



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

**TÍTULO:**

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA, EL  
HOTEL REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO,  
PROVINCIA DE LOJA”

Tesis previa a la obtención del título  
de Ingeniera en Administración  
Turística.

**AUTORA:**

María José Guazha Romero

**DIRECTORA DE TESIS:**

Lic. Yomar Pardo Villalta Mg. Sc.

**LOJA – ECUADOR**

**2020**

## **CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS**

Licenciada.

Yomar Rocío Pardo Villalta Mg. Sc

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

### **C E R T I F I C A:**

Que el presente trabajo de tesis titulado **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**, de la autoría de la señorita, María José Guazha Romero, se ha realizado bajo mi dirección, en forma prolija, tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber sido revisado, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniera en Administración Turística.

Loja, 08 de marzo de 2019



Lic. Yomar Rocío Pardo Villalta Mg. Sc

**DIRECTORA DE TESIS**

## **AUTORÍA**

Yo, María José Guazha Romero declaro ser autora del presente trabajo de investigación designado **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”** y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

**Autora:** María José Guazha Romero

**Firma:**  .....

**C.I.** 1106110263

**Fecha:** 03 de marzo de 2020

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

Yo, María José Guazha Romero, declaro ser el autora de la tesis titulada: **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para obtener el grado de: Ingeniera en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio digital institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 03 días del mes de marzo de 2020.

Firma:  .....

**Autora:** María José Guazha Romero

**C.I:**1106110263

**Dirección:** Loja, barrio Borja – parroquia Sucre

**Correo electrónico:** maría. guazha@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0991568211

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**DIRECTORA DE TESIS:** Lic. Yomar Rocío Pardo Villalta Mg. Sc.

**TRIBUNAL DE GRADO:**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL:** Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mg.Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL:** Ing. María Luisa Díaz López Mg.Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL:** Ing. Gladys Alexandra Suarez Mg.Sc.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser mi inspiración y darme fuerza para continuar en este proceso y cumplir una meta más en mi vida.

A mis Padres José Guazha y Sugedmira Romero, por ser un pilar fundamental en mí vida, por su apoyo y por enseñarme que el sacrificio y la perseverancia son el camino para llegar al éxito.

A mis hermanas y hermanos por estar presentes en todo momento, quiénes con su aprecio y apoyo incondicional me motivaron día a día a seguir mis sueños y por demostrarme ante todo que cada logro que se obtiene en la vida es el resultado de un esfuerzo constante, quienes han sido incondicionales en mi vida, por brindarme su amor, paciencia, confianza y por formarme con auténticos valores para ser un buen ser humano.

También dedico a todas las personas que estuvieron pendientes de mí, dándome apoyo y consejos incondicionalmente.

María José Guazha Romero

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme existir, por guiarme en cada paso de esta nueva etapa cumplida y por darme la fortaleza necesaria para seguir adelante.

A mi familia por creer en mí, por enseñarme que con esfuerzo y dedicación se puede lograr muchas cosas en la vida, por brindarme la posibilidad de culminar hoy mi formación académica.

A la Universidad Nacional de Loja y a la carrera de Administración Turística por contribuir en mi formación académica.

Agradezco infinitamente a todos los docentes por su labor, por encaminarme en esta hermosa profesión, fortaleciéndome con sus conocimientos y saberes durante toda mi etapa universitaria.

Mi gratitud especial a mi directora de tesis, Lic. Yomar Pardo Villalta por su asesoría que me orientó en la ejecución de la presente investigación, a la Ing. Johana Larrea por su paciencia, experiencia por guiarme en toda la investigación de mi tesis.

Al Dr. Orlando Córdova Gerente Propietario del Hotel Reina del Cisne por permitirme realizar mi trabajo de investigación, por brindarme su valioso tiempo e información de suma importancia para la elaboración del proyecto de tesis.

María José Guazha Romero

## **1. TÍTULO**

**“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL  
REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**

## 2. RESUMEN

La investigación presentó como objetivo general: “Analizar la calidad del servicio que presta el Hotel Reina del Cisne del cantón Catamayo, provincia de Loja”.

Para lograr el cumplimiento de la investigación se planteó tres objetivos específicos: Diagnosticar la situación actual del Hotel Reina del Cisne; se realizó un análisis del entorno con el propósito de conocer la situación actual, a través de la matriz de diagnóstico basada en los datos generales, normativa legal y requisitos para hoteles de dos estrellas, se realizó entrevistas dirigidas a los principales involucrados del Hotel, obteniendo como resultado que el Hotel cuenta con todos los requerimientos otorgados por las entidades y requisitos emitidos por parte del Ministerio de turismo, excepto con el Ministerio del Ambiente y Consejo Nacional de Discapacidades, de igual manera no cuenta con un sistema de comunicación y cámaras de seguridad en las áreas comunes del Hotel; para evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hotel Reina del Cisne, se realizó a través del método servqual el cual se basa en cinco dimensiones las cuales son: aspectos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, luego se elaboró un cuestionario de 22 afirmaciones para medir la expectativa y la percepción del cliente en una escala de Likert de 5 puntos. Los resultados obtenidos señalaron dificultades en las dimensiones de aspectos tangibles, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, mientras que en la dimensión de fiabilidad fue aceptable para los clientes; finalmente para proponer estrategias de mejoramiento de la calidad de servicio del Hotel Reina del Cisne, se diseñó propuestas para el Hotel, creadas en base a los resultados obtenidos de la encuesta y en las dimensiones del modelo servqual, para la tangibilidad se desarrolló un plan de mejoramiento de mobiliario y equipos del Hotel; implementación de un sistema de comunicación interna en las habitaciones y diseño de uniformes a los empleados y logo del Hotel; así mismo para empatía se elaboró un plan de capacitación a los empleados en atención al cliente y hospitalidad; un plan de mantenimiento a los servicios adicionales (piscina, sauna, turco, hidromasaje, gimnasio y sala de aeróbicos); de igual manera para fiabilidad se implementó un buzón de sugerencias y un manual de procesos de los departamentos del Hotel; mientras que para capacidad de respuesta se realizó una capacitación al personal; y finalmente para la seguridad se implementó cámaras en el interior y exterior del Hotel.

Se concluye que en un análisis general de la calidad del servicio del Hotel Reina del Cisne y a través del modelo servqual, que la calidad no cumple las expectativas del cliente al tener una brecha significativa de -0,30 para lo cual se debe planear perfeccionamientos al servicio del Hotel; como recomendación se debe medir continuamente la satisfacción del cliente para conocer sus criterios y pensamientos para de esta manera mejorar el servicio logrando fidelizar a los mejores clientes del Hotel.



## **ABSTRACT**

The research presented as a general objective: "Analyze the quality of the service provided by the Hotel Reina del Cisne of the Catamayo canton, province of Loja".

To achieve compliance with the investigation, three specific objectives were proposed: Diagnose the current situation of the Reina del Cisne Hotel; An analysis of the environment was carried out with the purpose of knowing the current situation, through the diagnostic matrix based on the general data, legal regulations and requirements for two-star hotels, interviews were conducted aimed at the main stakeholders of the Hotel, obtaining As a result, the Hotel has all the requirements granted by the entities and requirements issued by the Ministry of Tourism, except with the Ministry of Environment and National Council of Disabilities, likewise it does not have a communication system and security cameras in the common areas of the Hotel; To evaluate the quality of service offered by the Hotel Reina del Cisne, it was carried out through the servqual method which is based on five dimensions which are: tangible aspects, reliability, responsiveness, security and empathy, then a questionnaire was developed of 22 statements to measure customer expectations and perception on a 5-point Likert scale. The results obtained indicated difficulties in the dimensions of tangible aspects, empathy, responsiveness and security, while in the dimension of reliability it was acceptable to customers; Finally, to propose strategies for improving the quality of service of the Hotel Reina del Cisne, proposals were designed for the Hotel, created based on the results obtained from the survey and the dimensions of the servqual model, for the tangibility a plan of development was developed. Hotel furniture and equipment improvement; implementation of an internal communication system in the rooms and design of employee uniforms and Hotel logo; Likewise, for empathy, a training plan for employees in customer service and hospitality was developed; a maintenance plan for additional services (swimming pool, sauna, Turkish, hydromassage, gym and aerobics room); in the same way for reliability a suggestion box and a process manual of the departments of the Hotel were implemented; while for training the staff was trained; and finally for security cameras were implemented inside and outside the Hotel.

It is concluded that in a general analysis of the quality of service of the Hotel Reina del Cisne and through the servqual model, that the quality does not meet the expectations of the client by having a significant gap of -0.30 for which improvements to the Hotel service; As a recommendation, customer satisfaction must be continually measured in order to know their criteria and thoughts in order to improve the service, thus achieving loyalty to the best clients of the Hotel.

### **3. INTRODUCCIÓN**

La Organización Mundial de Turismo menciona que el turismo en el mundo “sigue creciendo con fuerza, consolidando al sector turístico como un motor clave del desarrollo económico. La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso orientado a atender todas las necesidades de productos y servicios turísticos, los correspondientes requisitos y las expectativas del consumidor a un precio aceptable de conformidad con condiciones contractuales aceptadas mutuamente y con factores subyacentes implícitos como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y los servicios y comodidades (Organización Mundial de Turismo, 2017).

En Ecuador existen varias investigaciones con el fin de analizar la calidad, como referencia tenemos la realizada en el Hotel Perla Verde, para lo cual se utilizaron herramientas como la metodología Servqual, para conocer de parte de los clientes mismos, sus consideraciones respecto de las expectativas que tenían antes de hospedarse contra las percepciones que tuvieron luego de recibir el servicio en el hotel, para con los resultados obtenidos, los ejecutivos puedan planear alternativas que incrementen los niveles de calidad del servicio. La importancia de la presente investigación radica en analizar la relación que existe entre la calidad de servicios que brinda el Hotel Perla Verde y la satisfacción que obtienen los clientes, con el fin de ayudar a la buena gestión administrativa, y en este ámbito es importante destacar que el hotel no cuenta con manuales de funciones, procesos y procedimientos (Muñoz Benavides, 2017).

La provincia de Loja se ha convertido en un destino turístico por sus atractivos naturales y culturales que atraen al turista nacional y extranjero, de la misma manera el Cantón Catamayo se caracteriza por su cálido clima donde se puede disfrutar de los diferentes atractivos turísticos de la localidad, ofreciendo servicios como: hoteles, restaurantes, centros recreativos y teniendo innumerables atractivos naturales y culturales.

A pesar de ser un cantón con alta influencia de turistas existen falencias en los servicios que prestan los hoteles al visitante, principalmente al no poseer un sistema de calidad, causando una deficiente atención al cliente. No cumpliendo con las expectativas que los clientes requieren, afectando su imagen y perdiendo credibilidad frente a futuros clientes, como consecuencia hay una disminución en los ingresos del hotel y de la economía de la localidad. Otro factor es el poco interés de los propietarios de los hoteles en mejorar la calidad de su servicio, creando carencias en la satisfacción del cliente.

Es por ello que la investigación se genera a raíz de tratar de analizar un hotel de cuarta categoría como lo es el Hotel Reina del Cisne el cual tiene más de 25 años en el mercado. El propósito de la investigación es lograr que el hotel pueda ofrecer un servicio de calidad en atención al cliente y de esta manera lograr la satisfacción y buen trato a los clientes y turistas, tomando en cuenta las medidas necesarias para el análisis de la calidad del servicio, manteniendo un nivel de beneficio del Hotel y buscando la satisfacción de los clientes, apoyando con una buena gestión administrativa, destacando que en el país no cuenta con un sistema nacional de calidad turística.

Los alcances del proyecto procuran que el propietario de los establecimientos hoteleros, podrán conocer sus debilidades y fortalezas de su empresa al momento de brindar su servicio a los clientes, permitiendo corregir y aumentar sus ingresos económicos, mejorando indirectamente al turismo local y nacional, corrigiendo la calidad en los servicios prestados al cliente. Satisfaciendo las necesidades del cliente y su fidelización son componentes básicos para incrementar en número de nuevos clientes en la organización, únicamente se logra con la identificación de sus necesidades y expectativas, asimismo de poder conocer cuáles son los componentes de calidad son más notables para la satisfacción de los clientes, mejorando el sistema turístico a través de la gestión de la calidad del servicio en el Hotel Reina del Cisne, logrando un desarrollar turístico de

la localidad y teniendo al turismo como una de las principales fuentes de ingreso y desarrollo turístico del cantón Catamayo.

Las limitaciones que se me presentaron durante el desarrollo del proyecto fue escasa información documentada por parte del propietario del Hotel Reina del Cisne, así mismo los empleados no brindaron suficiente información al momento de realizar las entrevistas, al momento de aplicar las encuestas el hotel se encontraba en temporada baja por lo que dificultó determinar la muestra, el desplazamiento hacia el lugar de investigación, recursos económicos.

Los beneficios de la presente investigación es mejorar la calidad para los establecimientos de alojamiento, permitiendo replicar y mejorar la investigación de la calidad del servicio en los hoteles a nivel local y nacional, como resultado de toda la investigación se generaron propuestas de mejoramiento donde el propietario puede hacer uso de lo obtenido, al igual se puede generar más investigaciones como parte de un análisis más específico de la calidad del servicio hotelero en el país.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se planteó un objetivo general:

- Analizar la calidad del servicio que presta el Hotel Reina del Cisne del cantón Catamayo, provincia de Loja.

Para cumplir este objetivo se plantearon tres objetivos específicos:

- Diagnosticar la situación actual del Hotel Reina del Cisne.
- Evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hotel Reina del Cisne.
- Proponer estrategias de mejoramiento de la calidad de servicio del Hotel Reina del Cisne.

## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1. Turismo y el sector Hotelero**

Para determinar una relación entre el servicio de alojamiento y el turismo podemos mencionar a Grigoletto Flores (2017) en el cual afirma que los servicios de alojamiento de un hotel buscan dar alternativas innovadoras de apoyo al desarrollo del turismo, es el lugar donde los visitantes son acogidos y se les brinda alojamientos y actividades complementarias, para Rojo el alojamiento es: Las empresas de alojamiento pueden definirse como aquellas que ofrecen hospedaje, con o sin otros servicios complementarios, a cambio de un precio. Este sector es muy amplio, incluyendo una gran variedad de empresas-hoteles, cabañas, residenciales, etc.; además, las empresas dedicadas al alojamiento turístico han ido evolucionando a lo largo de la historia, ya que el turismo es un fenómeno vivo y dinámico.

Grigoletto Flores (2017) expone que el crecimiento futuro de la industria del hotelería dependerá en gran medida de su capacidad para atraer el dinero de los consumidores frente a la competencia de los productos, servicios y calidad a los clientes que ofrecen otras industrias. Un factor clave será el mantenimiento y crecimiento económico, así como la eficiencia de los medios de transporte, sobre todo del transporte aéreo. Se calcula que a finales de siglo los viajes y el turismo se convertirán en la mayor industria del mundo. Es posible que esos factores, junto con el aumento de los viajes, irán empujando a la industria hotelera a ofrecer una mayor variedad de servicios y calidad a los clientes dentro de su evolución.

Grigoletto Flores (2017) hace una referencia entre el alojamiento como servicio, la calidad y la relación hacia el turismo y señala lo siguiente:

La Calidad en el alojamiento en el sector hotelero, se debe distinguir entre calidad técnica y calidad subjetiva. En el primer caso se trata de la aquella

calidad que se puede medir, que responde a las especificaciones de producción: un baño sucio, una canilla que gotea, un conserje que se demora en aparecer. En definitiva, hablamos de datos reales, momentos concretos donde la atención decae y la calidad se resiente. Cuando nos referimos a la calidad subjetiva en el servicio Hotelero, nos ocupamos de la mirada del cliente, es decir, la verdadera dimensión de la calidad, cómo recibe nuestro huésped, la atención. Esto sin duda es lo más importante ya que es la percepción del cliente la que finalmente define cómo se brinda el servicio. Un gran logro será entonces identificar los atributos fundamentales que el huésped utiliza para valorar la calidad de nuestra atención.

El servicio de alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia en la actividad turística y el conocimiento de su situación actual, es vital para determinar y abordar los problemas de toda la operación turística. Es por ello que es considerado uno de los componentes fundamentales de la industria, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración y su importancia se manifiesta con la duración de la estadía y la cantidad de visitantes dispuestos a pernoctar en la ciudad. Es decir, de la duración de la estadía depende que el visitante utilice y disfrute de otra clase de servicios que componen la actividad turística (recreación, restauración y comercio) aportando un ingreso a la economía de la comunidad local.

