal entrenado o capacitado.		x			
		Asistencia de animales adiestrados.		x			
		Parqueadero identificado para personas con discapacidad.	x				
<b>Ministerio del Ambiente (MAE)</b>							
Registro ambiental	Se debe registrar la operación de actividades de alojamiento.	Obtener de cumplimiento inmediato con un costo de 180\$ para establecimientos que cuenten de 1 a 50 habitaciones.		x			
	Acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo	Distintivo de empresa ecoeficiente.		x			
		Gestión de desechos.	x				
		Gestión de papel.		x			
		Consumo de agua.	x				Mediante letreros que promueven el uso eficiente de consumo de agua.

Reconocimiento de las buenas prácticas ambientales	que causan lo procesos productivos a través de cambios en la organización de los procesos y las actividades.	Consumo de energía eléctrica.		x			Mediante letreros que promueven el uso eficiente de consumo de energía eléctrica.	
		Gestión de compras responsables.			x			
		Manejo de aguas residuales		x				Mediante pozo de oxidación.
		Personal capacitado en aspectos ambientales.			x			
<b>Ministerio del Trabajo</b>								
VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		PAGOS		OBSERVACIÓN	
			SI	NO	A TIEMPO	PENDIENTE		
Rol de pagos	Documento global que realiza toda empresa para llevar el control de la información del costo total mensual unificado que se cancela a cada trabajador o empleado por sus servicios en la empresa.	Sueldo en base a lo estipulado en el código de trabajo.		x				
		Remuneración puntual a los empleados.	x				Reciben su remuneración diariamente.	
		Pago a trabajadores de planta.	x					
		Pago a trabajadores eventuales.	x					
		Pago de horas extras.	x					
		Pago por contrato.	x					
		Decimocuarta remuneración.		x				
		Decimotercera remuneración.		x				
		Fondo de reserva		x				
		Pago del 15% de utilidades.		x				
		Pago del 10% de servicios.		x				
		Aporte patronal 12,15%.		x				



Aporte Seguro Social de Empleados	Procedimiento a través del cual una persona ingresa a una corporación, institución, obra social, sindicato, otros, como parte integrante de la misma, generándose además una constancia de la mencionada pertenencia.	Aporte personal 9,45%.		x			
Uniforme para el personal	Traje especial que usan los miembros de un grupo u organización mientras participan en la actividad de ésta.		x				El personal de servicio y del área de cocina utilizan camiseta, con el logotipo de la empresa.
Otras obligaciones		Vacaciones	x				Una vez al año
		Afiliación al seguro.		x			
		Lleva registro de los trabajadores.		x			Cada empleado conoce su hora de entrada y salida.
		Permisos por ausencia sujetas al reglamento.	x				
		Otorgamiento de certificados relativos a su trabajo.	X				
		Atiende reclamos.	X				
		Facilita la inspección y vigilancia de autoridades competentes.	x				
Proporciona adecuadas herramientas para que el personal de servicio desarrolle su trabajo.	x						

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Verónica Liliana Tene Pauta

### 11.3.3. Matriz de Requisitos para Hostería, Hacienda Turística, Lodge – 3 Estrellas

 <b>REQUISITOS PARA HOSTERÍA, HACIENDA TURÍSTICA, LODGE – 3 ESTRELLAS</b> 				
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Condiciones mínimas</b>	Contar con infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento.	x		
	Contar con condiciones básicas de limpieza e higiene.	x		
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Requisitos generales</b>	Contar con sistema de iluminación de emergencia.	x		
	Contar con zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, identificadas y señalizadas, según las disposiciones de la Autoridad competente.	x		
	Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente.		x	
	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes.		x	
	Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento.		x	
	En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento.	x		
	Contar con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos.	x		
	Contar con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir.		x	No dispone de área de fumadores debido a que es una zona abierta.
	Contar con áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas.	x		Rampas, parqueadero y 2 habitaciones para personas con discapacidad.
Contar con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso	x			

	común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal.			
	Contar con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal.	x		
	Contar con el número de piso debidamente identificado y señalizado.	x		
	Contar con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas.	x		
	Contar con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas.	x		
	Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en la recepción.	x		
	Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo).	x		El personal de servicio utiliza camiseta con el logo de la empresa y el personal de cocina utiliza camiseta y delantal.
	Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped.	x		A blanco y negro.
	Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo.	x		
	Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.	x		
	Contar con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo.	x		Cámara ubicada en el área de recepción.
	Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se preverá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato.	x		
	Contar con filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera.	----	----	No aplica.
	Contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.		x	
	Contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje es de 110V y 220V, debidamente señalizado.	x		
<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CUMPLIMIENTO</b>		<b>OBSERVACIONES</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
	Contar con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deben contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente.	x		Cuenta con rampas para silla de ruedas, 2 habitaciones con baños adecuados y parqueadero identificado para personas con discapacidad.

<b>Infraestructura</b>	Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento.	x		
	Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas, y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación).	x		
	Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.	x		
	Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas, áreas con uso de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).	x		
	Contar con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).		x	Solo cuenta en cuartos de baño y aseo.
	Contar con áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes	x		
	En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco.		x	Debido a que es una zona abierta, por ende no cumple con la normativa de la Ley Orgánica para la Regulación y Control del Tabaco.
	Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.	x		
	Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros).	x		
	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros.	x		
Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos.	x			
<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CUMPLIMIENTO</b>		<b>OBSERVACIONES</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
<b>Servicios</b>	Contar con servicio de agua las veinticuatro horas.	x		
	Contar con servicio de custodia de equipaje.	x		
	Contar con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio.	x		En todo el establecimiento
	Contar con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento.	x		
	Contar con servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.	x		Servicio de recepción.
	Contar con servicio diario de limpieza.	x		

	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.	x		Cuenta con plan de contingencia.
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Cuartos de baño y aseo en áreas comunes, que cuenten con excelentes condiciones de limpieza</b>	Contar con cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.	x		
	Contar con cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar.	x		
	Contar con cuartos de baño y aseo equipados con: Inodoro con asiento y tapa; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Tomacorriente; Basurero con funda y tapa; Dispensador de jabón de pared o desechable; Jabón líquido; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables; Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo; Papel higiénico; Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del servicio higiénico; Gel desinfectante de manos; Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Cartilla de control de limpieza.	x		No cuenta con cartilla de control de limpieza.
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Habitaciones</b>	Contar con un mínimo de 5 habitaciones.	x		24 habitaciones, 70 plazas aproximadamente.
	Contar con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.	x		
	Contar con camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza.	x		Camas de dos plazas y media; y de dos plazas. Sofá cama de una plaza y media.
	Las habitaciones deben contar con el siguiente equipamiento: Colchón; Protector de colchón; Sábanas; Cobija(s); Cubrecama, edredón o plumón; duvet; Almohada(s) por plaza; Protector de almohada; Al menos un velador o mesa de noche; Basurero.	x		
	Contar con cobija extra a petición del huésped.	x		
	Contar con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.	x		
	Contar con teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.		x	Ninguna habitación cuenta con teléfono. Si el huésped desea comunicarse con las áreas de servicio puede hacerlo a los teléfonos: 3038152 – 0997500294 o acercarse personalmente

	Contar con informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.	x		
	Contar con agua para consumo en la habitación.	x		
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Cuarto de baño y aseo privado y/o compartido (para los casos que aplique), que cuenten con excelentes condiciones de limpieza</b>	Contar con cuartos de baño y aseo privados y/o compartidos equipados con: Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso; Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas); Inodoro con asiento y tapa; Basurero con tapa; Toallero y/o gancho; Jabón en lavamanos; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables (aplica para el caso de cuartos de baño y aseo compartidos); Porta papel dentro del área de cuarto de baño y aseo privado; Portapapel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo compartido; papel higiénico.	x		1 habitación con tina, el resto de habitaciones con ducha.
	Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.	x		
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Instalaciones generales</b>	Contar con generador de emergencia para suministro de energía eléctrica en servicios básicos: salidas de emergencia, pasillos y áreas comunes.	x		
	Contar con sistema de protección contra insectos.	x		Cuenta con extintor para protección contra insectos.
	Contar con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.	x		
	El establecimiento debe contar con por lo menos 4 de los siguientes servicios/actividades/ubicación: 1) Piscina; 2) Hidromasaje; 3) Baño turco; 4) Sauna; 5) SPA; 6) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales; 7) Salones y/o áreas para eventos; 8) Vinculación a una actividad agropecuaria; 9) Realizar caminatas; 10) Realizar cabalgatas; 11) Realizar rodeos; 12) Vinculación de la comunidad local en las actividades turísticas realizadas por el establecimiento; 13) Equipo de uso diario para actividades del establecimiento (al menos botas de caucho y poncho de aguas); 14) Juegos de salón (mesas de billa y/o billar, mesas de ping pong). 15) Áreas deportivas. 16) Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la autoridad competente.	x		Cuenta con una cascada artificial, deportes extremos (paintball y canopy, con sus respectivos implementos de seguridad), avistamiento de aves, cuenta con un mirador y dispone de áreas amplias de césped que sirven de helipuerto para sus visitantes.
	Contar con áreas de uso exclusivo para el personal: Cuartos de baño y aseo. Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros). Área de comedor.	x		