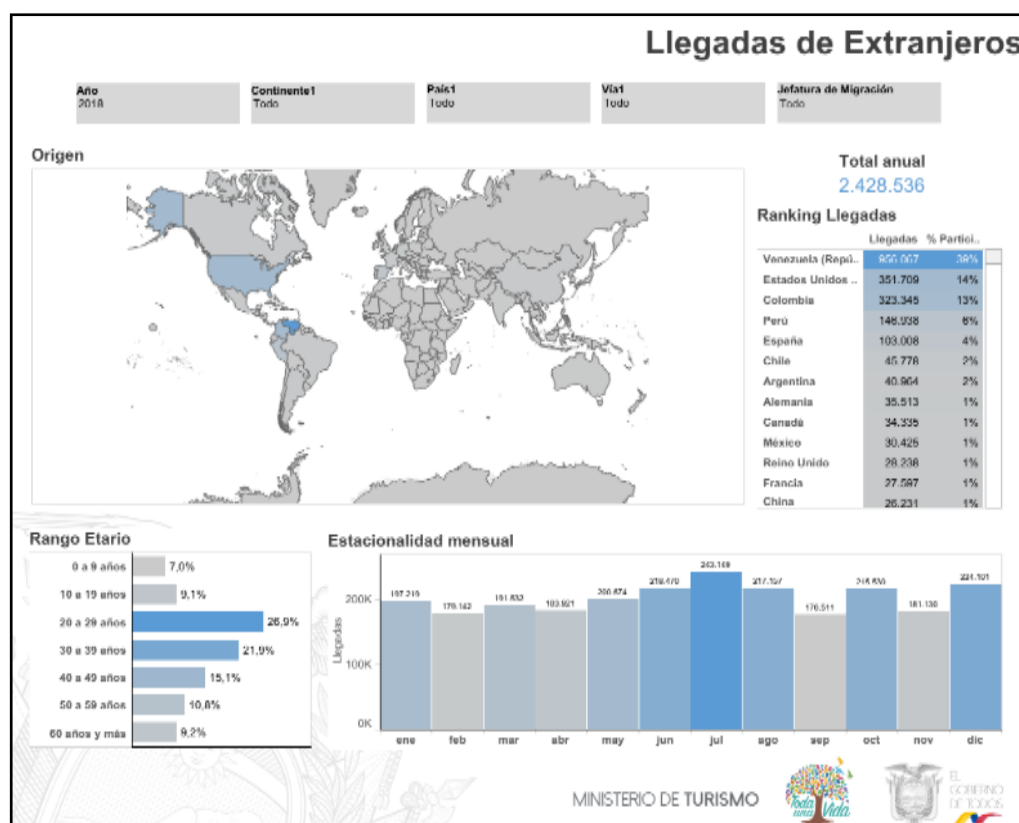
La importancia de las empresas hoteleras no se basa simplemente en un sitio donde pernoctar, en muchos casos, un hotel integra otros elementos que lo hacen por sí solo un atractivo turístico; los cuales incluyen gran variedad de servicios como restauración, comercio, recreación (discotecas, piscinas, saunas, y otros), comunicación y transporte. En estos casos el hotel se encarga de todo el cronograma de actividades del huésped cumpliendo con las expectativas y necesidades, es decir, logran agrupar y combinar todos los componentes de la actividad turística.

El hotelería es un producto intangible (servicio), que se resume en personas atendiendo a otras personas, y sea cual sea la categoría de hotel, la

excelente atención proporcionada a otros seres humanos depende en gran parte de la calidad del servicio prestado y, a su vez, la permanencia, retorno y recomendación del visitante. Las percepciones del huésped respecto al servicio, son complejas de analizar, pues los usuarios del servicio generalmente acuden a diversas dimensiones del servicio y con diferentes expectativas Grigoletto Flores (2017).

#### 4.1.2. Turistas que visitaron el Ecuador

Durante el año 2018 llegaron 2.428.536 personas al Ecuador, las principales naciones emisoras son Venezuela, Estados Unidos y Colombia, a continuación, se detalla el número de llegadas del extranjero:



Fuente: MINTUR

Elaboración: María José Guazha Romero

**Figura 1. Llegadas Internacionales a Ecuador**

### **4.1.3. Marco Normativo para Establecimientos de Alojamiento**

#### **4.1.3.1. Ley de turismo**

La Ley de Turismo (2014) considera que las actividades turísticas son desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

La Ley de Turismo (2014) nos menciona que para realizar actividades turísticas se debe tomar en cuenta los siguientes artículos:

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetos a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.



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

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

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

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

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

#### **4.1.3.2. Reglamento de Alojamiento Turístico**

Según Ministerio de Turismo del Ecuador (Reglamento de Alojamientos turísticos, 2016) establece que el reglamento del alojamiento turístico cuenta los siguientes términos:

- **Tipos de camas:**

- a) Cama de una plaza: Cama cuya dimensión es de al menos 80x190 cm.

- b) Cama de una plaza y media: Cama cuya dimensión es de al menos 105x190 cm. Las dimensiones de este tipo de cama deberán ser consideradas para camas adicionales.

- c) Cama de dos plazas (full): Cama cuya dimensión es de al menos 135x190 cm.

- d) Cama de dos y media plazas: Cama cuya dimensión es de al menos 156x200 cm. e) Cama de tres plazas: Cama cuya dimensión es de al menos 200x200 cm.

- **Tipos de habitación:**

- a) Habitación individual o habitación simple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de una sola persona.

- b) Habitación doble: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de dos personas.
- c) Habitación triple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de tres personas.
- d) Habitación cuádruple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cuatro personas. Este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico de cinco estrellas.
- e) Habitación múltiple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cinco o más personas. Este tipo de habitación no aplica para establecimientos de cinco estrellas.
- f) Habitación junior suite: Habitación destinada al alojamiento turístico compuesto por un ambiente adicional que se encuentre en funcionamiento.
- g) Habitación suite: Unidad habitacional destinada al alojamiento turístico compuesta de una o más áreas, al menos un baño privado y un ambiente separado que incluya sala de estar, área de trabajo, entre otros.
- **Todo incluido o “all inclusive”:** Es la modalidad de servicio que brinda un establecimiento de alojamiento turístico, donde ofrece alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y otros servicios, dándole al turista una estadía completa sin que deba incurrir en pagos adicionales a los establecidos en el contrato Art. 4.- Ejercicio de la actividad. - Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio cuenta con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de

las sanciones establecidas en la Ley (Reglamento de Alojamientos turísticos, 2016).

#### **4.1.3.3. Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico**

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

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

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

Art. 13.- Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico. - Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la

clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos.

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

Hotel 2 estrellas a 5 estrellas

Hostal 1 estrella a 3 estrellas

Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas

Lodge

Resort 4 estrellas a 5 estrellas

Refugio Categoría única

Campamento turístico Categoría única

Casa de huéspedes Categoría única.

#### **4.1.3.4. Derechos y obligaciones de los huéspedes y establecimientos de alojamiento turístico**

Art. 5.- Derechos y obligaciones de los huéspedes. - Los huéspedes tendrán los siguientes derechos y obligaciones:

- a) Ser informados de forma clara y precisa del precio, impuestos, tasas y costos aplicables al servicio de alojamiento;
- b) Ser informados de las políticas, planes, y procedimientos determinados por el establecimiento;
- c) Recibir el servicio conforme lo contratado, pagado y promocionado por el establecimiento de alojamiento;
- d) Recibir el original de la factura por el servicio de alojamiento;
- e) Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, sin signos de deterioro y en correcto funcionamiento;
- f) Comunicar las quejas al establecimiento de alojamiento turístico;

- g) Denunciar por los canales establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, las irregularidades de los establecimientos de alojamiento turístico;
- h) Pagar el valor de los servicios recibidos y acordados;
- i) Entregar la información requerida por el establecimiento previo al ingreso (check in), incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresan;
- j) Cumplir con las normas del establecimiento de alojamiento y aquellas determinadas por la normativa vigente;
- k) Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al establecimiento, cuando le fuere imputable.

Art. 6.- Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico. - Los establecimientos de alojamiento turístico gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

- a) Recibir el pago por los servicios entregados al huésped;
- b) Solicitar la salida del huésped del establecimiento de alojamiento cuando se contravenga la normativa vigente y el orden público, sin que esto exima a los huéspedes de su obligación de pago;
- c) Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la operación ilegal de establecimientos de alojamiento turístico;
- d) Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;

- e) De ser el caso, cobrar un valor extra por los servicios complementarios ofrecidos en el establecimiento, conforme al tipo de servicio ofrecido;
- f) Obtener el registro de turismo y licencia única anual de funcionamiento; g) Exhibir la licencia única anual de funcionamiento en la cual conste la información del establecimiento, conforme a lo dispuesto por la Autoridad Nacional de Turismo;
- h) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento;
- i) Cumplir con los servicios ofrecidos al huésped;
- j) Otorgar información veraz del establecimiento al huésped;
- k) Notificar a la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la transferencia de dominio o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los diez días de producida;
- l) Cuenta con personal calificado y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente; así como, propiciar la capacitación continua del personal del establecimiento, los mismos que podrán ser realizados mediante cursos en línea.
- m) Determinar la moneda extranjera que se acepta como forma de pago en el establecimiento;
- n) Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al huésped, cuando le fuere imputable;

- o) Cumplir con los requisitos de seguridad previstos en el presente Reglamento y demás normativa vigente relacionada con el fin de proteger a los huéspedes y sus pertenencias;
- p) En caso de incidentes y accidentes el establecimiento deberá informar sobre el hecho a las Autoridades competentes;
- q) Respetar la capacidad máxima del establecimiento;
- r) Respetar y cumplir con los límites máximos de ruido establecidos conforme a la Autoridad competente;
- s) Exigir información al huésped, incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresen al establecimiento;
- t) Prestar las facilidades necesarias para que se realicen inspecciones por parte de la Autoridad competente;
- u) Cumplir las especificaciones de accesibilidad para personas con discapacidad dispuestas en la normativa pertinente y de conformidad con lo previsto en este Reglamento;
- v) Llevar un registro diario y proporcionar a la Autoridad Nacional de Turismo y a las autoridades que así lo requieran, información sobre el perfil del huésped donde se incluya al menos nombre, edad, nacionalidad, género, número de identificación, tiempo de estadía y otros que se determinen.

Los derechos y obligaciones tanto de los huéspedes como los dueños de los hoteles, están siempre para evitar de cualquier problema que puede suceder dentro de hotel, y de esta manera puedan hacer conocer la importancia de ofrecer y dar un servicio de calidad a los turistas que visitan dicha empresa Hotelera.



#### **4.1.3.5. Permisos obligatorios de los establecimientos de alojamiento**

Los establecimientos de alojamiento deben contar con los siguientes requerimientos para su funcionamiento:

##### **4.1.3.5.1. Licencia única anual de funcionamiento (LUAF)**

El Ministerio de Turismo proporciona la potestad para trabajar durante un año a los establecimientos de alojamiento los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento son:

- Pago del impuesto predial.
- Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.

Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá cuenta con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped.

##### **4.1.3.5.2. Gobierno Autónomo Descentralizado de Catamayo**

La Autoridad competente confiere los permisos necesarios para el funcionamiento del establecimiento de alojamiento los cuales deben cumplir con los siguientes requisitos.

- 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 de los establecimientos.
- 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.
- **Permiso del cuerpo de bomberos**

Es utilizada para dar fe que las instalaciones cumplen con todos los requisitos legales y reglamentarios orientados hacia la prevención de incendios.

- Plan de contingencia.
- Extintor Y mangueras
- Pago anual de permiso de funcionamiento contra incendios.
- Señalética en caso de emergencia, (números de emergencia).
- Registro generador de desechos sanitarios.
- Manejo adecuado de tipos de residuos.
- Basureros para residuos orgánicos.
- Basureros para residuos inorgánicos.

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

Para la obtención de SRI se debe contar

- Original de la factura o planilla de servicios básicos, si arrienda contrato de arrendamiento.
- Copia de contrato de comodato o concesión comercial
- Certificados de puestos emitidos por el coordinador de mercados a nombre del contribuyente.

#### **4.1.3.5.4. Ministerio de Hidrocarburos**

La Secretaria de Hidrocarburos es la encargada de ejecutar las actividades de obligación y normas que para el debido funcionamiento adecuado.

- Gas industrial

- Reglamento técnico de comercialización de gas licuado norma a utilizar bombonas industriales.
- Cilindros de 45 kg. utilizarán en conjunto técnico industrial autorizado por el INEN.

#### **4.1.3.5.5. Gestión de Riesgos**

Los requisitos que deben cumplir son:

- Plan de contingencia
- Estructura estratégica y operativa que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas.
- Botiquín de primeros auxilios.
- Megáfono.
- Lámparas de emergencia o internas.
- Vías de evacuación señalizadas.
- Puertas de emergencia funcionales.
- Señalética.
- Sistema de alarma/sirena/timbre/campana.
- Zonas de seguridad.
- Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios).
- Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).

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

Dentro de sus competencias está la emisión de Permisos de Funcionamiento:

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

Para obtener el permiso deben cumplir con la siguiente información:

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

#### Requisitos para los establecimientos Hoteleros

Traje especial que usan los miembros de un grupo u organización mientras participan en la actividad de ésta.

- Uniformes.
- Zapatos.
- Mascarillas.

Requerimientos necesarios para manipular los alimentos y bebidas de un restaurante dentro de una hostería.

- El piso y paredes están limpios y en buenas condiciones.
- Las mesas y sillas están en buenas condiciones y limpias.
- Los basureros tienen tapa de pedal y funda.
- El techo está en buenas condiciones y limpio.
- Las instalaciones eléctricas están en buenas condiciones y limpias.
- La iluminación del establecimiento permite visualizar los objetos y áreas.
- La distribución de la empresa permite una fácil limpieza.

El suministro de agua es potable o tratada y están separadas de las aguas servidas.

Los servicios higiénicos están independientes para hombres y mujeres y están alejados del área de alimentos.

Los servicios higiénicos están previstos de jabón, toallas, papel higiénico, dispensador de gel desinfectante y basureros con tapa de pedal.

#### **4.1.3.5.7. Ministerio de Trabajo**

El Ministerio de Trabajo brinda los componentes necesarios para el pago de salarios existen varios parámetros que debe cumplir el empleado.

- Código laboral/Rol de pagos
- Tabla de pagos de sueldos y salarios
- Pago de seguro social

El Código de Trabajo tiene los siguientes artículos en cuanto a los derechos y obligaciones del empleado:

Art. 19.- Contrato escrito obligatorio. - Se celebrarán por escrito los siguientes contratos:

- a) Los que versen sobre trabajos que requieran conocimientos técnicos o de un arte, o de una profesión determinada;
- b) Los de obra cierta cuyo valor de mano de obra exceda de cinco salarios básicos unificados de trabajador en general;
- c) Los a destajo o por tarea, que tengan más de un año de duración;
- d) Los que contengan período de prueba;
- e) Los por grupo o por equipo;
- f) Los eventuales, ocasionales y de temporada;
- g) Los de aprendizaje;
- h) Los que se celebren con adolescentes que han cumplido quince años, incluidos los de aprendizaje;
- y, i) En general, los demás que se determine en la ley.

#### **4.1.3.5.8. Ministerio del Interior (Gobernación de Loja)**

El Ministerio del interior junto con la Gobernación del considera los permisos de funcionamiento para locales y establecimientos hoteleros.

Registro de establecimiento y obtención del permiso de funcionamiento.

- Registro en el sitio web
- Cedula
- RUC
- Informe de inspección intendencia
- Permiso de uso de suelo
- Permiso de cuerpo de bomberos
- Declaración juramentada
- Patente municipal
- Verificación de clausura

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

La CONADIS es el encargo de brindar un servicio cómodo y accesible a las personas con discapacidad.

Art. 13.- Turismo Accesible. - El Consejo Nacional para la igualdad de Discapacidades en coordinación con la autoridad nacional encargada del turismo formularán las políticas públicas con el fin de promover el turismo accesible para las personas con discapacidad.

Art. 18.-Unidades de transporte accesibles.-La autoridad competente en transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y los gobiernos autónomos descentralizados que han asumido las competencias en materia de tránsito, establecerán un porcentaje de unidades por cada cooperativa de transporte o compañía de taxis que sean accesibles para personas con movilidad reducida, en función de las necesidades de la respectiva circunscripción

territorial, que no podrá ser inferior al 2% o al menos una unidad por cooperativa o compañía de taxis, según la densidad poblacional.

Capacitado para atender a personas con discapacidad.

#### **4.1.3.5.10. Ministerio del Ambiente**

El Ministerio del Ambiente cumple con las obligaciones que se desprendan del permiso ambiental otorgado.

El registro ambiental debe cuenta con:

- 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.
- Reconocimiento de las buenas prácticas ambientales
- Acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan lo procesos productivos a través de cambios en la organización de los procesos y las actividades.
- Empresa ecoeficiente.
- Gestión de desechos.
- Gestión de papel.
- Consumo de agua.
- Energía
- Gestión de compras responsables.
- Capacitación del personal en aspectos ambientales.

#### **4.1.4. Calidad del Servicio**

##### **4.1.4.1. Calidad**

Según López Parra (2013) representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.

Según la Organización Internacional de Normalización menciona que (ISO, 2013) la calidad se relaciona más bien con las exigencias de los consumidores con respecto a la satisfacción de sus necesidades. Las necesidades son el conjunto de todas las características de un producto o servicio que tengan importancia para el cliente, algunas de ellas pueden ser implícitas sin que el cliente las exija de manera explícita, pero de todas formas son vitales. Las necesidades de los clientes de una empresa deben ser identificadas y definidas. Estas necesidades pueden cambiar con el tiempo, y son definidas en términos de seguridad, utilidad, viabilidad, versatilidad, compatibilidad con otros productos, confiabilidad, mantenibilidad, bajos costes (incluyendo los costes de compra, costes de mantenimiento, y vida del producto), impacto ambiental.

Es por ello que la calidad es la capacidad que posee un objeto para satisfacer las necesidades de las personas que visitan un lugar, de igual forma la calidad vendría hacer la fabricación de un buen producto con un terminado excelente que el cliente se sienta cómodo y muy bien atendido.

#### **4.1.4.2. Calidad turística**

El Ministerio de Turismo (2018) hace referencia que la calidad turística es el mecanismo a través del cual se realiza una evaluación, seguimiento y control del producto o servicio ofertado, mediante mecanismo de procedimientos o sistemas de gestión.

Según Vásquez (2016) la calidad debe entenderse como un objetivo, como el esfuerzo continuo por realizar bien las tareas y en últimas es el resultado a través del cual nuestros clientes nos van a medir a nosotros mismos, a la región en la que vivimos, a nuestro destino.

La calidad turística está orientada a ofrecer al cliente un buen producto de manera que se sienta cómodo y pueda disfrutar del alojamiento, alimentación, recreación y transporte.



#### **4.1.4.3. Servicio**

Según López Parra (2013) es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos.

Según 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.

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

#### **4.1.4.4. Servicio turístico**

Según Castellucci (2011) menciona que los servicios turísticos, poseen una característica diferencial, en tanto el cliente para hacer uso del servicio debe desplazarse al lugar de la prestación, dado que se producen en el destino turístico, en las instalaciones del prestatario y necesariamente con la participación del cliente. Por otra parte, la compra sólo da un derecho de uso temporal en un tiempo y lugar determinados.

Las empresas turísticas son empresas de servicios que, si bien prestan servicios no asociados a la adquisición de un bien tangible, para ello necesitan contar con infraestructura y equipamientos, convirtiéndose en grandes consumidoras de productos físicos.

#### **4.1.4.5. Calidad en el servicio**

Según Matsumoto (2014) la calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa.

Según Castellucci (2011) la calidad en el sector servicios depende de la cualificación de la prestación y del capital humano involucrado en satisfacer al cliente. Las empresas de servicios no pueden independizar la calidad de los procesos de gestión empresarial de la calidad de la prestación.

Tomando en consideración los dos conceptos antes mencionados sobre la calidad de servicio se puede decir que un servicio debe ser bien realizado para demostrar a los clientes, que la atención brindada es de calidad.

#### **4.1.5. Modelo SERVQUAL**

Según Matsumoto (2014) El modelo Servqual se publicó por primera vez en el año 1988, y ha experimentado numerosas mejoras y revisiones desde entonces. El modelo Servqual es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes. Permite conocer factores incontrolables e impredecibles de los clientes.

El modelo Servqual proporciona información detallada sobre; opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones.

#### **4.1.5.1. Dimensiones del Modelo Servqual**

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

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

**4.1.5.1.2. Capacidad de respuesta:** Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.

**4.1.5.1.3. Seguridad:** Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

**4.1.5.1.4. Empatía:** Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.

**4.1.5.1.5. Aspectos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

- **Expectativa**

Las expectativas son las creencias sobre la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa. Es lo que espera el cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio. El nivel de expectativa puede variar con amplitud, dependiendo del punto de referencia que tenga el cliente. Además, las expectativas son dinámicas y pueden cambiar con rapidez en el mercado altamente competitivo y volátil.

- **Percepción**

La percepción es cómo valoran las personas los servicios. Es decir, como las reciben y evalúan los servicios de una empresa. Las percepciones están enlazadas con las características o dimensiones de la calidad del servicio que son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles.

#### **4.1.5.2. Modelo de las brechas**

Las brechas que proponen los autores del Servqual como Parasuraman, Zeithaml, y Berry; indican diferencias entre los aspectos importantes de un servicio, como los son las necesidades de los clientes, la experiencia misma del servicio y las percepciones que tienen los empleados de la empresa con respecto a los requerimientos de los clientes.

Las brechas identifican cinco distancias que causan problemas en la entrega del servicio y que influyen en la evaluación final que los clientes hacen respecto a la calidad del servicio.

A continuación, se presentan las 5 brechas que proponen los autores de Servqual:

**Brecha 1:** Diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos de la empresa. Si los directivos de la organización no comprenden las necesidades de los clientes, difícilmente podrán impulsar y desarrollar acciones para lograr la satisfacción de esas necesidades y expectativas.

**Brecha 2:** Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de las normas de calidad. El factor que debe estar presente para evitar esta brecha es la traducción de las expectativas, conocida a especificaciones de las normas de la calidad del servicio.

**Brecha 3:** Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio. La calidad del servicio no será posible si las normas y procedimientos no se cumplen.

**Brecha 4:** Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa. Para el Servqual, uno de los factores claves en la formación de las expectativas, es la comunicación externa de la organización proveedora. Las promesas que la empresa hace, y la publicidad que realiza afectaran a las expectativas.

**Brecha 5:** Es la brecha global. Es la diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones de ellos.

Las 5 brechas mencionadas permitieron detectar los aspectos en los que está fallando la empresa, ya sea en la seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad y elementos tangibles, y permitieron a la empresa tomar las medidas correctas para eliminar estas brechas y aumentar la calidad en el servicio de las empresas de publicidad.

En el Modelo Servqual también se deben calcular la media y la desviación típica. La media se calcula para conocer las posibles coincidencias en actitudes que presentan los clientes ante el servicio. La desviación típica se calcula para conocer las variaciones que existen entre los clientes respecto a la percepción que cada uno tiene sobre el servicio.

#### **4.1.5.3. Estrategias para el servicio al cliente**

Según Sansón (2018) las estrategias de servicio al cliente es un paso clave para mejorar la satisfacción de los consumidores. Entre las actividades que pueden llevarse a cabo en este marco estratégico se incluyen las siguientes:

##### **4.1.5.3.1. Atención al cliente**

Según Godoy (2011) dice que la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las

necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios.

#### Los diez Mandamientos de la Atención al Cliente

- El cliente por encima de todo, es al cliente a quien debemos tener presente en todo momento.
- No hay nada imposible cuando se quiere, muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, pero con un poco de esfuerzo, se puede lograr lo que él desea.
- Cumplir todo lo que se prometa, el cliente debe sentirse confiado y esto depende de la credibilidad de la información que recibe y de quien se la transmite.
- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, cuando el cliente se siente satisfecho al recibir más de lo esperado y esto se logra conociendo muy bien a los clientes, concentrando toda la atención a sus necesidades y deseos.
- Para el cliente la empresa marca la diferencia, el capital humano que tiene contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden lograr que estos regresen o que jamás quiera volver.
- Fallar en un punto significa fallar en todo, puede que todo funcione a la perfección, pero que pasa si se falla en la fecha de entrega, la calidad del producto, entre otros detalles del cierre de la venta, todo se va al piso.
- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos, el capital humano debe estar orientado a logro de las ventas y capacitado para ello, conocer los productos, sus bondades y hasta sus desventajas, mantenerlos motivados, si estos factores no están cubiertos, la empresa no puede pretender satisfacer a los clientes, es por ello que las políticas de recursos humanos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.

- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente, la verdad es que son los clientes quienes, califican la atención recibida, si es buena vuelven o de lo contrario no regresan.
- Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar, si se logra alcanzar los objetivos propuestos de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevas metas, actualización, ya que la competencia no da tregua.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo, todas las personas de la organización deben estar alineadas a satisfacer al cliente.

#### **4.1.5.3.2. Crear una visión de servicio al cliente.**

Es importante comunicar la visión de servicio al cliente a los empleados, ya que ellos deben comprender cuál es la visión y los objetivos de la organización para el servicio al cliente y comprender su responsabilidad para ayudar a lograr esa visión.

#### **4.1.5.3.3. Evaluar las necesidades del cliente.**

Las organizaciones a menudo fallan y desperdician recursos valiosos, creando productos y servicios que pensaban que el cliente quería, solo para descubrir que no era lo que el cliente quería en absoluto. El truco es averiguar qué es lo que quiere el cliente, y, para ello, nada mejor que preguntarles. De esta forma se puede conocer su percepción de los servicios que se brindan y determinar cuáles son sus necesidades y expectativas.

#### **4.1.5.3.4. Formar y preparar a los empleados.**

Es importante evaluar a los empleados y garantizar que posean la disposición y el conjunto de habilidades para ayudar a respaldar un entorno de servicio al cliente sólido. En el marco de las estrategias de servicio al cliente, hay que aceptar que la formación es tan importante como una

buena selección de personal, porque las habilidades se pueden enseñar, pero la actitud y la personalidad no.

#### **4.1.5.3.5. Establecer metas para el servicio al cliente.**

Las estrategias de servicio al cliente ayudan a crear y reforzar una cultura de servicio. Una vez que se identifican las necesidades y expectativas del cliente y se mide su satisfacción, es hora de crear objetivos para alcanzar los niveles deseados y mantenerlos.

Recompensar y reconocer un buen servicio, que premie la empatía, dedicación y alineación con los objetivos de la estrategia de servicio al cliente de la compañía.

#### **4.1.5.3.6. Claves de la atención al cliente**

- Ofrecer a todos sus empleados un excelente conocimiento del producto.
- Capacitar a los empleados en la empatía del cliente.
- Construir una infraestructura que dé soporte un excelente servicio al cliente, autoayuda optimizadas y llamadas en lugar de largos tiempos de espera.
- Tratar de resolver los problemas de los clientes en su primer punto de contacto.
- Empoderar a sus empleados para hacer felices a los clientes.
- Cumplir las promesas.
- Personalizar al máximo.

#### **4.1.5.3.7. Estrategias**

Podemos definir la estrategia como la “Forma en la que la empresa o institución, en interacción con su entorno, despliega sus principales recursos y esfuerzos para alcanzar sus objetivos” O también “Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa”. Por tanto,



estrategia es la búsqueda deliberada de un plan de acción que una organización realiza para crear y mantener ventajas competitivas ( Fernández Lorenzo, 2016).

Se entiende por ventaja competitiva a una característica diferencial que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellas, de manera sostenible en el tiempo. La estrategia, por lo general, se compone de elementos externos e internos. Los elementos externos se refieren a los medios para hacer que la empresa sea efectiva y competitiva en el mercado; qué necesidades satisfacer, a qué grupos o segmentos de clientes dirigirse, cómo distinguirse de la competencia, qué productos o servicios ofrecer, cómo defenderse de movimientos competitivos de los rivales, qué acciones tomar en función de las tendencias de la industria, cambios en la economía o movimientos políticos y sociales, etc. ( Fernández Lorenzo, 2016).

Los elementos internos se refieren a cómo las diferentes piezas que componen la empresa (personas, departamentos, actividades), habrán de organizarse para lograr y mantener esa ventaja competitiva. Una característica diferencial de una empresa en la creación, producción o comercialización del producto o servicio, puede ser tan determinante en la obtención de dicha ventaja como cualquiera de los elementos externos ( Fernández Lorenzo, 2016).

El proceso estratégico no se limita a la concepción de una determinada línea de acción:

- Integra y da coherencia a las decisiones en la empresa (es el “pegamento” o el “carril bici” por el que se circula).
- Selecciona negocios (presentes y futuros) en los que la empresa quiere estar presente.
- Plantea objetivos a largo, medio y corto y los medios necesarios para conseguirlos, para todas las áreas funcionales de la empresa.

- Define el tipo de organización necesaria para abordar dichos negocios.
- Está siempre condicionada por la dinámica empresa-entorno. (el entorno condiciona, y a veces determina, el desenvolvimiento de las empresas y, por tanto, el desarrollo de sus estrategias).
- Y, en definitiva, pretende mejorar siempre la posición competitiva ( Fernández Lorenzo, 2016).

Para definir una estrategia que permita el éxito empresarial es conveniente tener en cuenta algunos aspectos:

- Debe tener un horizonte temporal relativamente amplio.
- Debe marcar unos objetivos claros y decisivos, que supongan un salto cualitativo de la empresa, pero también determinar los medios para alcanzarlos.
- Debe ser consistente, de manera que las metas y políticas que defina vayan en la misma dirección sin presentar incongruencias.
- Debe suponer una concentración de esfuerzos. Una estrategia eficaz, por lo general, suele requerir concentrar la actividad, esfuerzo o atención en un número bastante reducido de fines. Lo que disminuye implícitamente, los recursos disponibles para otras actividades.
- Debe ser flexible. El entorno es muy cambiante y la estrategia deberá poder adaptarse a dichos cambios sin aferrarse a enfoques sobrepasados por la realidad ( Fernández Lorenzo, 2016).

#### **4.1.5.4. FODA**

Según Herrera Vivanco (2017) manifiesta que el análisis FODA es una herramienta de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

**Fortalezas:** Capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

**Oportunidades:** Factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

**Debilidades:** Factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

**Amenazas:** Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

## 4.2. Marco Referencial

A continuación, se muestra investigaciones que definen el presente trabajo se procura ampliar los conocimientos sobre el tema de investigación, para lo cual se han tomado en cuenta los siguientes trabajos de investigación:

### 4.2.1. Investigaciones sobre el análisis de la calidad del servicio en establecimientos hoteleros

**Cuadro N° 1 Investigación de referencia de los Hoteles**

<b>Tema de la investigación</b>	Diseño de un plan para mejorar la calidad de los servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil
<b>Autor</b>	Zambrano Camacho Nuria Raquel
<b>Lugar y año</b>	Guayaquil-Ecuador, 2015
<b>Objetivos de la investigación</b>	<p><b>General:</b></p> <p>Evaluar la situación actual de la calidad de servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil para diseñar un plan de mejora.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1.- Detallar marco teórico referente a modelos de calidad en servicios hoteleros.</li><li>2.- Definir aspectos teóricos para la gestión de servicios hoteleros.</li><li>3.- Diagnosticar la situación de la calidad del servicio en hoteles de segunda categoría en la ciudad de Guayaquil.</li><li>4.- Diseñar una propuesta de Plan para mejorar la calidad de los servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoría de la ciudad de Guayaquil.</li></ol>
<b>Metodología empleada</b>	El método aplicado en la presente tesis es de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) ya que como parte fundamental del proceso de investigación se toma fuentes primarias y secundarias para la recolección de la información tales como: bibliografía, observación y la encuesta. En lo que se refiere a información primaria se utilizó una encuesta para usuarios de hoteles de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil con el fin de determinar la percepción que tenían sobre la calidad en los servicios de estos establecimientos. Mientras que para la información secundaria se utilizó bases de datos tomados del Ministerio de Turismo y de la Federación Hotelera del Ecuador. Para el presente estudio se escogió el método Deductivo que parte de lo general a lo particular. En el que se abarcó los aspectos teóricos de la calidad en los servicios y modelos de gestión para determinar la

	<p>situación actual de los hoteles de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil y proponer mejoras.</p> <p>Tipo de Investigación Para conocer la situación de los establecimientos hoteleros de segunda categoría en la ciudad de Guayaquil, se hizo una investigación pre-experimental y ex-post-facto en dichos hoteles, caracterizada por el nulo o poco control de las variables, así como estableciendo relaciones entre las mismas.</p> <p>Población y muestra Población: Número de turistas diarios que pernotan en los establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil según Catastro de Alojamiento de Guayaquil proporcionado por la Coordinación Zonal cinco del Ministerio de Turismo. Para el cálculo de la población se tomó como referencia el promedio mensual de turistas que se hospedan en los diez hoteles del centro de la ciudad que se muestra en la siguiente tabla. Teniendo un promedio semanal de 385 turistas hospedados según información otorgada por dichos hoteles.</p> <p>Técnicas de Recolección:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes Primarias: se emplea la observación y encuesta como herramienta para obtener información.</li> <li>• Fuentes Secundarias: Información obtenida de la revisión de bibliografías, artículos y estadísticas del INEC y MINTUR</li> </ul> <p>Técnicas de Análisis de Información Una vez recogido los datos a través de las 200 encuestas, se procederán a tabular y analizar los mismos mediante el uso del programa Excel.</p>
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>La situación de la calidad de servicio de hoteles de segunda categoría del sector céntrico de Guayaquil se concluyó que un 77% de los clientes están parcialmente de acuerdo con el servicio brindado, lo que denotó una falencia al no haberse cumplido las expectativas de ellos. Repercutiendo de manera negativa ante el cliente que queda insatisfecho, así como para el hotel que pierde una venta.</p> <p>Uno de los factores que tuvo mayor incidencia fue la del personal de servicios que no fue visto con profesionalismo. Así como también la infraestructura denotada deterioro, lo que daba una mala imagen. Se evidenció que el personal administrativo y operativo no contaba con una capacitación en servicio al cliente ni del cargo a ocupar. Además, que la mayoría de ellos eran polifuncionales, es decir hacían otras funciones adicionales a las que les correspondían.</p> <p>Los hoteles no cuentan con un sistema informático que les permita llevar el registro de sus actividades, tasa ocupacional de sus habitaciones, gestión de quejas, estados financieros para la toma de decisiones oportunas.</p>

**Fuente:** Zambrano Nuria, 2015

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Cuadro N° 2. Investigación de referencia al Hotel Zahir 360**

<b>Tema de la investigación</b>	<b>“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL SECTOR HOTELERO, CATEGORIZACIÓN CUATRO ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE CUENCA; Y, PROPUESTA DE DISEÑO DEL MODELO SERVQUAL PARA: HOTEL ZAHIR 360”</b>
<b>Autores</b>	PRISCILA ELIZABETH NIETO ALVAREZ LOURDES BEATRÍZ PACHECO QUIZHPILEMA
<b>Lugar y año</b>	CUENCA – ECUADOR - 2016
<b>Objetivos de la investigación</b>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Analizar la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la Ciudad de Cuenca; y, proponer el diseño del Modelo Servqual para Hotel Zahir 360, Año 2015”.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b>  1. Fundamentar los conceptos y metodología para diseñar un Modelo Servqual.  2. Analizar el sector de servicio hotelero, categorización cuatro estrellas.  3. Analizar la situación actual del servicio prestado por Hotel Zahir 360.  4. Diseñar el Modelo Servqual para Hotel Zahir 360, Año 2015.</p>
<b>Metodología empleada</b>	<p>Para llevar a cabo la aplicación de los cuestionarios se trabajó conjuntamente con el personal encargado del área de recepción, mismos que previo a la realización de los cuestionarios fueron instruidos acerca de la forma en la que se debían aplicar éstos, de esta manera se procedió solicitando directamente a los huéspedes el llenado de los cuestionarios de expectativa en el transcurso del check in, mientras que los cuestionarios de realidad fueron aplicados durante el check out, es decir al momento de cancelación de la cuenta del hospedaje. Se elaboraron 144 cuestionarios en total, 72 correspondientes a la expectativa y 72 a la realidad estos cuestionarios cuentan con 16 ítems y con una sección de calificación de 1-4 puntos, resaltando que tanto el cuestionario de expectativa como el de realidad tenía que ser dirigido al mismo huésped, con el fin de obtener información precisa, que permita conocer la brecha existente entre los parámetros de estudio. Para identificar que el cuestionario sea efectuado a la misma persona se procedió a adjuntarlo en la información del check in del huésped, teniendo en cuenta el número de habitación y adicionalmente la fecha del check out.</p> <p>Se realizó gráficos, los cuales relacionan la expectativa con la realidad, conjuntamente se encontrará debajo de cada gráfico la interpretación para los mismos. De acuerdo a la escala de Likert utilizada en el Cuestionario Expectativa, se trabajó con un rango de porcentaje de importancia relacionando al servicio esperado de 0% al 100%.</p> <p>Para el tratamiento de los resultados, se generó propuestas para mejorar la calidad del servicio con propuestas que afecten directamente la calidad.</p>
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>Con el análisis Servqual se logró tener los siguientes resultados:</p> <p>1. Fiabilidad. - Con respecto a este elemento el servicio se está presentando de manera eficaz y eficiente por lo que se está cumpliendo la percepción del cliente con lo que oferta el Hotel, resaltando que hay buena impresión del Hotel por parte de los clientes, lo que genera beneficios a largo plazo gracias a la</p>

comunicación externa de aquellos clientes beneficiarios del servicio, hacia nuevos o potenciales clientes.