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Área de clientes - General</b>	Contar con área de vestíbulo y recepción (con mobiliario).	x		
	Contar con restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento, que incluya servicio de cafetería.	x		
	Contar con servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped.	x		
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Área de clientes - Habitaciones</b>	Contar con el 2% de habitaciones para personas con discapacidad, del total de habitaciones con las que cuenta el establecimiento. Según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	x		Dispone de 2 habitaciones para personas con discapacidad, lo cual representa el 8.33%.
	Contar con habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.	x		
	Contar con acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.	x		
	Contar con casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.	x		Casilleros de seguridad.
	Contar con sistema de cierre para puerta de acceso a la habitación.		x	
	Contar con almohada extra a petición del huésped.	x		
	Contar con portamaletas.		x	
	Contar con clóset y/o armario.	x		
	Contar con silla, sillón o sofá.	x		
	Contar con funda de lavandería.		x	
	Contar con luz de velador.		x	
	Las habitaciones del establecimiento deben contar con cortina o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.	x		Cortinas.
	Contar con servicio telefónico o sistema de comunicación que permita la comunicación desde la recepción hacia la habitación y viceversa.		x	No cuenta con servicio telefónico. Si el huésped desea comunicarse con recepción puede hacerlo a los teléfonos: 3038152 – 0997500294 o acercarse personalmente
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Área de clientes - Cuarto de baño y aseo privado</b>	Contar con agua caliente disponible en ducha y/o tina en cuarto de baño y aseo privado.	x		
	Ofrecer toalla de cuerpo y de manos por huésped.	x		También ofrece toalla para pies.

	Contar con toalla de piso para salida de tina y/o ducha.	x		
	Contar con los siguientes amenities de limpieza: Champú, Jabón, Papel higiénico de repuesto.	x		
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>Servicios</b>	Contar con servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.		x	
	Al menos el 10% del personal del establecimiento cuenta con certificación en competencias laborales o son profesionales, y se encuentran en las áreas operativas y administrativas del establecimiento. Para el cumplimiento del 10%, el establecimiento deberá contar con personal profesional o con certificación en competencias laborales de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente: Primer año: 5% del personal profesional o certificado en competencias laborales, Segundo año: 5% del personal profesional o certificado en competencias laborales.		x	Cuenta con un trabajador profesional (chef), lo cual representa el 7.69%
	Al menos el 10% del personal del establecimiento habla al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped. Para el cumplimiento del 10%, el establecimiento deberá contar con personal que hable al menos un idioma extranjero de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente: Primer año: 5% de personal que hable al menos un idioma extranjero, Segundo año: 5% de personal que hable al menos un idioma extranjero.		x	Cuenta con un trabajador (repcionista) que domina un idioma extranjero (ingles), lo cual representa el 7.69%
	En caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, debe contar con al menos pozo séptico.	x		Cuenta con pozo séptico.
	Contar con un plan de seguridad y atención de emergencias.	x		Plan de contingencia.
	Contar con servicio de primeros auxilios.		x	
	Contar con señalética de los servicios y áreas de uso común del establecimiento.	x		
	Contar con plancha a disposición del huésped.	x		
	Contar con servicio telefónico y/o equipos que permitan la comunicación hacia el exterior del establecimiento.		x	No cuenta con servicio telefonico. Si el huésped desea comunicarse al exterior del establecimiento, puede realizarlo desde recepción.

Fuente: Ministerio de Turismo



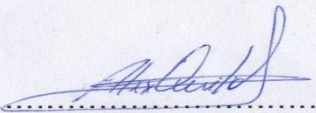
**Elaborado por:** Verónica Liliana Tene Pauta

**Aprobado por:** Ing. Alex Quito Ramón

**Fecha de elaboración:** 20-noviembre-2018



.....  
**Sra. Hilda Graciela Saavedra García**  
**1707920789**  
**Administradora de la Hostería Tierra Dorada**



.....  
**Ing. Alex Quito Ramón**  
**1104751902**  
**Director de Tesis**

## 11.4. Anexo N° 4 Modelo de entrevista

### 11.4.1. Entrevista N° 1 Sra. Hilda Graciela Saavedra García - Administradora de la hostería



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

#### **ENTREVISTA**

Estimado (a)

Agradecería me conteste las siguientes preguntas, con la finalidad de obtener información respecto al servicio prestado por la Hostería Tierra Dorada. Por lo que solicito muy comedidamente a usted se digne brindar la información necesaria, la información obtenida en esta encuesta será manejada confidencialmente y la privacidad de la información será garantizada por el investigador de estudio.

#### **1. ¿A qué se debe el nombre de Tierra Dorada?**

Bueno tenemos que considerar que el oriente es una puerta hacia el dorado, entonces sabemos que esta zona fue uno como decir de los puertos que utilizaban nuestros antepasados para dirigirse hacia el dorado, entonces que mejor tomar ese nombre como para decir que esto es una Tierra Dorada y de ahí es el nombre de nuestro establecimiento.

#### **2. ¿Cuál fue la iniciativa para emprender en esta actividad?**

Bueno nuestro espíritu siempre ha sido el estar creando, estar fomentando el crecimiento de nuestro pueblo, así que nuestra familia había creído conveniente hacer un lugar o una opción más dentro del sector turístico en Zamora Chinchipe, así que hace quince años aproximadamente dijimos bueno vamos a adquirir un terreno o un lugar donde poder realizar un negocio de este tipo y lo hicimos así que aquí estamos.

#### **3. ¿Cómo ha visto la aceptabilidad de los usuarios en la actualidad?**

Bueno creo que las cosas dicen por sí solas, el lugar ha crecido y es gracias a nuestros clientes, a la gente que ha visto de buena forma este establecimiento, así que yo creo que la gente ha respondido muy bien y a eso se debe nuestro crecimiento como empresa hotelera.

**4. ¿Qué producto o servicio considera usted que le ayudo a posesionarse en la mente del consumidor?**

Yo creo que nuestras instalaciones tipo rustico y con acabados de primera.

**5. ¿El incremento de otras empresas ha dificultado el crecimiento de su hostería, y cuál es su estrategia para brindar un mejor servicio?**

Bueno nosotros realmente no vemos a ningún establecimiento como competencia porque nosotros somos nuestra propia competencia, nosotros creemos en lo que hacemos y lo hacemos bien, así que pues si alguien quiere hacerlo bien que lo haga y nosotros no vemos a ningún establecimiento como competencia, realmente nosotros creemos que lo estamos haciendo de la mejor manera, fruto de ello es nuestros clientes que siempre estamos ocupados aquí, siempre estamos llenos, así que ese es el resultado.

**6. ¿Tiene nuevos proyectos para implementar en su empresa?**

Si, seguir creciendo en cuanto a hospedaje, solamente en tema de hospedaje.

**7. ¿Existen promociones de su empresa para clientes habituales, con qué frecuencia lo realizan?**

Bueno nosotros tenemos clientes fijos, realmente tenemos tarifas corporativas y esa es la que de alguna forma nos favorece porque la gente se queda por un buen precio y un buen servicio. Realmente no tenemos establecido cada que tiempo, simplemente lo hemos establecido desde el principio con nuestros huéspedes corporativos así que no tenemos temporadas ni nada.

**8. ¿Qué medios de comunicación y; métodos de marketing y publicidad, usted utiliza para la promoción y difusión de su empresa?**

Netamente para la difusión de nuestra empresa utilizamos el Facebook, ninguna otra más, no tenemos página web, no tenemos otra cosa, ahora estamos incrementando la publicidad en una página que se llama ByB Booking.com y nada más, esos son los únicos medios que hemos utilizado para la publicidad. Al principio nosotros utilizamos lo que es radio, medios impresos y televisión también, de vez en cuando nos visitan canales de televisión que ellos son los que se llevan de alguna forma la publicidad o la información que se difunden en diferentes medios, tenemos todavía trípticos que de alguna forma esos se han difundido.