2. Capacidad de respuesta. - Los clientes del Hotel Zahir 360 se sienten complacidos con la atención que brindan los empleados ante inconvenientes o requerimientos que se presentan ya que responden de manera ágil y oportuna ante cualquier petición, dando soluciones y alternativas.

3. Seguridad. - Los huéspedes del Hotel Zahir 360 perciben seguridad y confianza por parte de los empleados durante la prestación del servicio, considerando que se encuentran capacitados y con amplios conocimientos en cada una de sus áreas, lo que impacta el cliente y genera complacencia para el mismo, también se sienten custodiados y protegidos de cualquier inconveniente que pueda presentarse.

4. Empatía. - Dentro del Hotel Zahir 360 cada uno de los empleados trata de identificar las necesidades y anhelos de los clientes, tratando de entenderlos y de personalizar el servicio brindado, logrando que se sientan especiales y que se preocupan por sus necesidades, alcanzando altos niveles de satisfacción para ellos.

5. Elementos tangibles. - La arquitectura innovadora y el encanto que tienen las instalaciones del Hotel Zahir 360 ha logrado que la estancia de los huéspedes que visitan el hotel sea placentera y confortable, ya que los clientes que fueron partícipes del estudio manifestaron su contento con lo recibido en el Hotel Zahir 360, resaltando su impacto en cuanto a lo que ofrece en el hotel.

Todos estos aspectos positivos mencionados anteriormente han permitido que el Hotel Zahir 360 se posicione como uno de los mejores dentro de su categoría 4 estrellas dentro de la ciudad de Cuenca, con el trabajo, constancia y perseverancia que mantienen los colaboradores del Hotel y sus mandos operativos, resultados reflejados mediante el Modelo Servqual y que contribuyeron a realizar mejoras productivas en pequeños aspectos que se reflejaron, siendo grato el presente estudio ya que los resultados fueron satisfactorios.

**Fuente:** Nieto y Pacheco, 2016

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Cuadro N° 3. Investigación de referencia a Hoteles**

<b>Tema de la investigación</b>	Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios
<b>Autores</b>	Monar Guadalupe, Selena Mabel Villa Ramón, Mayra Alejandra
<b>Lugar y año</b>	Guayaquil, Ecuador Guayaquil, 9 de marzo del 2018
<b>Objetivos de la investigación</b>	<p><b>General:</b> Analizar la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar las variables del modelo HotelQual para medir la satisfacción del huésped de los hoteles de segunda y tercera categoría.</li> <li>2. Aplicar el modelo HotelQual para evaluar la situación actual de la calidad de los servicios hoteleros.</li> <li>3. Elaborar un plan de mejora en la calidad de los servicios para los hoteles de segunda y tercera categoría a partir del análisis obtenido.</li> </ol>
<b>Metodología empleada</b>	<p><b>Método de investigación:</b></p> <p>Tipo de investigación La investigación que se plantea es la descriptiva ya que se analizará la calidad de los servicios hoteleros de segunda y tercera categoría en la ciudad por medio de la satisfacción de los huéspedes que reciben dichos servicios. Se seleccionó el enfoque cualitativo para la situación actual de los establecimientos hoteleros por medio de entrevistas realizadas a los administradores de los hoteles y también por medio de fichas de observaciones que aportarán en la complementariedad del análisis. Por otro lado, con el enfoque cuantitativo se analizará la calidad de los servicios mediante datos numéricos obtenidos a través de las encuestas realizadas a los huéspedes de los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Tipo de muestreo: Para la investigación se realizará el muestreo no probabilístico, en su variante por conveniencia. Técnicas y herramientas de recolección de datos: La primera es la entrevista, la cual ayudará a aclarar inquietudes a nivel organizacional en los hoteles, acerca del manejo de la calidad de los servicios del establecimiento y permite recolectar datos representativos para comprender los procesos internos. Esta técnica consiste en una serie de preguntas que se formularon a partir de las variables que mide el modelo HotelQual. La segunda es la observación directa, la cual percibirá la realidad de las condiciones y los servicios que brinda cada establecimiento. Esta técnica se llevó a cabo mediante las visitas a los hoteles de segunda y tercera categoría en la ciudad de Guayaquil, con la aplicación de una ficha basada en las variables del modelo HotelQual, y teniendo contacto directo con los huéspedes y el personal del hotel. La tercera y última es la encuesta que va dirigida a los huéspedes de los hoteles de segunda y tercera categoría de Guayaquil mediante un cuestionario, el cual está basado en las variables de la escala de medición HotelQual;</p>

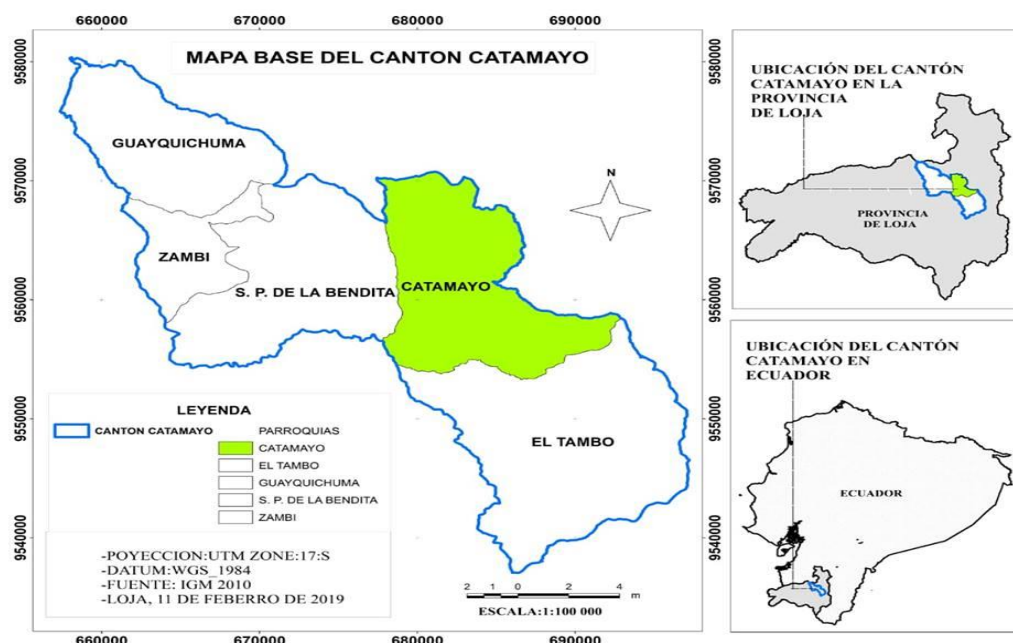


	<p>adicionalmente se tomó como referencia la aplicación del modelo Servqual, con respecto al desarrollo de la brecha cinco que enfatiza la comparación entre la expectativa y la percepción de los huéspedes.</p> <p>La población representa los 32 hoteles de segunda y tercera categoría que se encuentran en la ciudad de Guayaquil, según el Catastro de Alojamiento publicado por la Coordinación Zonal Cinco del Ministerio de Turismo. Para las entrevistas y la observación directa, se consideró la entrega de cartas dirigidas a los administradores de estos establecimientos con la finalidad de obtener su aprobación para la investigación planteada. De esta manera, se logró recibir ocho respuestas positivas 26 correspondientes a los siguientes hoteles: Air Suites, Airport, Onix Gold, Indira, Sander, U.S.A, Perla del Pacífico, Plaza St. Rafael; que dieron la apertura para aplicar las herramientas mencionadas.</p> <p>En cuanto a las encuestas, la población se consideró a través del número total de las plazas de los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil en un periodo anual. Como resultado se obtuvo que en los hoteles de segunda categoría hay 2,307 plazas diarias disponibles, y en lo que corresponde a la tercera categoría existen 1,449 plazas, llegando a ser 875,453 huéspedes quienes se alojan anualmente en estos hoteles bajo los parámetros considerados.</p> <p>La muestra conduce al resultado de 384 encuestas a ser realizadas. Sin embargo, para una mayor precisión se tomó una muestra de 400 turistas que se hospedan en los ocho hoteles que aprobaron el desarrollo de la investigación, distribuyendo 200 para los hoteles de segunda categoría y 200 para los de tercera categoría de la ciudad de Guayaquil.</p>
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>Se pudo concretar que los establecimientos hoteleros de tercera categoría son aquellos en los que los huéspedes se sintieron más insatisfechos respecto a la calidad de los servicios prestados, ya que presentaron resultados negativos. Esto, a diferencia de los hoteles de segunda categoría, los cuales presentaron falencias en menor magnitud. En un análisis por dimensión, se puede decir que en los hoteles de segunda categoría la dimensión de instalaciones es la que más resultados negativos obtuvo, siendo casi todas sus variables desfavorables. Además, en las dos dimensiones restantes, del personal y la organización, se encontraron también fallas, pero con resultados positivos, lo cual permitió manifestar que se brinda un servicio de calidad, aunque lo cierto es que falta mejorar. Por otro lado, en los hoteles de tercera categoría, las tres dimensiones estudiadas resultaron negativas, incluso existiendo variables que son más altas negativamente que otras.</p> <p>La propuesta del plan de mejora para la resolución de los problemas se fundamentó acertadamente en la metodología del ciclo de Deming, el cual ayuda a establecer de excelente manera los procesos a seguir. En este plan, se plantean objetivos para lograr resolver las falencias encontradas, los cuales deben ser cumplidos para que las organizaciones alcancen a brindar un servicio de calidad; y que 63 les favorezca en la rentabilidad y productividad de los mismos, así como en la buena imagen empresarial.</p>

**Fuente:** Gobierno Descentralizado de Catamayo

**Elaboración:** María José Guazha Romero

## 4.2.2. Lugar del área de estudio



Fuente: Gobierno Descentralizado de Catamayo

Elaboración: María José Guazha Romero

**Figura 2. Mapa del Cantón Catamayo**

### 4.2.2.1. Ubicación del Hotel Reina del Cisne

El Hotel Reina del Cisne se encuentra ubicado en el centro de Catamayo, en las calles Isidro Ayora frente al parque Central, usted podrá estar seguro de encontrar la tranquilidad, comodidad, seguridad y vocación de servicio.



Fuente: Gobierno Descentralizado de Catamayo

Elaboración: María José Guazha Romero

**Figura 3. Ubicación del Hotel Reina del Cisne**

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. Materiales**

#### **Recursos materiales**

Los materiales que se utilizaron en la actual búsqueda fueron:

#### **Recursos tecnológicos**

- Grabadora
- Cámara
- Computadora
- Flash Memory

#### **Recursos Humanos**

- Personas especializadas en sistemas de calidad del servicio de alojamiento.
- Docentes
- Tesista
- Directora de tesis.

#### **Recursos Empresariales o Institucionales**

- Información GADS
- Aporte del Gerente de Alojamiento
- Universidad Nacional de Loja
- Ministerio de Turismo.

### **5.2. Técnicas**

**Entrevista:** Se realizó entrevistas formales al Gerente, recepcionista y camarera del Hotel.

**Encuesta:** Se aplicó a los clientes del Hotel, la misma que estuvo basada en 5 dimensiones como: fiabilidad, aspectos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, los mismos que nos permitió conocer la expectativa que el cliente tenía antes de conocer el servicio y la perspectiva la misma que tiene ver con la realidad que el cliente encontró al momento de adquirir el servicio.

**Observación directa:** Este método se lo utilizó para realizar el levantamiento de información a través de la matriz de diagnóstico donde se verifico los datos generales, normativa, servicios e infraestructura que ofrece el Hotel Reina del Cisne.

**Matriz FODA:** Se utilizó para identificar las fortalezas y debilidades internas de la del Hotel Reina del Cisne además de las oportunidades que se pueden aprovechar y las amenazas externas que influyen en la ciudad de Catamayo.

### **5.3. Metodología**

#### **5.3.1. Para el cumplimiento del primer objetivo específico: “Diagnosticar la situación actual del Hotel “Reina del Cisne”, Cantón Catamayo, provincia de Loja”.**

Para el cumplimiento del primer objetivo se determinó cómo está la situación actual de la Hotel Reina del Cisne, para lo cual se aplicó la matriz de diagnóstico situacional del establecimiento con el fin de identificar como se encontraba el Hotel en la actualidad, permitiendo recopilar la información general, normativa legal, y en base al reglamento del MINTUR para obtener información relevante del servicio que ofrece el Hotel “Reina del Cisne”, se realizó vistas de campo para el levantamiento de información donde se verificaba de manera visual cada característica de la matriz de diagnóstico donde se ubicaba si cumple o no cumple con los parámetros necesarios para su funcionamiento de acuerdo a las entidades reguladoras, la entrevista que fue realizada a los principales involucrados del Hotel como es el gerente Dr. Jorge Orlando Córdova, asistente administrativo y los empleados señora Rosa Carrión y Jhoana Lalangui del establecimiento.

Una vez recolectada la información se procedió a analizar de forma crítica y en base a la normativa vigente los aspectos más relevantes para determinar fortaleza y debilidades.

### 5.3.2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: “Evaluar la calidad del servicio mediante el modelo Servqual”.

Se llevó a cabo a través del método SERVQUAL el cual se basa en cinco dimensiones básicas que permiten la caracterización de un servicio de calidad, identificadas como: aspectos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, con las siguientes dimensiones se realizó un cuestionario de 22 afirmaciones para poder medir la expectativa y la percepción se obtuvo la población del universo del Hotel del año 2018 de 500 clientes, aplicando la formula dio como resultado el tamaño de la muestra de 116 encuestados, el cliente tendrá que dar una calificación en base a la escala de Likert de 1 a 5 puntos, la expectativa del cliente se estableció en la **importancia** que tuvo el cliente antes de recibir el servicio, mientras que el significado de la percepción fue la **satisfacción** que tuvo el cliente al momento de recibir el servicio.

El trabajo de investigación se desarrolló en base a la brecha 5 la cual se apoyó en la comparación de la expectativas y percepciones del cliente, permitiendo identificar problemas con la calidad del servicio. Las encuestas de expectativa y percepción se analizaron mediante la tabulación de los datos con los resultados obtenidos de la encuesta, realizando la ponderación de la frecuencia de la escala de Likert tanto para el cuestionario de la expectativa y la percepción, luego se realizó el promedio por cada dimensión su expectativa y percepción, obteniendo un cuadro de expectativa y percepción con el promedio de cada dimensión, luego se evaluó la satisfacción del cliente.

Los resultados negativos se obtuvieron a través de una operación matemática restando la percepción con la expectativa, los que tengan signo (-) resultaron con problemas o deficiencias que tiene el Hotel por cada dimensión, las cuales se debieron dar una solución, mientras los que salieron con signo (+) no hubo ningún problema.

Luego de obtuvo las amenazas y oportunidades, determinando los problemas por cada dimensión del modelo Servqual.

**5.3.3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: “Proponer estrategias de mejoramiento de la calidad de servicio del Hotel Reina del Cisne”.**

Finalmente, aplicada las encuestas se procedió a realizar un análisis de cada afirmación y dimensión detectando los problemas y de esta manera, se realizó propuestas que permitan el mejoramiento de la calidad de los servicios ofrecidos por el Hotel Reina del Cisne.

## **6. RESULTADOS**

### **6.1. Primer objetivo específico: Diagnóstico de la situación actual del Hotel Reina del Cisne.**

#### **6.1.2. Representante del Hotel Reina del Cisne**

El Hotel Reina del Cisne tiene como su Propietario y Gerente al Dr. Jorge Orlando Córdova Montero, C.I: 1102355631. correo electrónico [jorgeocm@hotmail.com](mailto:jorgeocm@hotmail.com). Ruc:1102355631001, Razón social de la Empresa: Córdova Montero Jorge Orlando, Teléfonos: 2677414 – 267728, Nombre comercial: JoriSA. Cuenta con 7 empleados distribuidos, 2 recepcionistas, 2 camareras, una persona de limpieza y un guardia de seguridad.