**9. ¿De qué lugares son los clientes que visitan su hostería?**

Tenemos de diferentes lugares del Ecuador y también del mundo, ósea vienen acá mucha gente extranjera, vienen de Canadá, de Italia, vienen de Alemania, vienen gente que vienen de China, de Japón, de Corea, viene gente de Francia, España, viene de Chile, esa es la gente que nos visita. Con más frecuencia los huéspedes, los pasajeros que vienen aquí por sábado y domingo es de Loja, Cuenca, la gente que viene de trabajo, vienen de Guayaquil, de Quito y de Cuenca.

**10. ¿Qué tipos de clientes visita más su empresa?**

De trabajo.

**11. ¿Qué tipos de capacitaciones y cuantas al año recibe el personal que labora en su empresa?**

Bueno nosotros realmente no ofrecemos capacitaciones a nuestros trabajadores, mayormente más la que ofrecen el Ministerio de Turismo, por ejemplo, a veces en coordinación con el municipio, y también más que todo se hace capacitaciones a título de la empresa mismo, mediante charlas y de acuerdo a las experiencias vividas, esas son lo que mayormente se difunde aquí.

**12. ¿Cómo es el proceso de comunicación interna con su personal de servicio?**

Es directa, es personal y administración.

**13. ¿Cómo considera el ambiente laboral de su personal de servicio?**

Bien creo que yo, como en todas las casas siempre con nuestros trabajadores mantenemos una relación familiar, yo creo que como en todas las familias de repente se pelea y se tiene alguna discrepancia, pero ellos se saben llevar bien, al final pasa y nosotros siempre les hemos tratado de decir que no es nada bueno tener una relación de enemistad entre compañeros que se están viendo todos los días

**14. ¿Cómo es su relación con los proveedores?**

Buena con todos.

**15. ¿Existe algún incentivo para el personal que labora en su empresa?**

Yo creo que el incentivo es el sueldo diario que gana cada uno, de alguna forma ellos reciben al final del año algún paseo, alguna cosa importante para los trabajadores más no.

**16. ¿Qué tipo de problemas detecta en su empresa y que proceso usted utiliza para superarlos?**

Uno de los problemas mayores que se da en nuestro sector creo que es a nivel de la provincia incluso, es la falta de personal capacitado con quien trabajar, entonces aquí lo único que se está trabajando es con personal eventual la gran mayoría especialmente para servicio al cliente, no hay gente, la gente se ha ido a otros lados, está trabajando en otras empresas, quizá que les brindan mayores beneficios y todo eso, entonces ese es uno de los problemas que creo yo es de mayor envergadura.

**17. ¿Qué dificultades a detectado con el personal que labora en su empresa?**

Yo redundaría en lo mismo, la falta de capacitación, ósea la falta de profesionalismo, porque aquí en el medio no es fácil encontrar a una persona

que haga de mucama, ósea no se encuentra fácil una persona que quiera trabajar en lavandería, por ejemplo, en cocina incluso, entonces las que se tiene se los tiene muy bien diríamos adulados para que no se vayan porque de lo contrario no es fácil encontrar.

**18. ¿Realiza el pago del décimo tercero y cuarto sueldo en base a lo estipulado en el código de trabajo?**

Si, al personal que está asegurado, ósea al que tiene seguro si, a los ocasionales no los tengo asegurados, ellos ganan por día.

**19. ¿Tiene un sistema de registro de clientes y cuál es su promedio anual?**

No, bueno tengo de los huéspedes que se hospedan, solo huéspedes, no tengo clientes de que lleguen todos los días y eso no, solamente huéspedes. No los he contado.

**20. ¿Cuál es el menú que ofrece a sus clientes? ¿Qué platos típicos ofrece?**

Tenemos una carta con variedad de productos, en la carta puede guiarse, el menú que les ofrecemos nosotros de lunes a domingo, son variedad, son creo que más de treinta productos o platos que ofrecemos. Los típicos se podría estar la rana, la tilapia, esos son los platos que se han hecho típicos en nuestra zona, así que eso es lo que más se vende acá.

**21. ¿Cómo conoce usted que sus clientes son satisfechos por el servicio que ofrece su empresa?**

Porque regresan, creo que ese es el mayor indicativo de que le gusto al cliente porque regresan, porque si no les gustara simplemente vienen y no regresan nunca más, pero tengo muchos clientes que se van y vuelven.

**22. ¿Cuáles son las expresiones del cliente al ingresar y abandonar la hostería?**

Gran cantidad de clientes cuando ingresan por primera vez se admiran del lugar, dicen yo no sabía que había existido esto, está muy bonito, que lindos acabados, que buena madera, como se llama, y cuando se van muchas felicitaciones porque están en un lugar muy bonito, muy acogedor, habitaciones son de primera, el servicio es de primera, así que muchas gracias, eso nos dicen.

**23. ¿Cuándo existen inconvenientes con sus clientes, a quién se dirigen?**

Se dirigen a mí persona, siempre se les da la razón aunque no la tengan, yo creo que es una buena táctica porque el cliente se siente satisfecho al creer que él está teniendo la razón, depende del problema, porque si el problema por ejemplo es en cuanto a comida, por decir el cliente vino y se quejó de que la comida no le llegó a tiempo por decir que se demoró demasiado le ofrecemos por ejemplo un postre gratis y no le cobramos, por ejemplo una persona vino y dijo que quería una tilapia en salsa de camarones y dijo que él siempre la ha comido a la tilapia frita y luego en salsa de camarones, el procedimiento que no lo hacemos aquí, nosotros normalmente lo hacemos a la plancha y luego con salsa de camarones, entonces le explicamos y le dijimos que la pruebe, que le pareció porque es una preparación que nosotros la hacemos y le explicamos que lo frito tiene más carga de grasa y todo lo demás, entonces de alguna forma se fue satisfecho porque le ofrecimos una nueva alternativa dijo él.

**24. ¿Cuáles son los métodos de pago aceptados por su hostería?**

En efectivo, cheques, transferencias bancarias y tarjetas de crédito como Discover, Diners Club International, MasterCard y VISA.

**25. ¿En qué meses del año son temporadas altas y bajas de la empresa?**

En las temporadas altas son febrero, mayo, agosto, noviembre y diciembre, las otras temporadas yo no las consideraría como bajas porque siempre hay trabajo.

**26. ¿Cuenta con estrategias que aporte a la conservación del medio ambiente?**

El reciclar la basura, la basura orgánica la ocupamos para nuestras plantaciones, en cuanto a los desechos aguas servidas utilizamos un pozo de oxidación, eso yo creo que por el momento.

**27. ¿Qué considera usted que es calidad del servicio al cliente?**

Bueno lo que consideramos en calidad es ofrecerle al cliente algo novedoso, de buenos terminados, en alimentación productos sanos, saludables y ricos, eso creo yo es darle un producto de buena calidad al cliente.



#### 11.4.2. Entrevista N° 2 Personal de la hostería



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

#### **ENTREVISTA**

Estimado (a)

Agradecería me conteste las siguientes preguntas, con la finalidad de obtener información respecto al servicio prestado por la Hostería Tierra Dorada. Por lo que solicito muy comedidamente a usted se digne brindar la información necesaria, la información obtenida en esta encuesta será manejada confidencialmente y la privacidad de la información será garantizada por el investigador de estudio.

**1. ¿Cuál es su nombre y que cargo desempeña en la hostería?**

Mi nombre es Luz Victoria Guamán Guamán, yo desempeño, así como ayudante de cocina, así solo haciendo algo en la cocina, ayudando a cocinar y así.

**2. ¿Qué funciones ejerce dentro de la hostería?**

De todo, se lava los platos, lo que hay que hacer en la cocina.

**3. ¿Cumple con las responsabilidades, obligaciones y derechos de los trabajadores, en la hostería?**

Nosotros si trabajábamos lo que tenemos que hacer eso sí.

**4. ¿La empresa le entrega los materiales o implementos de trabajo para laborar?**

Como ser uniformes hasta aquí no, pero de aquí para adelante creo que si van hacer. Bueno si nos tienen dado unas camisetitas, delantal y malla si nos ponemos, ahora ya nos obligaron a poner guantes, mascarilla todo, pero todavía no hemos comenzado hacer eso, comenzamos el nuevo año.