El Hotel está registrado dentro del catastro turístico como un establecimiento de cuarta categoría, la estructura del establecimiento es antigua posee una estructura de 3 pisos en el primer piso se encuentra el área de recepción, en la parte detrás del edificio cuenta con los servicios adicionales como piscina, hidromasaje, sauna, turco y servicio de garaje, en el segundo piso se encuentran las habitaciones, salas de estar, y en el tercer piso posee habitaciones, gimnasio y sala de aeróbicos, en general 40 habitaciones para un total disponible de 77 plazas para atender a los clientes, actualmente conserva un convenio con la Universidad Nacional de Loja vigente hasta el año 2020 para prácticas de estudiantes dentro del Hotel.

### 6.1.3. Tipo de habitaciones del Hotel Reina del Cisne

**Cuadro N° 4. Tipo de habitaciones y tarifas del Hotel Reina del Cisne**

Tipo de habitaciones	N°	Plazas	Tarifa temporada media y baja	Tarifa temporada alta	Imagen
<b>Matrimoniales</b>	15	30	25 \$	45 \$	
<b>Personales</b>	9	9	15 \$	25 \$	
<b>Dobles</b>	12	24	25 \$	45 \$	
<b>Triples</b>	2	6	35 \$	65 \$	
<b>Cuádruples</b>	2	8	45 \$	85 \$	
<b>Total</b>	40	77			

**Fuente:** Hotel Reina del Cisne

**Elaboración:** María José Guazha Romero

Los departamentos que posee el Hotel son recepción, lavandería y limpieza de habitaciones, además cuenta con servicios adicionales los cuales se detallan a continuación:



### 6.1.3.1. Servicios adicionales

**Cuadro N° 5. Servicios adicionales del Hotel Reina del Cisne**

Servicios adicionales del Hotel Reina del Cisne	
Piscina	
Sauna y turco	
Hidromasaje	
Gimnasio	
Sala de aeróbicos	
Garaje	

**Fuente:** Hotel Reina del Cisne

**Elaboración:** María José Guazha Romero

#### 6.1.4. Permisos que cumple el Hotel Reina del Cisne

El establecimiento para su funcionamiento debe contar con algunos permisos los mismos que se detallan a continuación.

**Cuadro N° 6. Permisos con los que cuenta el Hotel Reina del Cisne**

Permisos que cuenta el Hotel Reina del Cisne		Observaciones
<b>Servicios de rentas internas (SRI)</b>	Registro Único del Contribuyente (RUC) Declaraciones Emisión de comprobantes	Verificado en estados de contabilidad
<b>Permiso del Municipio de Catamayo</b>	Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales. Certificado otorgado por la Dirección Provincial de Salud. Permiso de la Licencia única Anual de Funcionamiento. Permiso de los Bomberos	Verificado por los permisos en físico
<b>Gestión de Riesgos</b>	Permiso de instalación y normas de seguridad (plan de emergencia, botiquín de primeros auxilios, extintor)	Verificada observación directa
<b>Ministerio de Trabajo</b>	Contratos fijos Afiliación al seguro Aporte patronal 12,15%. Aporte personal 9,45%. Pago décimo tercero Pago décimo cuarto sueldo	Verificado en el rol de pagos  No cuenta con personal eventual
<b>Secretaría de Hidrocarburos</b>	Permiso de instalaciones Revisiones mensuales	No cuenta con restaurante
<b>Permisos que no cumple el Hotel Reina del Cisne</b>		
<b>Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS)</b>	Rampas para silla de ruedas Sistema braille Baños adecuados	Observación directa
<b>Ministerio del Ambiente</b>	Registro ambiental Certificado ambiental Licencia ambiental	Observación directa

**Fuente:** Ficha de la Normativa Legal

**Elaboración:** María José Guazha Romero

### 6.1.5. Cumplimiento de Reglamento para Alojamiento Hotelero de dos estrellas

Para el funcionamiento de Establecimientos de alojamiento, los Hoteles de tercera categoría deben cumplir con los siguientes requisitos.

**Cuadro N° 7. Requisitos que cumple el Hotel Reina del Cisne**

<b>Requisitos para Hotel de 2 estrellas (Hotel Reina del Cisne)</b>	
<b>Requisitos Generales Infraestructura</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El Hotel Reina del Cisne cuenta con infraestructura y mobiliario antiguos, pero en buen estado.</li> <li>○ Cuenta con condiciones básicas de limpieza e higiene.</li> <li>○ Posee con un sistema de iluminación de emergencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cuenta con zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores, identificadas y señalizadas.</li> <li>○ Cuenta con un mapa de ubicación en cada piso.</li> <li>○ Tiene una política de horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de huéspedes.</li> <li>○ Tiene contenedores de desechos, ubicados en las áreas comunes y áreas donde se generan desechos.</li> <li>○ Áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas.</li> <li>○ Posee letreros de concientización del uso del agua, energía eléctrica en cuartos de baño y aseo de habitaciones.</li> <li>○ Cuenta con el número de pisos, habitaciones debidamente identificado y señalado.</li> <li>○ Posee áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas</li> <li>○ Presentar los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción.</li> <li>○ Exhibe la licencia de funcionamiento vigente, el tarifario rack anual establecido por el MINTUR, en un lugar que sea visible para el huésped.</li> <li>○ Exhibe en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911</li> <li>○ Cuenta con instalaciones eléctricas cuyo voltaje es de 110V y 220V, debidamente señalado.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Posee iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del Hotel.</li> <li>○ Cuenta con ventilación natural y/o mecánica, en las habitaciones.</li> <li>○ Cuenta con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.</li> <li>○ Cuenta con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño.</li> <li>○ Cuenta con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño, escaleras.</li> <li>○ Cuenta con áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes.</li> <li>○ Cuenta con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.</li> <li>○ Cuenta con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza.</li> <li>○ Cuenta con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento.</li> </ul>
<b>Servicios</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tiene el servicio de agua las veinticuatro horas.</li> <li>○ Cuenta con servicio de protección de equipaje de los huéspedes.</li> <li>○ Posee internet en áreas de uso común.</li> <li>○ Cuenta con botiquín con contenido básico.</li> <li>○ Cuenta con servicio de recepción, guardianía las 24 horas.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Posee con servicio diario de limpieza.</li> <li>○ Cuenta con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, establecido por la Autoridad competente.</li> </ul>
<b>Cuartos de baño y aseo en áreas comunes, que cuenten con excelentes condiciones de limpieza.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cuenta con cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados.</li> <li>○ Cuenta 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, porta papel o dispensador de papel higiénico.</li> <li>○ Posee iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.</li> </ul>
<b>Habitaciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cuenta con 40 habitaciones.</li> <li>○ Cuenta con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.</li> <li>○ Cuenta con camas de acuerdo a las dimensiones para cada tipo de habitación.</li> <li>○ Las habitaciones cuentan con colchón; protector de colchón; sábanas; cobija (s); cubrecama, edredón; almohadas por plaza; protector de almohada; al menos un velador o mesa de noche; basurero.</li> <li>○ Cuenta con cobija extra a petición del huésped.</li> <li>○ Cuenta con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.</li> <li>○ Cuenta con informativo donde incluye políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out).</li> <li>○ Cuenta con agua para consumo en la habitación.</li> </ul>
<b>Cuarto de baño y aseo privado y/o compartido (para los casos que aplique), que cuenten con excelentes condiciones de limpieza</b>
Cuenta en 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; Inodoro con asiento y tapa; Basurero con tapa; Toallero y/o gancho; Jabón en lavamanos; Dispensador de toallas con toallas desechables; Porta papel dentro del área de cuarto de baño y aseo privado; Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro -o cerca al área de cuarto de baño y aseo compartido; Papel higiénico.
<b>Instalaciones generales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cuenta con Sistema de iluminación de emergencia.</li> <li>○ Cuenta con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.</li> <li>○ Cuenta con cuartos de baño y aseo para uso exclusivo del personal.</li> <li>○ Áreas de clientes – General.</li> <li>○ Cuenta con área de vestíbulo y recepción (con mobiliario).</li> <li>○ Áreas de clientes – Habitaciones.</li> <li>○ Cuenta con habitaciones con cuarto de baño y aseo privado.</li> <li>○ Cuenta con acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.</li> <li>○ Cuenta con casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.</li> <li>○ Cuenta con cerradura para puerta de acceso a la habitación.</li> <li>○ Cuenta con clóset y/o armario.</li> </ul>
<b>Requisitos que no cumple El Hotel Reina del Cisne</b>

- No cuenta con la aplicación de cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento
- No cuenta con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del Establecimiento
- No cuenta con áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas

**Fuente:** Ficha del Ministerio de Turismo para Hoteles de 2 estrellas

**Elaboración:** María José Guazha Romero

## **6.1.6. Análisis de las entrevistas**

### **6.1.6.1. Entrevista al Gerente del Hotel (anexo N° 3)**

La entrevista fue realizada de forma verbal, al Dr. Jorge Orlando Córdova Montero, Propietario y Gerente del Hotel Reina del Cisne, nos manifestó el proceso de comunicación con el personal del hotel es bueno ya que trabajamos en grupo para dar un buen servicio, tanto la camarera tiene su función de hacer la limpieza de habitaciones y la recepcionista que es la que se encarga de hacer el check in y check out y el gerente siempre estamos comunicados con el personal que trabaja en el hotel.

Los servicios adicionales que ofrece el Hotel Reina del Cisne aparte de ofrecer el servicio de alojamiento también cuenta con: Piscina, Sauna, Turco, Hidromasaje, Gimnasio y sala de aeróbicos, mencionó que las capacitaciones son realizadas por parte del Ministerio de Turismo al gerente y el a su vez comparte sus conocimientos a las recepcionistas y camareras además de eso el gerente del Hotel tiene capacitaciones virtualmente, obteniendo mayor conocimiento relacionado a administración de empresas de alojamiento. Incentiva al personal para mejorar un buen servicio, menciono que motiva al personal impartiendo el buen trato que se debe tener con el cliente ser cordial y amable, buen trato a los empleados. Recibe por parte del Ministerio de Turismo dos veces por año capacitaciones acerca de cómo se debe llevar un hotel, charlas y conferencias.

Manifestó que los clientes que utilizan sus servicios son: comerciantes, vendedores y turistas locales los problemas que tuvo que enfrentar el año 2018 fue, disminución de clientes por la creación de nuevas empresas

Hoteleras, existen establecimientos que no cumplen con los requisitos necesarios para brindar un buen servicio de tal manera, no se puede competir con los bajos precios que ofrecen. Para ofrecer un buen servicio las habitaciones deben contar con todos los servicios y para esto cuesta mantener una habitación y el cliente no está dispuesto a pagar lo que vale una habitación, como es pagos de internet, tv cable entre otros.

Cuenta con un sistema de registro de clientes por año con un promedio anual de 400 a 500 clientes por año, con una alta demanda en el mes de agosto por la Virgen del Cisne, nos dio a conocer que la calidad en cuanto al servicio es ofrecer un servicio completo a los huéspedes y de esta manera brindar satisfacción al cliente.

#### **6.1.6.2. Entrevista a la recepcionista del Hotel**

La entrevista fue realizada de forma verbal, a la señora Jhoana Lalanguí quien se desempeña como recepcionista dentro del Hotel Reina del Cisne, nos dio a conocer que la comunicación interna funciona de buena manera con el dueño del hotel les trata bien, no grita a sus empleados, recibe capacitaciones por parte del gerente explicando que deben ser amables con los clientes, siempre estar sonrientes y hacerle sentir bien al cliente. La recepcionista mencionó que los clientes se retiran satisfechos con el servicio brindado.

No manifestó ningún problema con la atención al cliente hasta el momento lleva trabajando tres meses, dijo que los servicios que presta el Hotel son de calidad ya que las habitaciones son confortables y tienen todos los servicios prestados, que debe contar una habitación, así mismo nos dio a conocer que las habilidades que debe tener una recepcionista son: deben ser amables con los clientes, responsable en el trabajo, ser una persona sociable con los clientes para de esta manera hacerlo sentir que están como es su casa. Su desempeño laboral es bueno ya que el gerente cuenta con otras labores de este modo la recepcionista siempre está todo el tiempo completo dentro del hotel, hasta la hora de salida.

### **6.1.6.3. Entrevista a la camarera del Hotel**

La entrevista fue realizada de forma verbal, a la señora Rosa Carrión quién desempeña como camarera donde realiza todas las actividades de limpieza de habitaciones y planchado y lavado de sabanas y toallas, la comunicación interna es muy buena no tienen ningún inconveniente, la comunicación es a diario con la recepcionista, cualquier inquietud se da a conocer a la recepcionista, manifiesto que el dueño del hotel les comparte sus conocimientos, motivándolas que si algún error tiene les hace ver de una mejor manera y buscan como solucionar algún problema, para mejorar la atención al cliente, nos comentó que los servicios que presta el Hotel son de calidad que los clientes se retiran satisfechas y les agradecen a los empleados.

Las habilidades que la camarera considera son: ser rápida en la limpieza de habitaciones, disciplinada al momento de tener un contacto directo con el huésped y honrada con el hotel que nos brinda el trabajo, la misma mencionó que a las habitaciones no les hace falta nada para ofrecer un mejor servicio, hasta el momento no existe ninguna queja por parte de los clientes, nos dio a conocer que si un cliente está molesto lo primero que hará es hablar con el señor pidiéndole disculpas por algún error cometido ya que como humanos nos equivocamos.

## **6.2. Segundo objetivo específico: Evaluación de la calidad de servicio que ofrece el Hotel Reina del Cisne mediante el modelo SERVQUAL**

### **6.2.1. Tamaño de la muestra**

Para determinar la muestra se tomó un universo comprendido del promedio anual de 500 visitantes que ocupan los servicios del Hotel Reina del Cisne del cantón Catamayo. Para determinar la muestra usaremos la siguiente formula donde:

Z= nivel de confianza

N= población- censo

P= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= error de estimación

n= tamaño de la muestra

N= 500 personas

Z=1.96

p=0.5

q=0.5

e=0.08

n= número de muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(500)}{(500)(0.08)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 116$$

### 6.2.2. Resultados de la aplicación de la encuesta SERVQUAL

Se elaboraron 44 afirmaciones en total, 22 correspondientes a la expectativa y 22 a la percepción, resaltando que tanto el cuestionario de expectativa como el de la percepción son dirigidas a los clientes, con el fin de obtener información precisa, que permita conocer la brecha existente entre los parámetros de estudio. Para la aplicación de las encuestas se procedió a solicitar a los clientes que indiquen las afirmaciones de la expectativa en el transcurso del check in, mientras que las afirmaciones de la percepción fueron aplicadas durante el check out, así mismo fue necesario realizar llamadas de los clientes fijos del hotel, para realizar la tabulación de las encuestas realizadas a los clientes del Hotel.

#### 6.2.2.1. Tabulación de las Encuestas

Se detallan los resultados de las dimensiones utilizadas en el Modelo Servqual orientadas al Hotel Reina del Cisne, de igual manera se contará con una explicación de cada dimensión y luego se mostrarán los resultados obtenidos tanto en el cuestionario de expectativa como en el de la percepción.



- **Cuestionario de la Expectativa**

**Cuadro N° 8. Afirmaciones de la dimensión de aspectos tangibles del cuestionario de la Expectativa**

Expectativa = Importancia								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Nada importante	Poco importante	Ni importante ni sin importancia	Importante	Muy importante	TOTAL
			1	2	3	4	5	
ASPECTOS TANGIBLES	1	El hotel cuenta con instalaciones y mobiliario bien conservados y atractivos.			3	48	65	116
	2	La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.			2	40	74	116
	3	Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.			36	46	34	116
	4	Los diferentes equipos del hotel son modernos y funcionan correctamente.			34	46	36	116
	5	EL Hotel cuenta con una decoración agradable y amigable.			20	55	41	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- **Cuestionario de la Percepción**

**Cuadro N° 9. Afirmaciones de la dimensión de aspectos tangibles del cuestionario de la Percepción**

Percepción=Satisfacción								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	TOTAL
			1	2	3	4	5	
ASPECTOS TANGIBLES	1	El hotel cuenta con instalaciones y mobiliario bien conservados y atractivos.	9	23	21	36	27	116
	2	La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.	2	7	18	53	36	116
	3	Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.	3	12	29	42	30	116
	4	Los diferentes equipos del hotel son modernos y funcionan correctamente.	3	9	23	46	35	116
	5	EL Hotel cuenta con una decoración agradable y amigable.			12	46	58	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- **Cuestionario de la Expectativa**

**Cuadro N° 10. Afirmación de la dimensión de empatía del cuestionario de la Expectativa**

Expectativa= Importancia								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Nada importante	Poco importante	Ni importante ni sin importancia	Importante	Muy importante	TOTAL
			1	2	3	4	5	
EMPATÍA	6	El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.			7	69	40	116
	7	El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.			27	41	48	116
	8	En el hotel me prestan una atención muy personalizada.			13	63	40	116
	9	El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.			8	62	46	116
	10	En las áreas comunes (piscina, gimnasio, hidromasaje, sauna, turco) hay un ambiente divertido y agradable.			12	54	50	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- **Cuestionario de la Percepción**

**Cuadro N° 11. Afirmaciones de la dimensión de empatía del cuestionario de la Percepción**

Percepción=Satisfacción								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	TOTAL
			1	2	3	4	5	
EMPATÍA	6	El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.			12	39	65	116
	7	El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.			13	65	38	116
	8	En el hotel me prestan una atención muy personalizada.		12	19	54	31	116
	9	El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.			21	41	54	116
	10	En las áreas comunes (piscina, gimnasio, hidromasaje, sauna, turco) hay un ambiente divertido y agradable.	10	19	16	41	30	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- **Cuestionario de la Expectativa**

**Cuadro N° 12. Afirmaciones de la dimensión de fiabilidad del cuestionario de la Expectativa**

Expectativa= Importancia								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Nada importante	Poco importante	Ni importante ni sin importancia	Importante	Muy importante	TOTAL
			1	2	3	4	5	
FIABILIDAD	11	Predisposición de los empleados por resolver los problemas.			7	62	47	116
	12	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.			21	43	52	116
	13	Los Servicios son brindados sin cometer errores.			7	62	47	116
	14	Los servicios ofrecidos son cumplidos a tiempo.			15	65	36	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- **Cuestionario de la Percepción**

**Cuadro N° 13. Afirmaciones de la dimensión de fiabilidad del cuestionario de la Percepción**

Percepción=Satisfacción								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	TOTAL
			1	2	3	4	5	
FIABILIDAD	11	Predisposición de los empleados por resolver los problemas.			8	44	64	116
	12	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.			6	51	59	116
	13	Los Servicios son brindados sin cometer errores.	1	2	7	78	28	116
	14	Los servicios ofrecidos son cumplidos a tiempo.	1	1	7	79	28	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- **Cuestionario de la Expectativa**

**Cuadro N° 14. Afirmaciones de la dimensión de capacidad de respuesta del cuestionario de la Expectativa**

Expectativa= Importancia								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Nada importante	Poco importante	Ni importante ni sin importancia	Importante	Muy importante	TOTAL
			1	2	3	4	5	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	15	El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.			15	65	36	116
	16	Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.			20	53	43	116
	17	Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.			26	52	38	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- **Cuestionario de la Percepción**

**Cuadro N° 15. Afirmaciones de la dimensión de capacidad de respuesta del cuestionario de la Percepción**

Percepción=Satisfacción								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	TOTAL
			1	2	3	4	5	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	15	El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.			6	72	38	116
	16	Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.		15	9	54	38	116
	17	Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.	9	15	18	36	38	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- Cuestionario de la Expectativa

**Cuadro N° 16. Afirmaciones de la dimensión de seguridad del cuestionario de la Expectativa**

Expectativa= Importancia								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Nada importante	Poco importante	Ni importante ni sin importancia	Importante	Muy importante	TOTAL
			1	2	3	4	5	
SEGURIDAD	18	Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.			16	61	39	116
	19	Los empleados demuestran seguridad.			15	63	38	116
	20	Las instalaciones del hotel reflejan seguridad.			14	52	50	116
	21	El hotel cuenta con equipos de seguridad (cámaras, alarma)				51	65	116
	22	Los exteriores del hotel son seguros			7	58	51	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

- Cuestionario de la Percepción

**Cuadro N° 17. Afirmaciones de la dimensión de seguridad del cuestionario de Expectativa**

Percepción=Satisfacción								
DIMENSIÓN	AFIRMACIONES		Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	TOTAL
			1	2	3	4	5	
SEGURIDAD	18	Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.			7	42	67	116
	19	Los empleados demuestran seguridad.			9	59	48	116
	20	Las instalaciones del hotel reflejan seguridad.			8	62	46	116
	21	El hotel cuenta con equipos de seguridad (cámaras, alarma)	59	21	25	11		116
	22	Los exteriores del hotel son seguros	28	30	26	20	12	116

Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

### 6.2.3. Análisis e interpretación de resultados

Para poder representar de manera más clara, se cuenta con la ayuda de gráficos, los cuales relacionan las afirmaciones del cuestionario de la expectativa con el cuestionario de la percepción.

#### 6.2.3.1. Cuestionario de la expectativa

De acuerdo a la escala de Likert utilizada en el Cuestionario Expectativa, se trabajó con una escala de 1 al 5.

**Cuadro N° 18. Escala de Likert del cuestionario de la Expectativa**

Significado	Nada importante	Poco importante	Ni importante, ni sin importancia	Importante	Muy importante
Nivel de Likert	1	2	3	4	5

Fuente: Escala de Likert

Elaboración: María José Guazha Romero

**Aspectos Tangibles.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:



Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

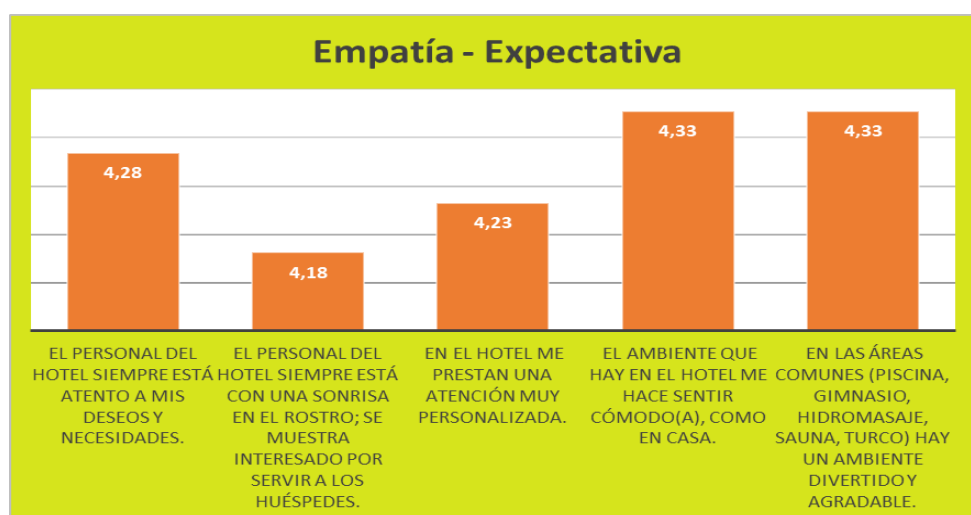
Elaboración: María José Guazha Romero

**Figura 4. Resultados de la dimensión de tangibilidad**

En la figura 4 se visualiza las cinco afirmaciones correspondientes a esta dimensión, manifestando el nivel de importancia que los clientes del Hotel Reina del Cisne, esperaban de cada afirmación, la afirmación más

importante para el cliente fue, que la habitación cuente con todos los servicios para sentirme cómodo con un promedio de 4,62 y la que menos importancia tuvo, los empleados tengan una apariencia limpia y agradable con un promedio de 3,98.

**Empatía.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:



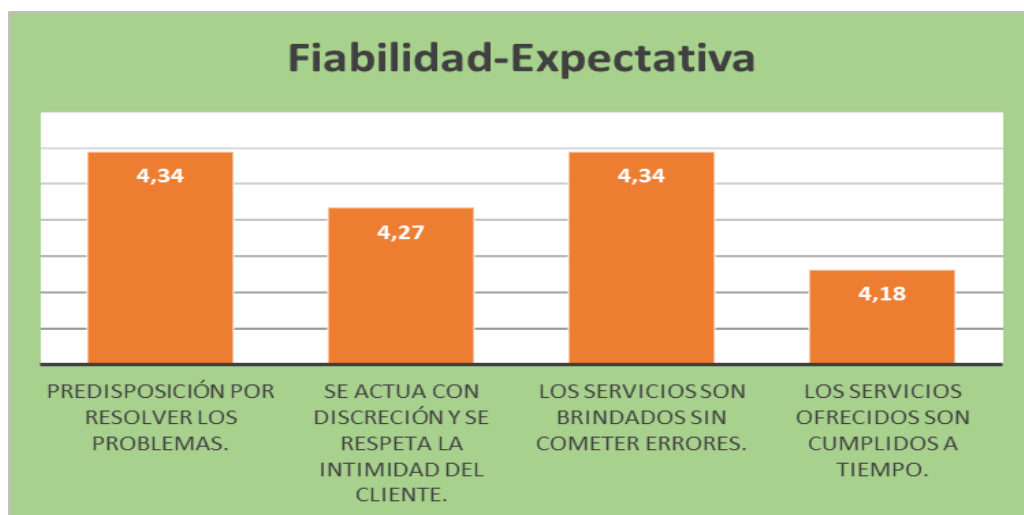
**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 5. Resultados de la dimensión de empatía**

En la figura 5 se puede visualizar las cinco afirmaciones correspondientes a esta dimensión, manifestando que las afirmaciones fueron: El ambiente que hay en el Hotel me hacen sentir cómodo(a), como en casa y, en las áreas comunes(piscina, gimnasio, hidromasaje, sauna, turco) hay un ambiente divertido y agradable posee un promedio de 4,33 como las más importantes para los clientes y la que menor grado tiene es: el personal del hotel siempre esta con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir a los huéspedes con un promedio de 4,18.

**Fiabilidad.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 6. Resultados de la dimensión de fiabilidad**

En la figura 6 se observa las cinco afirmaciones correspondientes a esta dimensión, las dos afirmaciones más relevantes para el cliente son: la predisposición por resolver los problemas y los servicios son brindados sin cometer errores con un promedio de 4,34 y la de menor importancia tuvo, los servicios ofrecidos son cumplidos a tiempo con un promedio de 4,18.

**Capacidad de respuesta.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 7. Resultados de la dimensión de la capacidad de respuesta**

La figura 7 nos muestra como promedio más alto el 4,20 que corresponde a la afirmación: si se me presenta un problema o necesito ayuda, el



personal del hotel me ayudara a resolver inmediatamente, lo que nos demuestra que los clientes tienen una expectativa relevante, mientras que la de menor aceptación para los clientes fue la afirmación: si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo con un promedio de 4,10.

**Seguridad.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel  
**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 8. Resultados de la dimensión de seguridad**

La figura 8 nos demuestra que en la dimensión de seguridad el promedio más alto es de 4,56 correspondiente a la afirmación: el hotel cuenta con equipos de seguridad (cámaras, alarma) demostrando ser la más importante para los 116 clientes encuestados, mientras que la afirmación más baja es de 4,20 que corresponden a dos afirmaciones: me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación, y los empleados demostraron seguridad, las cuales demostraron menor importantes para los clientes del hotel.

El promedio de las dimensiones del Cuestionario de Expectativa son los siguientes:

**Cuadro N° 19. Promedio de las dimensiones del Cuestionario de Expectativa**

<b>DIMENSIONES</b>	<b>PROMEDIO</b>
Aspectos tangibles	4,27
Empatía	4,27
Fiabilidad	4,28
Capacidad de respuesta	4,16
Seguridad	4,33
<b>TOTAL DEL PROMEDIO GENERAL</b>	<b>4,26</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel  
**Elaboración:** María José Guazha Romero

En el cuadro N° 19 se puede observar los promedios de cada dimensión, los cuales superan la calificación de cuatro puntos, así mismo se obtuvo un promedio general de las cinco dimensiones el promedio fue de 4,26/5 que tiene un significado de importante, correspondiente a las expectativas de los clientes que utilizaban el Hotel “Reina del Cisne”, fueron altas, los cuales esperaban recibir un servicio de calidad por parte del Hotel.

#### **6.2.3.2. Cuestionario de la Percepción**

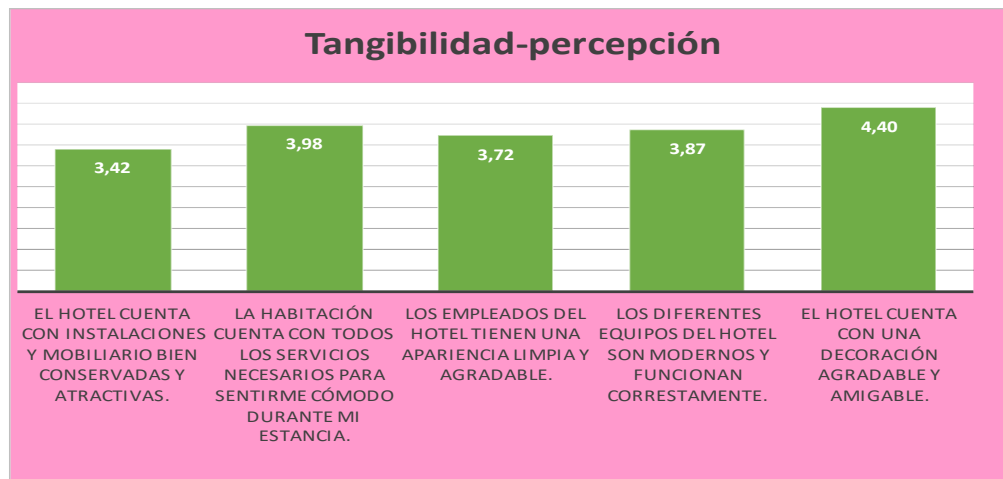
Mientras que para el Cuestionario de la percepción de acuerdo a la escala de Likert del 1 al 5 correspondiente a la satisfacción.

**Cuadro N° 20. Escala de Likert**

<b>Significado</b>	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
<b>Nivel de Likert</b>	1	2	3	4	5

**Fuente:** Escala de Likert  
**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Aspectos Tangibles.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:

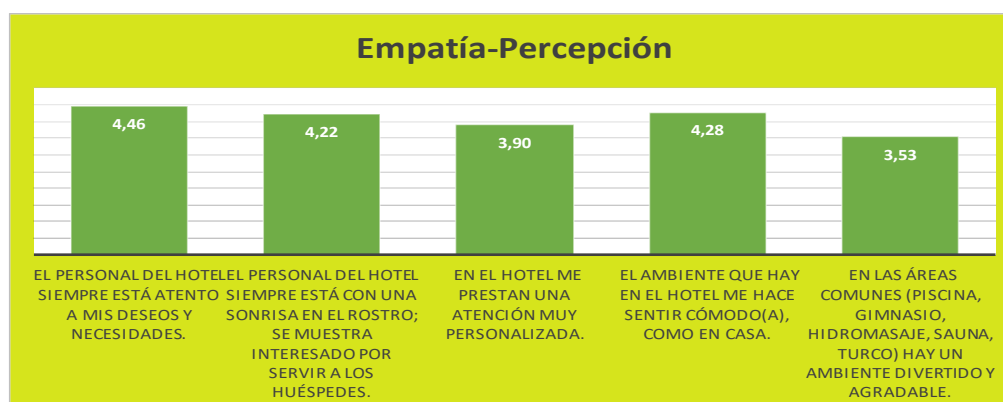


**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel  
**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 9. Resultados de la dimensión de tangibilidad**

En la figura 9 de acuerdo a los datos alcanzados en relación a la elección de los clientes en cuanto a los aspectos tangibles del hotel, se puede determinar que su nivel de satisfacción dentro de la escala de Likert es de 5 como máximo. Se obtuvo que la afirmación correspondiente: el hotel cuenta con una decoración agradable y amigable con un promedio de 4,40 el cual resulto ser satisfactorio para los 116 clientes encuestados, mientras que la afirmación el hotel cuenta con instalaciones y mobiliario bien conservadas y atractivas con un promedio de 3,42 resultando para los clientes insatisfechos en este aspecto.

**Empatía.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:

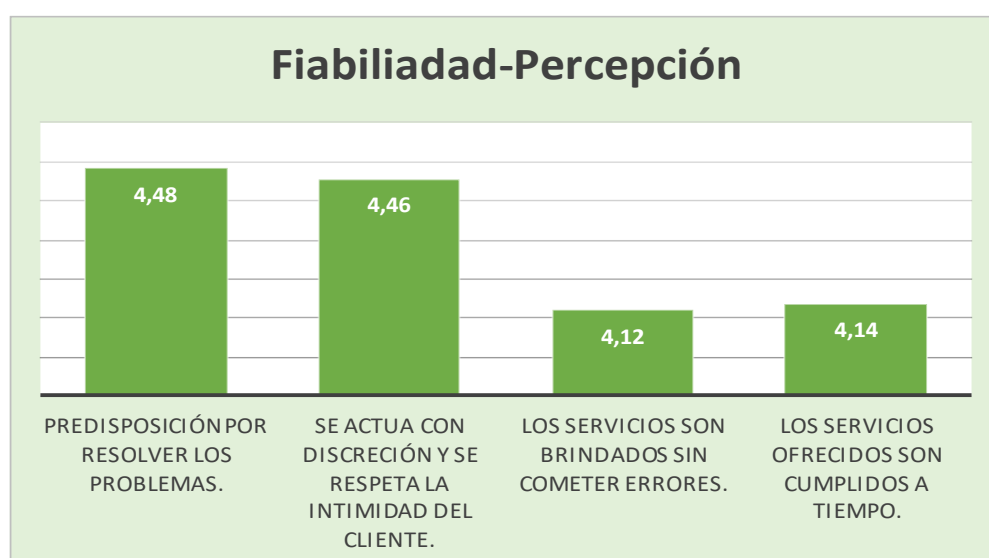


**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel  
**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 10. Resultados de la dimensión de empatía**

En la figura 10 de acuerdo a los datos alcanzados en relación a la elección de los clientes en cuanto a la dimensión empatía de los empleados del hotel, se puede determinar el nivel de satisfacción dentro de una escala de Likert de 5 como máximo. Se obtuvo que la afirmación correspondiente: el personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades con un promedio de 4,46 resultó ser satisfactorio para los 116 clientes encuestados, mientras que la afirmación: en las eras comunes (piscina, gimnasio, hidromasaje, sauna, turco) hay una ambiente divertido y agradable con un promedio de 3,53 resultando para los clientes insatisfechos en este aspecto.