**5. ¿Considera que la hostería cumple con sus derechos como trabajador?**

Bueno nosotros no tenemos seguro, nosotros el día que trabajamos ese día cobramos, yo trabajo sábado, domingo, lunes, martes y miércoles, entonces descanso jueves y viernes, a veces cuando hay de trabajar, trabajo el viernes también, cuando hay feriado o de repente hay gente que viene de la sola también trabajo a veces el jueves o a veces el viernes, a veces completo la semana llena así. Si mi jefa me llama, me dice ayúdeme a trabajar tal día si puedes o no, entonces a veces yo ya estoy desocupada en mi casa ya vengo yo a trabajar.

**6. ¿Consideran sus vacaciones y bonificaciones tal como lo establece el reglamento del Ministerio de Relaciones Laborales?**

Bueno yo entiendo que a veces dan doble sueldo, de eso no recibo nada, solo en la navidad nos sabe dar el señor un bonito navideño, a veces nos dan una canasta, pero ahora si nos da un bono y lo que ganamos el día.

**7. ¿Su remuneración y su décimo y cuarto sueldo son retribuidos de acuerdo al código de trabajo?**

A mí me pagan por día, día que yo trabajo día que yo cobro.

**8. ¿El trabajo, satisface sus expectativas tanto económicas como laborales?**

Bueno sí, porque ahora ya no tengo muchos hijos y algo mismo me alcanza.

**9. ¿Cómo es su relación con la administración, gerencia y con los usuarios?**

Mi relación es, todos son iguales, todos nos damos una manito, todos comprendemos en el trabajo. Bueno de repente el cliente cuando una comida a veces esta algo mal, el reclama al jefe, entonces él va contra el chef y el chef vuelta a nosotros nos regaña a veces.

**10. ¿Cómo funciona el tema de la comunicación interna con sus compañeros de trabajo?**

Nosotros nos llevamos bien, todos los compañeros, todos nos reímos, a veces cualquier cosa hablamos, pero pasamos todo el día bien. Con todos nos llevamos bien, los de lavandería, los de atención al cliente, los jefes, nunca hemos tenido disgustos con nadie de nuestros compañeros.

**11. ¿Se encuentra a gusto laborando en la hostería?**

Si, a gusto y también en verdad necesito entonces trabajo la semana con ellos bien.

**12. ¿Ustedes entre compañeros realizan pausas activas en la jornada de trabajo?**

No, nada de eso, nosotros entramos a trabajar, almorzamos y enseguida hacer las cosas, solo el rato del almuerzo a veces ahí conversamos algo y enseguida nos levantamos a seguir con las actividades que tenemos que hacer.

**13. ¿Cuáles han sido los problemas que con mayor frecuencia se observan y como los solucionan?**

Yo cuando no puedo trabajar tal día yo ya le aviso a la jefa, le digo no puedo venir quiero que me dé permiso tal día, entonces ella ya soluciona buscando otra en vez de mí.

**14. ¿Las ideas o sugerencias, si son aceptadas por el administrador de la hostería?**

Si, a veces ella me dice que vamos hacer, a veces el chef no está, yo trabajo uno o dos días sin él, entonces ya yo veo que puedo hacer de comer y ella me dice si está bien.

**15. ¿Cómo le motivan para rendir más en el trabajo?**

Bueno la señora nos dice a veces a nosotros, el día que hay bastante gente siempre hay que mover un poquito más rápido y cuando ya no hay a veces

trabajamos más suave, más descansado, a veces saco las meriendas yo sola, a veces platos para unos huéspedes que hay, platos para unos clientes que llegan, entonces uno siempre hay que estar rápido para hacer y avanzar hacer las cosas rápidas.

**16. ¿Qué tipo de capacitaciones recibe y con qué frecuencia?**

Las capacitaciones casi nada, la otra vez vino un señor nos dio una capacitación, pero casi más era para atención al cliente, ahora la señora el sábado nos hizo una capacitación para decir que como tenemos que trabajar, como tenemos que estar uniformados, puestos la malla, la mascarilla, porque aquí también le hacen revisiones, entonces ella dijo que tenemos que nosotros también prepararnos más para poder dar bien en el trabajo. Las capacitaciones nos dan la señora aquí dentro en un salón grande, nos reúne a todos, personal de cocina, de limpieza, meseros todo. En navidad nos sabe dar unas charlitas para no olvidar, nos dicen que debemos trabajar los feriados, a veces trabajar horitas más después del tiempo que tenemos, pero también si nos reconoce.

**17. ¿Cómo la empresa evalúa su desempeño laboral?**

Ellos me dicen, voz trabajas bien, desempeñas bien y siempre nos dicen ustedes son buenas personas, porque nosotros siempre somos responsables en el trabajo.

**18. ¿Los horarios de trabajo son establecidos y rotativos?**

Son establecidos, yo todo el tiempo trabajo así, entro a las 09h00 am y salgo a las 18h00 pm. Somos dos ayudantes de cocina, yo trabajo los lunes, martes, miércoles, sábado y domingo, el jueves y viernes entra otra persona.

**19. ¿Cree usted que los servicios que brinda la hostería son de calidad?**

Si son de calidad, los productos son de calidad porque es todo registrado, todo tiene que ser de calidad porque aquí comen los de la Lundin Gold entonces ellos exigen que tiene que ser un servicio de calidad porque ellos pasan aquí.

De repente los de la Lundin Gold si dicen algo porque a veces se les repite la comida una o dos veces y se quejan con los jefes de la empresa.

**20. ¿Cree usted que los clientes se retiran satisfechos con el servicio brindado?**

Sí, porque la señora nos dice la comida ha estado muy buena, como voz ya trabajas tiempo, también los clientes se van felicitando a los que preparan en la cocina. Preparo los platos que pidan, los platos que están en la carta.

**21. ¿Qué considera usted que es calidad del servicio al cliente?**

Bueno ahí si yo no puedo nada, porque yo no sé cómo los chicos meseros ellos que atienden, nosotros solo preparamos la comida, ellos saben a quién llevan, como llevan, bueno nosotros preparamos bien la comida todo con su respectivo cada plato que preparamos, entonces para que el cliente se sienta mejor y pueda seguir volviendo porque si preparamos algo mal entonces el cliente no va a volver.

**Elaborado por:** Verónica Tene

**Aprobado por:** Ing. Alex Quito Ramón

**Fecha de elaboración:** 10-diciembre-2018



.....  
Sra. Hilda Graciela Saavedra Garcia  
1707920789  
Administradora de la Hostería Tierra Dorada



.....  
Ing. Alex Quito Ramón  
1104751902  
Director de Tesis

## 11.5. Anexo N° 5 Modelo de encuesta



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

### ENCUESTA

Estimado (a)

Agradecería me conteste la siguiente encuesta, a fin de obtener información respecto al servicio brindado por la Hostería Tierra Dorada. Por lo que solicito muy comedidamente a usted, leer las siguientes interrogantes, marcar con una X la respuesta que usted crea pertinente. Los datos obtenidos en esta encuesta serán manejados confidencialmente y la privacidad de la información será garantizada por el investigador de estudio.

<b>ESCALA</b>	
1.	Muy insatisfecho
2.	Insatisfecho
3.	Aceptable
4.	Satisfecho
5.	Muy satisfecho

<b>INTERROGANTES</b>					
<b>Dimensión de Fiabilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. El personal de la hostería cumple a tiempo los servicios prometidos.					
2. Al momento de necesitar ayuda, se siente en confianza de acudir al personal de la hostería para que se haga cargo de su inconveniente.					
3. Los diferentes servicios ofrecidos por la hostería, son brindados excelentemente desde la primera vez.					
4. El servicio brindado responde a lo que usted espera.					
5. En todo momento, hora y lugar de la hostería, recibe un servicio de calidad.					
6. Recomendaría los servicios que le ofrece la hostería.					
<b>Dimensión de Sensibilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
7. Cuando solicita algo al personal de la hostería, le anticipan el tiempo necesario para la prestación del servicio.					
8. El personal de la hostería le atiende y ofrece un servicio rápido y oportuno.					
9. El personal de la hostería siempre se muestra dispuesto a atenderle y ayudarlo debidamente.					
10. El personal de la hostería jamás está demasiado ocupado para atender sus requerimientos.					
11. Si se le presenta un problema, existe una persona a su disposición para ayudarlo a resolverlo de forma eficaz.					
12. Si requiere de algo especial que no encuentre en la hostería, el personal le ayuda a conseguirlo.					
13. El personal de la hostería se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.					
<b>Dimensión de Seguridad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
14. Confía plenamente en la integridad del personal que trabaja en la hostería.					
15. Se siente tranquilo y seguro dentro de la hostería.					
16. El personal de la hostería es consistente en la amabilidad y cortesía al momento de atenderle y brindarle un servicio.					
17. El personal de servicio esta apto para atender sus requerimientos e inquietudes.					