**Fiabilidad.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:



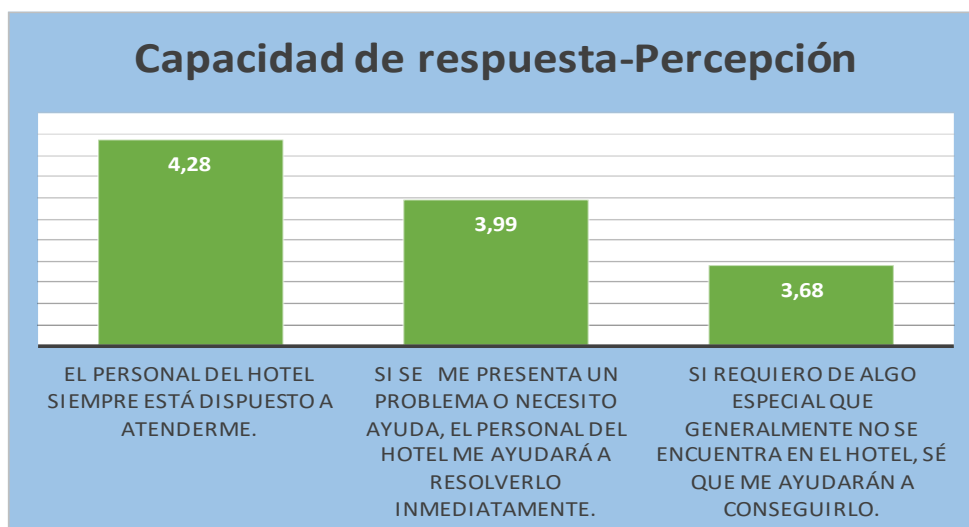
Fuente: Encuestas a los clientes del Hotel

Elaboración: María José Guazha Romero

**Figura 11. Resultados de la dimensión de fiabilidad**

En la figura 11 de acuerdo a los datos alcanzados en relación a la elección de los clientes en cuanto a la dimensión empatía de los empleados del hotel, se puede determinar el nivel de satisfacción dentro de una escala de Likert de 5 como máximo. Predisposición por resolver los problemas con un promedio de 4,46 resultó ser satisfactorio para los 116 clientes encuestados, mientras que la afirmación: los servicios son brindados sin cometer errores con un promedio de 4,12 resultando para los clientes insatisfechos en este aspecto.

**Capacidad de respuesta.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:



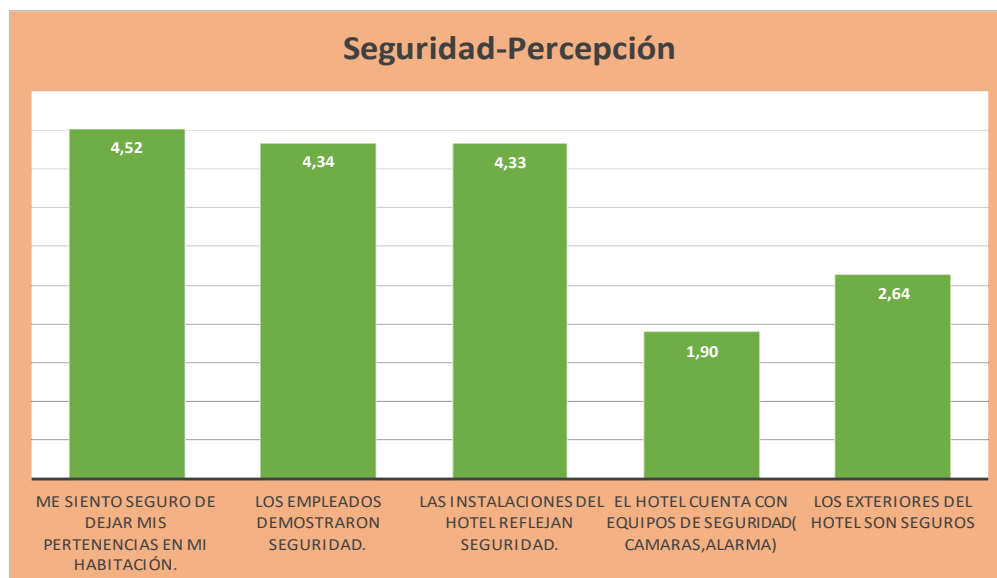
**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 12. Resultados de la dimensión de capacidad de respuesta**

Se observa en la figura 12 que de acuerdo a los datos alcanzados en relación a la elección de los clientes en cuanto a la dimensión empatía de los empleados del hotel, se puede determinar el nivel de satisfacción dentro de una escala de Likert de 5 como máximo. Se obtuvo que la afirmación correspondiente: el personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme con un promedio de 4,28 resultó ser satisfactorio para los 116 clientes encuestados, mientras que la afirmación: si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo con un promedio de 3,68 resultando para los clientes insatisfechos en este aspecto.

**Seguridad.** - En esta dimensión los resultados obtenidos, se encuentran expuestos en la siguiente figura:



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 13. Resultados de la dimensión de seguridad**

Se puede visualizar en la figura 13 que de acuerdo a los datos alcanzados la dimensión empatía de los empleados del hotel, se puede determinar el nivel de satisfacción dentro de una escala de Likert de 5 como máximo. Se obtuvo que la afirmación correspondiente: me siento seguro de dejar mis pertenencias en mí habitación con un promedio de 4,52 resultó ser satisfactorio para los 116 clientes encuestados, mientras que la afirmación: el hotel cuenta con equipos de seguridad (cámaras, alarma) con un promedio de 1,50 resultando para los clientes insatisfecho en este aspecto.

El promedio de las dimensiones en el Cuestionario de la percepción son los siguientes:

**Cuadro N° 21: Promedio de las dimensiones en el Cuestionario de la percepción**

DIMENSIONES	PROMEDIO
Aspectos tangibles	3,88
Empatía	4,08
Fiabilidad	4,30
Capacidad de respuesta	3,98
Seguridad	3,54
<b>TOTAL DEL PROMEDIO GENERAL</b>	<b>3,96</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

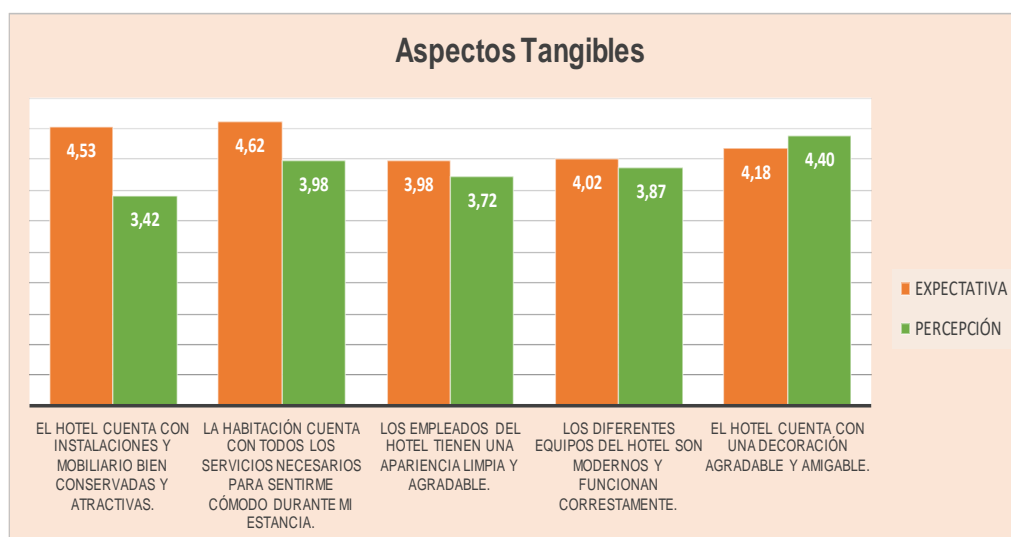
En el cuadro establecido se visualiza el promedio general obtenido en las 22 afirmaciones distribuidas en las cinco dimensiones, en el Cuestionario de la percepción fue de 3,96 que significa el cliente está ni satisfecho ni insatisfecho, se muestra que las expectativas de los clientes no fueron superadas, aspecto que es desfavorable para el Hotel, el mismo confirma una baja calidad en el servicio brindado por parte del Hotel, tanto a nivel de instalaciones, seguridad y sus empleados.

#### 6.2.3.4. Análisis de brechas

Para realizar la interpretación de los datos obtenidos de la encuesta, se hizo una comparación del cuestionario de la expectativa y de la percepción del cliente, basándonos en el modelo Servqual para que exista una satisfacción del cliente la percepción debe ser superada por la expectativa, para ello se utilizó los siguientes gráficos donde se detallan las cinco dimensiones para un mejor análisis.

La brecha se forma por la comparación de la percepción y la expectativa quedando la siguiente formula:

$$\text{Satisfacción} = \text{percepción} - \text{expectativa}$$



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 14. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles**

En la figura 14 se puede visualizar los promedios comparativos entre la expectativa y la percepción, los cuales fueron el resultado de las encuestas a 116 clientes, donde la única afirmación que supera la expectativa de los clientes es: el hotel cuenta con una decoración agradable y amigable, mientras las demás afirmaciones no superaron la expectativa del cliente, lo que indica que existen falencias en estas afirmaciones de la dimensión de aspectos tangibles.

**Cuadro N° 22. Brecha de aspectos tangibles**

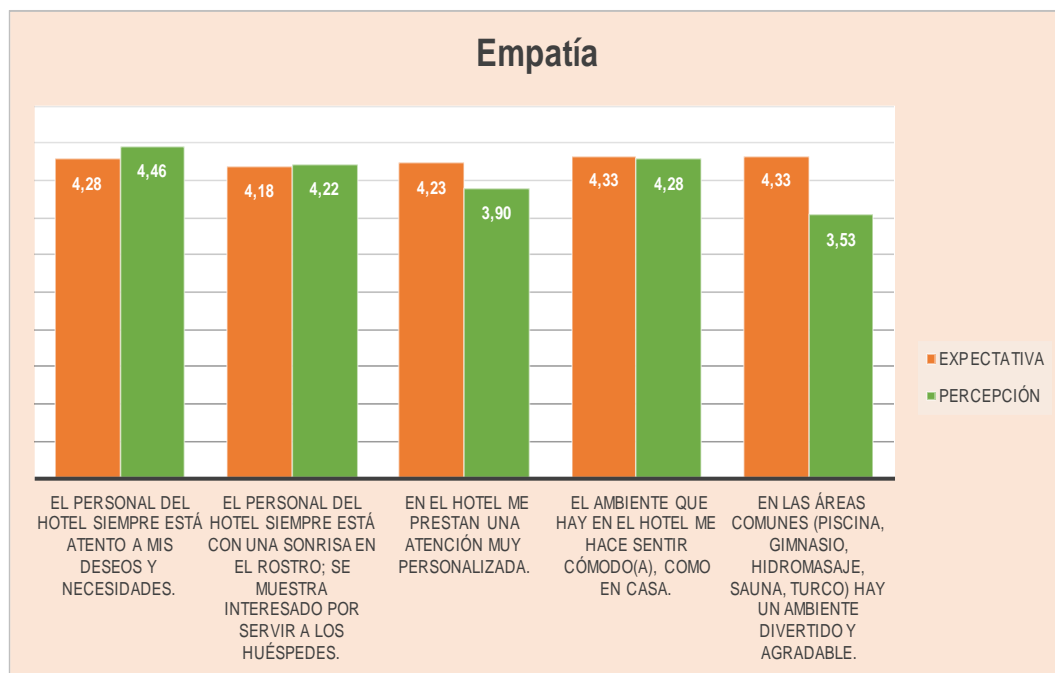
ASPECTOS TANGIBLES		PROMEDIO DE LA EXPECTATIVA	PROMEDIO DE LA PERCEPCIÓN	BRECHA (S=P-E)
1	El hotel cuenta con instalaciones y mobiliario bien conservadas y atractivas.	4,53	3,42	-1,11
2	La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.	4,62	3,98	-0,64
3	Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.	3,98	3,72	-0,26
4	Los diferentes equipos del hotel son modernos y funcionan correctamente.	4,02	3,87	-0,15
5	EL Hotel cuenta con una decoración agradable y amigable.	4,18	4,40	0,22

**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

En el cuadro N° 22 se observa la brecha existente entre la expectativa y la percepción, la cual nos indica que para que exista satisfacción hacia los clientes, la percepción debe ser igual o superior a la expectativa para lo cual se calculó la diferencia entre las mismas, como resultado una brecha o diferencia positiva o negativo, las celdas sombreadas son aquellas que se identificó problemas en la dimensión de los aspectos tangibles por tener una brecha negativa mientras que las celdas con brecha positiva significa que el cliente está satisfecho en las diferentes afirmaciones de los aspectos tangibles.





**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 15. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles**

En la figura 15 se puede observar los promedios comparativos entre la expectativa y la percepción, los cuales fueron el resultado de las encuestas a 116 clientes, donde las afirmaciones correspondientes a: el personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades, el personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro se muestra interesado por servir a los huéspedes, superan la expectativa de los clientes por ende se sienten satisfechos, mientras las demás afirmaciones no superaron la expectativa del cliente, lo que indica que existen falencias en estas afirmaciones de la dimensión de empatía.

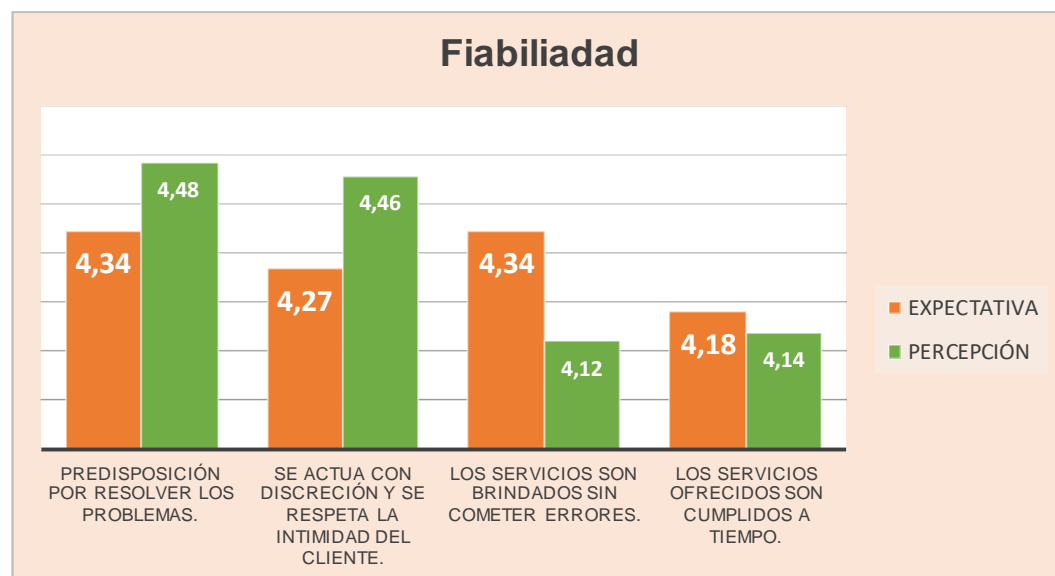
**Cuadro N° 23. Brecha de la empatía**

EMPATÍA		PROMEDIO DE LA EXPECTATIVA	PROMEDIO DE LA PERCEPCIÓN	BRECHA
6	El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.	4,28	4,46	0,17
7	El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.	4,18	4,22	0,03
8	En el hotel me prestan una atención muy personalizada.	4,62	3,90	-0,72
9	El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.	4,33	4,28	-0,04
10	En las áreas comunes (piscina, gimnasio, hidromasaje, sauna, turco) hay un ambiente divertido y agradable.	4,33	3,53	-0,79

**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

En el cuadro N° 23 se observa la brecha existente entre la expectativa y la percepción, las celdas sombreadas son aquellas que se identificó problemas en la dimensión de empatía por tener una brecha negativa mientras que las celdas con brecha positiva significan que el cliente está satisfecho en las diferentes afirmaciones de empatía.



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 16. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles**

En la figura 16 se puede visualizar los promedios comparativos entre la expectativa y la percepción, los cuales fueron el resultado de las encuestas a 116 clientes, donde las afirmaciones que supera la expectativa de los clientes son: predisposición por resolver los problemas, y se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente, mientras que las demás afirmaciones no superaron la expectativa del cliente, lo que indica que existen falencias en estas afirmaciones de la dimensión de fiabilidad.

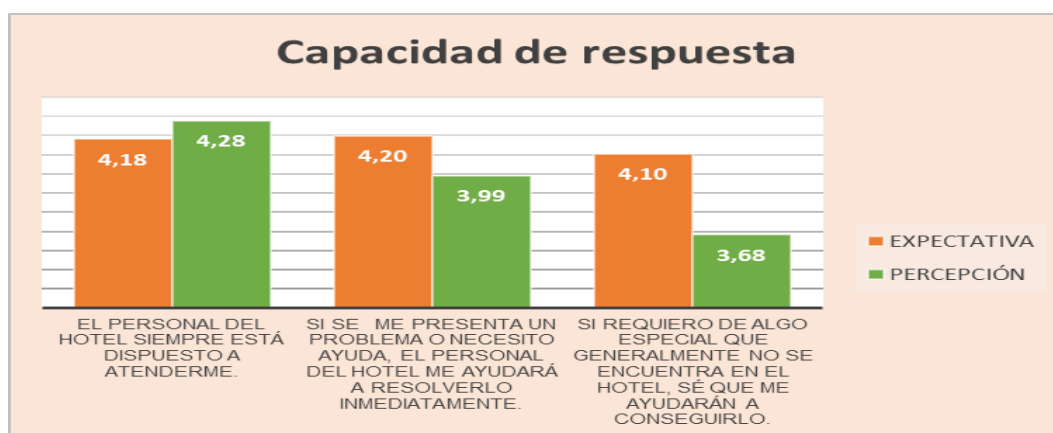
**Cuadro N° 24. Brecha de la fiabilidad**

	FIABILIDAD	PROMEDIO DE LA EXPECTATIVA	PROMEDIO DE LA PERCEPCIÓN	BRECHA
11	Predisposición por resolver los problemas.	4,34	4,48	0,14
12	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.	3,93	4,46	0,53
13	Los Servicios son brindados sin cometer errores.	4,34	4,12	-0,22
14	Los servicios ofrecidos son cumplidos a tiempo.	4,18	4,14	-0,04

**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

En el cuadro N° 24 se observa la brecha existente entre la expectativa y la percepción, las celdas sombreadas son aquellas que se identificó problemas en la dimensión de fiabilidad por tener una brecha negativa mientras que las celdas con brecha positiva significan que el cliente está satisfecho en las diferentes afirmaciones de fiabilidad.