18. Se siente seguro de dejar sus pertenencias dentro la habitación.					
<b>Dimensión de Empatía</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
19. El personal de la hostería, le brinda una atención individual y personalizada.					
20. El personal de la hostería, se preocupa por sus mejores intereses.					
21. El personal de la hostería, atiende y satisface sus deseos y necesidades específicas.					
22. El personal de la hostería, atiende sus requerimientos en horarios de atención convenientes.					
23. El ambiente de la hostería, le hace sentir cómodo.					
24. El servicio que usted recibe en la hostería, cumple con todas sus expectativas.					
25. El producto y servicio que recibe de la hostería, es de su agrado.					
26. El personal de la hostería le brinda un lenguaje claro e idioma adaptado a cada cliente.					
<b>Dimensión de Elementos Tangibles</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
27. La hostería cuenta con equipos de apariencia moderna (neveras, hornos, dispensadores de bebidas, entre otros).					
28. La hostería cuenta con instalaciones físicas atractivas, en buenas condiciones y aptas para brindar un excelente servicio.					
29. El personal de la hostería tiene una buena apariencia física (uniformes limpios, aseo personal).					
30. Los materiales relacionados con el servicio (tarjetas informativas, afiches, menú, trípticos, entre otros), son útiles, visualmente atractivos y entendibles.					
31. La hostería cuenta con las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía.					
32. El servicio de alimentos y bebidas que le brinda la hostería, es comida de calidad, menús amplios y de excelente cocina.					
33. El personal de servicio utiliza elementos de protección personal adecuados (guantes, cubrebocas, redecillas de cabello, entre otros).					

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**


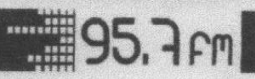
**Elaborado por:** Verónica Tene  
**Aprobado por:** Ing. Alex Quito Ramón  
**Fecha de elaboración:** 03-enero-2019

  
 .....  
**Sra. Hilda Graciela Saavedra García**  
 1707920789  
 Administradora de la Hostería Tierra Dorada

  
 .....  
**Ing. Alex Quito Ramón**  
 1104751902  
 Director de Tesis

## 11.6. Anexo N° 6 Proformas

### 11.6.1. Proforma Radio Romántica

  
*La radio de hoy...*  


Yantzaza, 18 de Marzo de 2019

Señores:  
**HOSTERÍA TIERRA DORADA**  
Ciudad.-

Reciban un atento saludo de quienes hacemos Radio Romántica 95.7 FM el motivo de la presente consiste en presentarle nuestro nuevo perfil radial. La serie de cambios efectuados en nuestra empresa radial ha sido un giro radical dentro de la radiodifusión Zamorana, puesto que la implementación de **3 repetidoras en el Pangui, Yantzaza y Zamora** y sofisticados equipos han permitido generar mejor nitidez y mayor cobertura en la Provincia de Zamora Chinchipe, para cubrir los Cantones de Zamora, Yacuambi, Yantzaza, El Pangui, Nangaritza, Paquisha, Centinela del Cóndor y parte de Morona Santiago como Bomboiza, Nueva Tarqui, Chiguinda y Bermejós.

Además Radio Romántica 95.7 FM ofrece a su audiencia programas musicales, infantiles, de opinión, noticiosos, Difusiones y grabaciones de Jingles Publicitarios, Publicaciones de Convocatorias, Avisos, Notas de Pesar, Contrataciones de Espacios Radiales, Transmisiones de Eventos, Entrevistas y Boletines de Prensa.

También contamos con las redes sociales como son: Twitter, Facebook, Página web y WhatsApp, trabajamos con el mejor personal Técnico como de Locución, responsables del éxito de nuestra Estación Radial.

**MÚSICA**


- 70% Tropical-Romántica
- 30% Otros Ritmos Anglo-Latino-Pop-Rock-Nacional-etc.

**PROFORMA**


Detalle	Valor Total
Paquete publicitario: difusión de 6 cuñas diarias por el valor de 100\$ mensuales, más IVA (de lunes a viernes). Siempre y cuando se anuncie a partir de 6 meses en adelante.	100.00
Cuñas eventuales: 3\$	
<b>SUBTOTAL</b>	100.00
<b>IVA</b>	12.00
<b>TOTAL</b>	112.00

Es todo cuanto puedo comunicar, en honor a la verdad.

Atentamente:


  
Dra. Diana Lorena Romero Chimbo  
**GERENTE RADIO ROMANTICA**

*Yantzaza - Zamora - Ecuador*

 Calle Zamora entre 10 de Agosto y 10 de Noviembre



## 11.6.2. Proforma Radio Integración



# RADIO Integración

104.1

La grande de la AMAZONIA  
...siempre con tío!!!

Zamora, 18 de Marzo de 2019

**PROFORMA.**  
**HOSTERIA TIERRA DORADA**

Por la presente reciba un cordial saludo a nombre de "RADIO INTEGRACIÓN 104.1 FM" matriz de la ciudad de Zamora; y a la vez deseándole éxitos en sus funciones.


A continuación detallo una breve presentación de nuestra radio, que estará gustosa de trabajar con vuestra empresa, debo manifestarle que radio integración es la radio de mayor cobertura en la provincia, cubriendo los siete cantones (Zamora, Yantzaza, Yacuambi, Centinela del Cóndor, Paquisha, Nangaritza, El Pangui, parte de Morona Santiago en Gualaquiza, Limón, San Juan Bosco, Sucua, siendo así una de las más grandes de la Amazonia también recordarle que ocupamos el primer lugar en el ranking de sintonía en la provincia de Zamora Chinchipe, siendo los únicos que llegamos a todos los sectores productivos y mineros de la provincia.

Ahora contamos con nuestra página web: [www.radiointegracion1041.com](http://www.radiointegracion1041.com) y redes sociales, para así poder llegar a nuestros compatriotas en el extranjero.

DETALLE DE DIFUSION	VALOR UNITARIO
6 PASADAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES	80,00 + IVA
8 PASADAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES	100,00 + IVA
10 PASADAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES	120,00 + IVA

- Adicional se le bonificara 2 menciones diaria.
- Difusión y Promoción en nuestras redes sociales: [www.radiointegracion1041.com](http://www.radiointegracion1041.com) y en el Facebook como Radio Integración Fm.
- En contratos de 3 meses en adelante se bonifica dos menciones diarias pre - grabadas en horarios a su elección

Será un placer trabajar con ustedes.  
Atentamente,

  
Jessica González  
**SECRETARIA**

**RADIO INTEGRACIÓN**  
RUC: 1101365185001  
Rosa Cecilia Torres Mora  
Zamora Ch. - Ecuador

Diego de Vaca y Adolfo Rodas ☎ 072 606 573 📠 0990265827  
[radiointegracion1041@hotmail.com](mailto:radiointegracion1041@hotmail.com) | [radiointegracion1041@gmail.com](mailto:radiointegracion1041@gmail.com)  
[www.radiointegracionfm.com](http://www.radiointegracionfm.com)

Zamora Chinchipe - Ecuador



### 11.6.3. Proforma Radio Sociedad



Loja, 19 de marzo de 2019

Sr.  
Cliente  
**HOSTERÍA TIERRA DORADA**

Ciudad

De mi consideración. -

Reciba un cordial saludo y los deseos de éxito, de Radio Sociedad 99.3 empresa que cuenta con avanzada tecnología en F.M, y cobertura provincial garantizada, para todo el cantón Loja y sus alrededores: Catamayo, Gonzanamá, Catacocha, Chaguarpamba, Zapotillo, Quilanga, Calvas, adicionalmente parte de la provincia de El Oro, como Piñas, Zaruma, Portovelo, Balsas, Atahualpa; y en el Perú: Sullana. Y en todo el mundo a través de nuestra página web [www.radiosociedadloja.com](http://www.radiosociedadloja.com).

Este medio de comunicación, ocupa uno de los primeros lugares en el rating de popularidad, en los sondeos realizados por las diferentes empresas encuestadoras serias a nivel local y nacional, por su amplia cobertura y variada Programación llegando a todos los extractos sociales y público en general.

Comprometiéndonos en mantenernos en este gran sitial. Para llegar a la clase consumidora ofreciendo los productos, bienes o servicios con el éxito deseado por los ofertantes.

Segura de contar con su acertada aceptación a la presente propuesta antelo mis debidos agradecimientos.

Atentamente

Lic. Marco Gustavo Pauta B.  
**PRODUCTOR-LOCUTOR**  
**RADIO SOCIEDAD**  
[tavitoplus@hotmail.com](mailto:tavitoplus@hotmail.com) Cel.0992283420



**PAQUETES PUBLICITARIOS EN LA PROGRAMACIÓN  
REGULAR DE LUNES A VIERNES  
TARIFARIO**

6	Cuñas diarias Valor Mensual	132.00 dólares	132 cuñas
7	Cuñas diarias Valor Mensual	154.00 dólares	154 cuñas
8	Cuñas diarias Valor Mensual	176.00 dólares	176 cuñas
9	Cuñas diarias Valor Mensual	198.00 dólares	198 cuñas
10	Cuñas diarias Valor Mensual	220.00 dólares	220 cuñas
11	Cuñas diarias Valor Mensual	242.00 dólares	242 cuñas
12	Cuñas diarias Valor Mensual	264.00 dólares	264 cuñas
13	Cuñas diarias Valor Mensual	286.00 dólares	286 cuñas
14	Cuñas diarias Valor Mensual	308.00 dólares	308 cuñas
15	Cuñas diarias Valor Mensual	330.00 dólares	330 cuñas

**NOTA:** Estos Valores no incluyen IVA.

Los contratos que sean por más de seis meses, recibirán bonificaciones sábados y domingos, el 50% de lo Contratado.

**PAQUETES PUBLICITARIOS PARA PROGRAMAS ESPECIALES**

- Noticiero "NOTY HOY 1.- EMISION", de 06H30 a 08H30 de lunes a viernes. 5 cuñas diarias, mensuales 110 cuñas; por el valor de \$ 220.00 más IVA
- PROGRAMA INFORMATIVO "NOTI HOY" de 12h00 a 13h00, de lunes a viernes. 5 cuñas Diarias, mensuales 110 cuñas; por el valor de \$ 220.00.
- Grabación del SPOT. Publicitario valor 50.00 más IVA

**NOTA:** Excepto 24, 25 31 de diciembre 1 de enero, domingo, lunes y martes de Carnaval, jueves y viernes Santo.

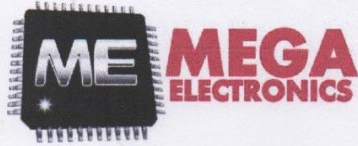
**99.3 FM PARA LOJA – ZAMORA Y PARTE DEL SUR DEL AZUAY**

Atentamente

Lic. Marco Gustavo Pauta B.  
**PRODUCTOR-LOCUTOR  
RADIO SOCIEDAD**



## 11.6.4. Proforma Teléfonos



ING. XIMENA ORTEGA JARAMILLO

**Mega Electronics**

RUC: 1104095185001

Dirección: Mercadillo 154-14 entre 18 de Noviembre y Sucre

Ciudad: Loja

Teléfono (593) (07) 2586902 Celular 0995586175

Mail: info@megaelectronics.com.ec

PROFORMA 4227

Fecha: 14 de marzo de 2019

**PROFORMA A:**

Nombre: Hostería Tierra Dorada

Dirección: Av. Rafael Pullaguari, Km 1,5 Vía a Los Hachos

Ciudad: Yantzaza

Teléfono: 3038152 - 0985073458 - 0997500294

ITEM	CANTIDAD	PRECIO SIN IVA	Precio Total
<b>Panasonic</b>			
CENTRAL TELEFÓNICA PANASONIC	1	369,00	369,00
TELÉFONO OPERADOR PANASONIC	1	129,00	129,00
TARJETA EXPANSORA DE LÍNEAS	1	120,00	120,00
TELEFONO PANASONIC ALAMBRICO NEGRO	24	18,00	432,00
PROGRAMACION Y CONFIGURACION DE EQUIPOS	1	80,00	80,00
CABLEADO EQUIPOS	* 24	15,00	360,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>1490,00</b>
<b>IVA 12%</b>			<b>178,80</b>
<b>TOTAL</b>			<b>1668,80</b>

**Alcance de la negociación:**

Validez de la Oferta: 10 días


Forma de pago: 50% anticipo - 50% contra entrega

Ítems señalados con \* sujetos a inspección

Tiempo de entrega: Ítems en stock 3 días laborables - ítems importados en 45 días laborables

Garantía: 3 meses contra defectos de fábrica (la garantía no cubre daños por manipulación indebida, golpes, o corto circuitos)

Atentamente

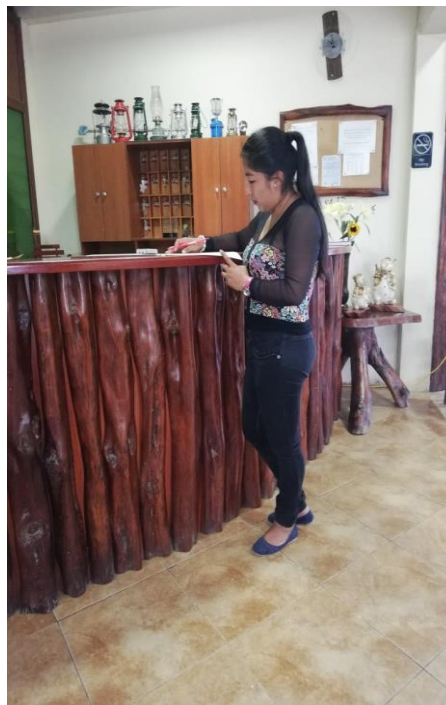
  
Ing. Ximena Ortega Jaramillo  
GERENTE GENERAL

**ME MEGA**  
Ing. Ximena Ortega  
RUC: 1104095185001 Loja - Ecuador

GRACIAS POR SU CONFIANZA EN NOSOTROS

## 11.7. Anexo N° 7 Fotografías de trabajo de campo

### Aplicación de Matriz de Diagnóstico



Fuente y Elaboración: Verónica Liliana Tene Pauta

### Entrevista aplicada a la Administradora de la Hostería Tierra Dorada



Fuente y Elaboración: Verónica Liliana Tene Pauta



**Entrevista aplicada a un empleado de la Hostería Tierra Dorada**



Fuente y Elaboración: Verónica Liliana Tene Pauta

**Encuesta aplicada a los clientes de la Hostería Tierra Dorada**





Fuente y Elaboración: Verónica Liliana Tene Pauta

### Hostería Tierra Dorada











**Fuente y Elaboración:** Verónica Liliana Tene Pauta

## 11.8. Anexo N° 8 Hojas de ruta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA		ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA					
<b>REGISTRO DE ASISTENCIA</b> PERÍODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2018 - MARZO 2019							
TEMA DE TRABAJO DE TITULACIÓN:	ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTAZA, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE						
NOMBRE DEL ASPIRANTE:	Verónica Liliana Tene Paula						
DOCENTE DIRECTOR / ASESOR:	Ing. Alex Quilo Ramón						
PROPIETARIO DEL ESTABLECIMIENTO:	Sra. Hilda Graciela Saavedra García						
HOSTERÍA TIERRA DORADA							
N°	Fecha	Hora de Entrada	Hora de Salida	Nombre del Estudiante	Tareas Realizadas	Firma Responsable	Observación
1	16-10-18	16:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Tesis	[Firma]	
2	19-10-18	09:00	10:00	Verónica Tene P.	Revisión de Carta Corporativa	[Firma]	
3	20-10-18	09:00	11:00	Verónica Tene P.	Forma de Carta Corporativa	[Firma]	
4	23-10-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Forma Plan Operativo	[Firma]	
5	25-10-18	11:00	19:00	Verónica Tene P.	Revisión de Matriz	[Firma]	
6	26-10-18	10:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Matriz	[Firma]	
7	27-10-18	10:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Matriz	[Firma]	
8	28-10-18	16:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Matriz	[Firma]	
9	30-10-18	10:00	11:00	Verónica Tene P.	Revisión de Entrevista	[Firma]	
10	31-10-18	09:00	11:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
<small>Ciudad Universitaria "Guillermo Falcón Espinosa" Casilla 1616 "B" Teléfono: 2547 - 252 Ext. 101; 2547-200 - Carrera de Turismo 2545167 <a href="mailto:adm@unl.edu.ec">adm@unl.edu.ec</a> 094032089</small>							

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA		ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA					
<b>REGISTRO DE ASISTENCIA</b> PERÍODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2018 - MARZO 2019							
TEMA DE TRABAJO DE TITULACIÓN:	ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTAZA, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE						
NOMBRE DEL ASPIRANTE:	Verónica Liliana Tene Paula						
DOCENTE DIRECTOR / ASESOR:	Ing. Alex Quilo Ramón						
PROPIETARIO DEL ESTABLECIMIENTO:	Sra. Hilda Graciela Saavedra García						
HOSTERÍA TIERRA DORADA							
N°	Fecha	Hora de Entrada	Hora de Salida	Nombre del Estudiante	Tareas Realizadas	Firma Responsable	Observación
11	11-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
12	15-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
13	16-11-18	09:00	11:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
14	18-11-18	19:00	11:00	Verónica Tene P.	Numero de Población	[Firma]	
15	19-11-18	11:00	19:00	Verónica Tene P.	Numero de Población	[Firma]	
16	20-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Numero de Población	[Firma]	
17	20-11-18	19:00	11:00	Verónica Tene P.	Numero de Población	[Firma]	
18	20-11-18	09:00	10:00	Verónica Tene P.	Numero de Población	[Firma]	
19	20-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Revisión de Entrevista	[Firma]	
20	20-11-18	19:00	11:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
<small>Ciudad Universitaria "Guillermo Falcón Espinosa" Casilla 1616 "B" Teléfono: 2547 - 252 Ext. 101; 2547-200 - Carrera de Turismo 2545167 <a href="mailto:adm@unl.edu.ec">adm@unl.edu.ec</a> 094032089</small>							

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA		ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA					
<b>REGISTRO DE ASISTENCIA</b> PERÍODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2018 - MARZO 2019							
TEMA DE TRABAJO DE TITULACIÓN:	ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA HOSTERÍA TIERRA DORADA DEL CANTÓN YANTAZA, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE						
NOMBRE DEL ASPIRANTE:	Verónica Liliana Tene Paula						
DOCENTE DIRECTOR / ASESOR:	Ing. Alex Quilo Ramón						
PROPIETARIO DEL ESTABLECIMIENTO:	Sra. Hilda Graciela Saavedra García						
HOSTERÍA TIERRA DORADA							
N°	Fecha	Hora de Entrada	Hora de Salida	Nombre del Estudiante	Tareas Realizadas	Firma Responsable	Observación
21	25-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
22	26-11-18	10:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
23	26-11-18	11:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
24	27-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
25	28-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
26	29-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
27	30-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
28	29-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
29	29-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
30	29-11-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
31	03-12-18	19:00	19:00	Verónica Tene P.	Aplicación de Entrevistas	[Firma]	
<small>Ciudad Universitaria "Guillermo Falcón Espinosa" Casilla 1616 "B" Teléfono: 2547 - 252 Ext. 101; 2547-200 - Carrera de Turismo 2545167 <a href="mailto:adm@unl.edu.ec">adm@unl.edu.ec</a> 094032089</small>							

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	i
CERTIFICACION: .....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS. ....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
1. TÍTULO .....	1
2. RESUMEN .....	2
ABSTRACT.....	4
3. INTRODUCCIÓN .....	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
4.1. Marco Conceptual.....	11
4.1.1. Historia del Turismo .....	11
4.1.2. Turismo en el Mundo .....	13
4.1.3. Turismo en el Ecuador.....	14
4.1.4. Historia de la Hotelería.....	15
4.1.5. Hotelería en el Ecuador .....	16
4.1.6. Definición de Turismo .....	17
4.1.7. Importancia del turismo.....	18
4.1.8. Definición de Hotelería.....	19
4.1.9. El valor del turismo dentro de la actividad hotelera.....	19
4.1.10. Empresa hotelera.....	20
4.1.11. Definición de Hostería.....	21
4.1.12. Definición de Análisis.....	22

4.1.13. Definición de Calidad .....	22
4.1.14. Definición de Servicio.....	25
4.1.15. Definición de Cliente .....	26
4.1.16. Diagnóstico Turístico .....	29
4.1.17. Estrategia Turística .....	30
4.1.18. Sistema de gestión de calidad .....	30
4.1.19. Normas de calidad turística.....	31
4.1.20. Gestión de calidad del servicio .....	32
4.1.21. Normas ISO .....	32
4.1.22. Método SERVQUAL.....	34
4.2. Marco Referencial.....	36
5. MATERIALES Y MÉTODOS.....	42
5.1. Materiales .....	42
5.1.1. Recursos Humanos .....	42
5.1.2. Recursos Materiales .....	42
5.1.3. Recursos Tecnológicos.....	42
5.2. Métodos .....	43
5.2.1. Método Analítico .....	43
5.2.2. Método Sintético .....	43
5.2.3. Método Inductivo.....	43
5.2.4. Método Deductivo .....	43
5.2.5. Método Descriptivo .....	44
5.2.6. Método Participativo .....	44
5.2.8. Enfoque Cuantitativo.....	44
5.2.9. Enfoque Cualitativo .....	44

5.3. Técnicas.....	45
5.3.1. Matriz de Diagnóstico.....	45
5.3.2. Entrevista .....	45
5.3.3. Observación Directa .....	45
5.3.4. Muestra .....	45
5.3.5. Encuesta .....	45
5.3.6. Matriz FODA .....	46
5.3.7. Matriz de Estrategias .....	46
5.3.8. Formato de Objetivos Estratégicos .....	46
5.4. Metodología por objetivos .....	46
5.4.1. Metodología para el primer objetivo específico .....	46
5.4.2. Metodología para el segundo objetivo específico .....	47
5.4.3. Metodología para el tercer objetivo específico .....	49
6. RESULTADOS.....	50
6.1. Primer Objetivo: Realizar el diagnóstico de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe .....	50
6.1.1. Generalidades de la provincia Zamora Chinchipe .....	50
6.1.2. Generalidades del cantón Yantzaza .....	51
6.1.3. Resultados de la situación física y cumplimiento de la normativa según la matriz de diagnóstico elaborada (Ver anexo N° 3) .....	64
6.1.4. Resultados de las entrevistas aplicadas (Ver anexo N° 4).....	81
6.1.5. Factores Internos (Fortalezas y Debilidades).....	87
6.2. Segundo Objetivo: Evaluar la calidad del servicio al cliente que ofrece la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe .....	88
6.2.1. Resultados de la encuesta aplicada (Ver anexo N° 5) .....	88

6.2.2. Análisis e interpretación de resultados .....	94
6.2.3. Resultado final de las encuestas aplicadas .....	109
6.2.4. Resultado de las falencias encontradas en las encuestas aplicadas .....	111
6.2.5. Factores Externos (Oportunidades y Amenazas) .....	113
6.2.6. Matriz FODA .....	114
6.2.7. Matriz de estrategias.....	116
6.3. Tercer Objetivo: Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Tierra Dorada del cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe .....	118
6.3.1. Primer Objetivo Estratégico: Implementar un plan de publicidad. ....	120
6.3.2. Segundo Objetivo Estratégico: Implementar un calificador de servicio.....	127
6.3.3. Tercer Objetivo Estratégico: Elaborar un plan de contrato de personal eventual en temporadas de mayor afluencia. ....	133
6.3.4. Cuarto Objetivo Estratégico: Implementar servicio telefónico en todas las habitaciones de la hostería.....	135
6.3.5. Quinto Objetivo Estratégico: Elaborar un plan de capacitación para el personal de la hostería. ....	137
6.3.6. Sexto Objetivo Estratégico: Establecer la estructura organizacional de la hostería. ....	139
6.3.7. Séptimo Objetivo Estratégico: Establecer las funciones internas del personal de la hostería. ....	141
6.3.8. Presupuesto total de objetivos estratégicos.....	166
7. DISCUSIÓN .....	167
8. CONCLUSIONES .....	175
9. RECOMENDACIONES .....	177
10. BIBLIOGRAFÍA .....	179
11. ANEXOS.....	187

11.1. Anexo N° 1 Anteproyecto de tesis .....	187
11.2. Anexo N° 2 Marco Legal .....	204
11.3. Anexo N° 3 Matriz de diagnóstico para el establecimiento de alojamiento turístico .....	210
11.3.1. Matriz de Datos Generales del Establecimiento .....	210
11.3.2. Matriz de Requisitos de Entidades Reguladoras .....	212
11.3.3. Matriz de Requisitos para Hostería, Hacienda Turística, Lodge – 3 Estrellas .....	220
11.4. Anexo N° 4 Modelo de entrevista.....	228
11.4.1. Entrevista N° 1 Sra. Hilda Graciela Saavedra García - Administradora de la hostería .....	228
11.4.2. Entrevista N° 2 Personal de la hostería .....	235
11.5. Anexo N° 5 Modelo de encuesta.....	240
11.6. Anexo N° 6 Proformas .....	242
11.6.1. Proforma Radio Romántica.....	242
11.6.2. Proforma Radio Integración .....	243
11.6.3. Proforma Radio Sociedad.....	244
11.6.4. Proforma Teléfonos .....	246
11.7. Anexo N° 7 Fotografías de trabajo de campo .....	247
11.8. Anexo N° 8 Hojas de ruta .....	252
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	253
ÍNDICE DE CUADROS.....	257
ÍNDICE DE FIGURAS.....	261

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1</b> Referencia de Investigación a nivel Internacional .....	36
-------------------------------------------------------------------------	----

<b>Cuadro 2</b> Referencia de Investigación a nivel Nacional .....	38
<b>Cuadro 3</b> Referencia de Investigación a nivel Local .....	40
<b>Cuadro 4</b> Datos generales del cantón Zamora.....	50
<b>Cuadro 5</b> Atractivos Naturales .....	62
<b>Cuadro 6</b> Atractivos Culturales.....	63
<b>Cuadro 7</b> Planta Turística .....	63
<b>Cuadro 8</b> Habitaciones de la hostería .....	67
<b>Cuadro 9</b> Departamentos y cargos de la hostería.....	67
<b>Cuadro 10</b> Personal de la hostería.....	68
<b>Cuadro 11</b> Carta menú de la hostería .....	69
<b>Cuadro 12</b> Servicios y actividades de la hostería.....	79
<b>Cuadro 13</b> Factores Internos de la hostería (Fortalezas y Debilidades) .	87
<b>Cuadro 14</b> Resultados de la aplicación de la encuesta.....	88
<b>Cuadro 15</b> Dimensión de Fiabilidad .....	94
<b>Cuadro 16</b> Dimensión de Sensibilidad .....	97
<b>Cuadro 17</b> Dimensión de Seguridad .....	100
<b>Cuadro 18</b> Dimensión de Empatía .....	102
<b>Cuadro 19</b> Dimensión de Elementos Tangibles .....	105
<b>Cuadro 20</b> Resultado final de las encuestas aplicadas .....	109
<b>Cuadro 21</b> Resultado de las falencias encontradas en las encuestas aplicadas.....	111



<b>Cuadro 22</b> Factores Externos de la hostería (Oportunidades y Amenazas) .....	113
<b>Cuadro 23</b> Matriz FODA Completo .....	114
<b>Cuadro 24</b> Matriz de Estrategias.....	116
<b>Cuadro 25</b> Resumen de Matriz de Estrategias .....	118
<b>Cuadro 26</b> Primer Objetivo Estratégico.....	120
<b>Cuadro 27</b> Desarrollo de la publicidad radial.....	121
<b>Cuadro 28</b> Presupuesto Radio Romántica.....	122
<b>Cuadro 29</b> Presupuesto Radio Integración .....	122
<b>Cuadro 30</b> Presupuesto Radio Sociedad .....	122
<b>Cuadro 31</b> Desarrollo de la publicidad en tarjetas de presentación .....	123
<b>Cuadro 32</b> Presupuesto de tarjetas de presentación .....	124
<b>Cuadro 33</b> Desarrollo de la publicidad en souvenirs .....	125
<b>Cuadro 34</b> Presupuesto de souvenirs.....	126
<b>Cuadro 35</b> Segundo Objetivo Estratégico .....	127
<b>Cuadro 36</b> Presupuesto de los calificadores de servicio .....	133
<b>Cuadro 37</b> Tercer Objetivo Estratégico .....	134
<b>Cuadro 38</b> Desarrollo del plan de contrato de personal eventual.....	134
<b>Cuadro 39</b> Presupuesto del contrato eventual de personal .....	135
<b>Cuadro 40</b> Cuarto Objetivo Estratégico.....	135
<b>Cuadro 41</b> Presupuesto de servicio telefónico .....	136

<b>Cuadro 42</b> Quinto Objetivo Estratégico.....	137
<b>Cuadro 43</b> Desarrollo del plan de capacitación.....	138
<b>Cuadro 44</b> Presupuesto de capacitaciones.....	139
<b>Cuadro 45</b> Sexto Objetivo Estratégico .....	139
<b>Cuadro 46</b> Desarrollo de la estructura organizacional de la hostería....	140
<b>Cuadro 47</b> Presupuesto de la estructura organización .....	140
<b>Cuadro 48</b> Séptimo Objetivo Estratégico .....	141
<b>Cuadro 49</b> Desarrollo de las funciones internas del Gerente General ..	142
<b>Cuadro 50</b> Rol de pagos Gerente General.....	143
<b>Cuadro 51</b> Desarrollo de las funciones internas del Administrador.....	144
<b>Cuadro 52</b> Rol de pagos Administrador .....	145
<b>Cuadro 53</b> Desarrollo de las funciones internas del Chef .....	146
<b>Cuadro 54</b> Rol de pagos Chef.....	147
<b>Cuadro 55</b> Desarrollo de las funciones internas del Ayudante de cocina .....	148
<b>Cuadro 56</b> Rol de pagos Ayudante de cocina .....	149
<b>Cuadro 57</b> Desarrollo de las funciones internas del Posillero/Steward .	150
<b>Cuadro 58</b> Rol de pagos Posillero.....	151
<b>Cuadro 59</b> Desarrollo de las funciones internas del Mesero.....	152
<b>Cuadro 60</b> Rol de pagos Mesero .....	153
<b>Cuadro 61</b> Desarrollo de las funciones internas de la camarera.....	154

<b>Cuadro 62</b> Rol de pagos Camarera .....	155
<b>Cuadro 63</b> Desarrollo de las funciones internas del Ayudante de camarera .....	156
<b>Cuadro 64</b> Rol de pagos Ayudante de camarera .....	157
<b>Cuadro 65</b> Desarrollo de las funciones internas del Jardinero .....	158
<b>Cuadro 66</b> Rol de pagos Jardinero .....	159
<b>Cuadro 67</b> Desarrollo de las funciones internas del Personal de limpieza .....	160
<b>Cuadro 68</b> Rol de pagos Personal de limpieza .....	161
<b>Cuadro 69</b> Desarrollo de las funciones internas del Personal de lavandería .....	162
<b>Cuadro 70</b> Rol de pagos Personal de lavandería.....	163
<b>Cuadro 71</b> Desarrollo de las funciones internas del Guardia .....	164
<b>Cuadro 72</b> Rol de pagos Guardia.....	165
<b>Cuadro 73</b> Monto general para capital humano .....	165
<b>Cuadro 74</b> Presupuesto del séptimo objetivo estratégico .....	166
<b>Cuadro 75</b> Presupuesto general estimado de propuestas .....	166
<b>Cuadro 76</b> Alojamientos Hoteleros.....	205
<b>Cuadro 77</b> Actividad Nomenclatura.....	205

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Mapa de la provincia de Zamora Chinchipe.....	56
---------------------------------------------------------------	----

<b>Figura 2</b>	Mapa del cantón Yantzaza.....	57
<b>Figura 3</b>	Ubicación de la Hostería Tierra Dorada .....	58
<b>Figura 4</b>	Dimensión de Fiabilidad.....	95
<b>Figura 5</b>	Dimensión de Sensibilidad.....	97
<b>Figura 6</b>	Dimensión de Seguridad.....	100
<b>Figura 7</b>	Dimensión de Empatía.....	102
<b>Figura 8</b>	Dimensión de Elementos Tangibles.....	106
<b>Figura 9</b>	Modelo del Calificador de servicio Opción A.....	130
<b>Figura 10</b>	Características del calificador de servicio Opción A.....	131
<b>Figura 11</b>	Ubicación del calificador de servicio Opción A.....	131
<b>Figura 12</b>	Modelo del calificador de servicio Opción B.....	132
<b>Figura 13</b>	Características del calificador de servicio Opción B.....	132
<b>Figura 14</b>	Ubicación del calificador de servicio Opción B.....	133
<b>Figura 15</b>	Modelo de teléfono Panasonic.....	136