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 17. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles**

En la figura 17 se puede visualizar los promedios comparativos entre la expectativa y la percepción, los cuales fueron el resultado de las encuestas a 116 clientes, donde la única afirmación que supera la expectativa de los clientes es: el personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme, las demás afirmaciones no superaron la expectativa del cliente, lo que indica que existen falencias en estas afirmaciones de la dimensión de capacidad de respuesta.

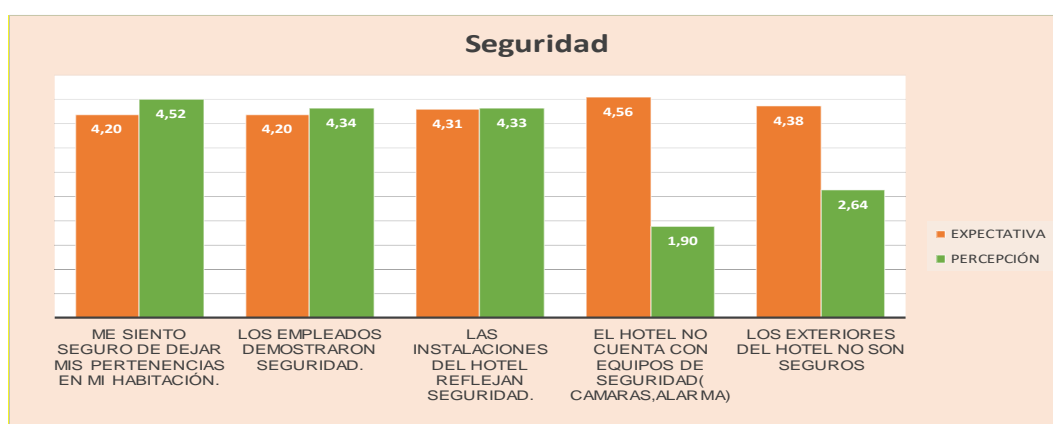
**Cuadro N° 25. Brecha de la capacidad de respuesta**

CAPACIDAD DE RESPUESTA		PROMEDIO DE LA EXPECTATIVA	PROMEDIO DE LA PERCEPCIÓN	BRECHA
15	El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme.	4,18	4,28	0,09
16	Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.	4,20	3,99	-0,21
17	Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.	4,10	3,68	-0,42

**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

En el cuadro N° 25 se observa la brecha existente entre la expectativa y la percepción, las celdas sombreadas son aquellas que se identificó problemas en la dimensión de capacidad de respuesta por tener una brecha negativa mientras que las celdas con brecha positiva significan que el cliente está satisfecho en las diferentes afirmaciones de capacidad de respuesta.



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 18. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles**

En la figura 18 se puede visualizar los promedios comparativos entre la expectativa y la percepción, los cuales fueron el resultado de las encuestas a 116 clientes, donde las afirmaciones que superaron la expectativa de los clientes son: me siento seguro de dejar mis pertenencias en la habitación, los empleados demostraron seguridad y las instalaciones del hotel reflejan seguridad, mientras que las demás afirmaciones no superaron la expectativa del cliente, lo que indica que existen falencias en estas afirmaciones de la dimensión de seguridad.

**Cuadro N° 26. Brecha de la seguridad**

SEGURIDAD		PROMEDIO DE LA EXPECTATIVA	PROMEDIO DE LA PERCEPCIÓN	BRECHA
18	Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.	4,20	4,52	0,32
19	Los empleados demostraron seguridad.	4,20	4,34	0,14
20	Las instalaciones del hotel reflejan seguridad.	4,31	4,33	0,02
21	El hotel cuenta con equipos de seguridad (cámaras, alarmas)	4,56	1,90	-2,66
22	Los exteriores del hotel son seguros	4,47	2,64	-1,83

**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

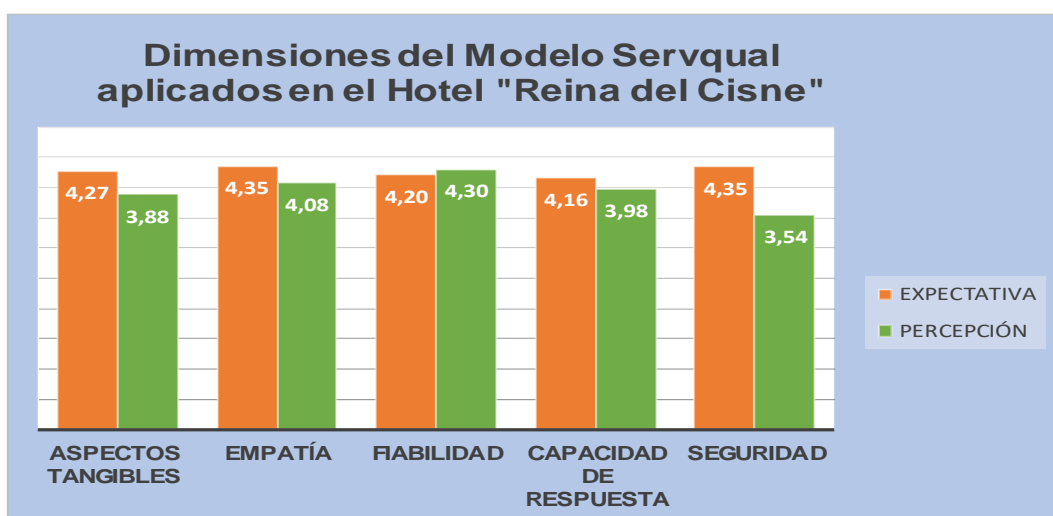
**Elaboración:** María José Guazha Romero

En el cuadro N° 26 se observa la brecha existente entre la expectativa y la percepción, basado en el modelo Servqual nos indica que para que exista satisfacción hacia los clientes, la percepción debe ser igual o superior a la expectativa para lo cual se calculó la diferencia entre las mismas, como resultado una brecha o diferencia positiva o negativo, las celdas sombreadas son aquellas que se identificó problemas en la dimensión de seguridad por tener una brecha negativa mientras que las celdas con brecha positiva significa que el cliente está satisfecho en las diferentes afirmaciones de seguridad.

- **Dimensiones del Modelo Servqual**

Las cinco dimensiones analizadas según el modelo Servqual se obtuvo los promedios generales aplicados en el Hotel Reina del Cisne tanto en el

cuestionario de expectativa y la percepción, se puede considerar que la dimensión de fiabilidad, la percepción supero la expectativa de los clientes por ende los clientes estuvieron muy satisfechos, mientras tanto las dimensiones de aspectos tangibles, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, la expectativa supero a la percepción, por lo tanto en estos aspectos los 116 clientes encuestados se sintieron insatisfechos. Lo cual se refleja de mejor manera en la figura 20:



**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Figura 19. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles**

**Cuadro N° 27. Brecha por dimensiones**

DIMENSIONES		PROMEDIO DE LA EXPECTATIVA	PROMEDIO DE LA PERCEPCIÓN	BRECHA (P-E=S)
1	Aspectos tangibles	4,27	3,88	-0,39
2	Empatía	4,35	4,08	-0,27
3	Fiabilidad	4,20	4,30	0,10
4	Capacidad de respuesta	4,16	3,98	-0,18
5	Seguridad	4,35	3,54	-0,81
	<b>TOTAL</b>	4.26	3.96	-0.30

**Fuente:** Encuestas a los clientes del Hotel

**Elaboración:** María José Guazha Romero

En el cuadro 27 se visualiza las brechas por dimensiones, obteniendo como resultado de los 116 clientes encuestados nos dan a conocer que la dimensión de fiabilidad supera las expectativas de los clientes, mientras que las demás dimensiones son negativas y presentan problemas para el Hotel por eso es oportuno realizar propuestas de mejoramiento en la calidad del servicio del Hotel Reina del Cisne, donde claramente se presenta dificultades para los clientes al momento de recibir un servicio en las dimensiones de aspectos tangibles, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, ya que las falencias que existe en estas dimensiones son: falta de capacitación a los empleados, instalación y mobiliario del hotel antiguos, falta de cámaras de seguridad y teléfonos en las habitaciones.

#### **6.2.4. Análisis de FODA factor interno (fortalezas y debilidades) y factor externo (oportunidades y amenazas) del Hotel Reina del Cisne.**

**Cuadro N° 28. Factor interno y externo**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>F1.</b> Cumple con la normativa legal y permisos del Gobierno descentralizado de Catamayo, Cuerpo de bomberos, Ministerio de relaciones laborales, Servicio de Rentas Internas, Ministerio del Interior-Intendencia. <b>F2.</b> Esta registrado en el Ministerio de Turismo y tiene licencia de funcionamiento actualizada. <b>F3.</b> Cuenta con servicios adicionales como: Piscina, Sauna, turco, Hidromasaje, Gimnasio y parqueadero. <b>F4.</b> Buena comunicación y motivación empírica de parte del gerente con los empleados del hotel. <b>F5.</b> Ubicación adecuada en el centro de Catamayo <b>F6.</b> Cuenta con una señalética adecuada. <b>F7.</b> El hotel cuenta con servicio de estacionamiento para sus clientes. <b>F8.</b> Los servicios básicos en habitaciones reflejan seguridad. <b>F9.</b> Distribución interna agradable y cómoda.	<b>D1.</b> No cuenta con un plan de Marketing y publicidad. <b>D2.</b> Falta de capacitación continua al personal. <b>D3.</b> No existe un manual de procedimientos y funciones. <b>D4.</b> Cumple en parte los requisitos mínimos emitidos por el Ministerio de turismo para pertenecer a un Hotel de cuarta categoría. (las habitaciones no cuentan con teléfonos para comunicación interna como externa, cámaras de seguridad). <b>D5.</b> No cuenta con canales de comercialización para ofrecer los servicios de alojamiento. <b>D6.</b> No cuenta con personal especializado en Hotelería. <b>D7.</b> Estructura organizacional no definida. <b>D8.</b> Deficiente mantenimiento de las áreas comunes (piscina, gimnasio, hidromasaje, sauna, turco) es deficiente. <b>D9.</b> Los empleados del Hotel no cuentan con uniforme. <b>D10.</b> Decoración y mobiliario de habitaciones no siguen una misma línea. <b>D11.</b> Cuenta con un registro manual de los clientes que visitan el Hotel. <b>D12.</b> El estado exterior del edificio presenta vetustez y descuido.

OPOTUNIDADES	AMENAZAS
<p><b>O1.</b> Las políticas públicas apoyan al turismo.</p> <p><b>O2.</b> Aumento de visitantes en feriados nacionales y locales.</p> <p><b>O3.</b> Festividades del cantón Catamayo.</p> <p><b>O4.</b> Festividades religiosas.</p> <p><b>O5.</b> Buena accesibilidad al lugar.</p> <p><b>O6.</b> El hotel cuenta con clientes fijos.</p> <p><b>O7.</b> Políticas del establecimiento hacia la solución de situaciones temporales del cliente.</p> <p><b>O8.</b> Atención oportuna al cliente con amabilidad.</p> <p><b>O9.</b> Seguridad en la realización de actividades por parte de los empleados</p> <p><b>O10.</b> Respeto a la privacidad.</p> <p><b>O11.</b> Ambientes agradables.</p> <p><b>O12.</b> Desarrollo de nuevas tecnologías en turismo.</p>	<p><b>A1.</b> Creación de nuevas empresas de alojamiento con infraestructura moderna sin los permisos correspondientes.</p> <p><b>A2.</b> Disminución de la demanda</p> <p><b>A3.</b> Servicios sustitutos de hostales y hosterías.</p> <p><b>A4.</b> Los exteriores del hotel no son seguros</p> <p><b>A5.</b> Apatía del empleado hacia necesidades el cliente</p> <p><b>A6.</b> Hoteles con personal calificado en atención oportuna y personalizada al cliente</p> <p><b>A7.</b> La imagen personal de los empleados no cumple las expectativas de los clientes.</p>

**Fuente:** Resultados del objetivo uno y dos

**Elaboración:** María José Guazha Romero



### 6.2.4.1. Matriz del FODA cruzada

**Cuadro N° 29. Matriz de estrategias**

<div>FACTORES INTERNOS</div> <div>FACTORES EXTERNOS</div>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p><b>F1.</b> Cumple con la normativa legal y permisos del Gobierno descentralizado de Catamayo, Cuerpo de bomberos, Ministerio de relaciones laborales, Servicio de Rentas Internas, Ministerio del Interior-Intendencia.</p> <p><b>F2.</b> Esta registrado en el Ministerio de Turismo y tiene licencia de funcionamiento actualizada.</p> <p><b>F3.</b> Cuenta servicios adicionales como: Piscina, Sauna, turco, Hidromasaje, Gimnasio y Spa.</p> <p><b>F4.</b> Buena comunicación y motivación empírica de parte del gerente con los empleados del hotel.</p> <p><b>F5.</b> Ubicación adecuada en el centro de Catamayo</p> <p><b>F6.</b> Cuenta con una señalética adecuada.</p> <p><b>F7.</b> El hotel cuenta con servicio de estacionamiento para sus clientes.</p> <p><b>F8.</b> Los servicios básicos en habitaciones reflejan seguridad.</p> <p><b>F9.</b> Distribución interna agradable y cómoda.</p>	<p><b>D1.</b> No cuenta con visión, misión.</p> <p><b>D2.</b> No cuenta con publicidad.</p> <p><b>D3.</b> Falta de capacitación continua al personal.</p> <p><b>D4.</b> No existe un manual de procedimientos y funciones.</p> <p><b>D5.</b> Cumple en parte los requisitos mínimos emitidos por el Ministerio de turismo para pertenecer a un Hotel de cuarta categoría. (las habitaciones no cuentan con teléfonos para comunicación interna como externa, cámaras de seguridad).</p> <p><b>D6.</b> No cuenta con canales de comercialización para ofrecer los servicios de alojamiento.</p> <p><b>D7.</b> No cuenta con personal especializado en Hotelería.</p> <p><b>D8.</b> Estructura organizacional no definida.</p> <p><b>D9.</b> Deficiente mantenimiento de las áreas comunes (piscina, gimnasio, hidromasaje, sauna, turco) es deficiente.</p> <p><b>D10.</b> Los empleados del Hotel no cuentan con uniforme.</p> <p><b>D11.</b> Decoración y mobiliario de habitaciones no siguen una misma línea.</p> <p><b>D12.</b> Cuenta con un registro manual de los clientes que visitan el Hotel.</p> <p><b>D13.</b> El estado exterior del edificio presenta vetustez y descuido.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
<p><b>O1.</b> Las políticas públicas apoyan al turismo.</p> <p><b>O2.</b> Aumento de visitantes en Feriados nacionales y locales.</p> <p><b>O3.</b> Festividades del cantón Catamayo.</p> <p><b>O4.</b> Festividades religiosas.</p> <p><b>O5.</b> Buena accesibilidad al lugar.</p> <p><b>O6.</b> El cantón posee variedad atractivos turísticos naturales y culturales.</p> <p><b>O7.</b> El hotel cuenta con clientes fijos.</p> <p><b>O8.</b> Seguridad del cliente hacia las habitaciones</p>	<p><b>F3, O2, O3, O7, O10, O11.</b> Plan de mejoramiento de mobiliario y equipos del Hotel Reina del Cisne.</p>	<p><b>D1. D4. O1.:</b> Creación una estructura organizacional de fácil entendimiento para el Hotel.</p> <p><b>D2. D6, O1, O2. O3. O7, O15:</b> Publicidad en redes sociales enfocado a los servicios del Hotel.</p> <p><b>D3. D7, O1, O9, O10, O15.:</b> Elaborar un plan de capacitaciones para el Hotel.</p> <p><b>D11. D13. O2. O8. O12.:</b> Remodelación de fachada y habitaciones del Hotel.</p> <p><b>D5. O2. O8. O12.:</b> Implementación de un sistema de comunicación interna en las habitaciones del Hotel.</p>

<b>O9.</b> Políticas del establecimiento hacia la solución de situaciones temporales del cliente. <b>O10.</b> Atención oportuna al cliente con amabilidad. <b>O11.</b> Seguridad en la realización de actividades por parte de los empleados <b>O12.</b> Cumplimiento de normativas en infraestructura de servicio de habitaciones. <b>O13.</b> Respeto a la privacidad. <b>O14.</b> Ambientes agradables. <b>O15.</b> Desarrollo de nuevas tecnologías en turismo.		<b>D6. O1. O15.</b> Asociación del Hotel Reina del Cisne a canales de comercialización. <b>D7. O1. O2. O3. O7. O8. O9. O10.O11:</b> Contratación de personal especializado en Hotelería. <b>D9. O2. O3. O7. O9. O10. O12.:</b> Implementar un plan de mantenimiento a los servicios adicionales que ofrece el Hotel. <b>D12. O2. O15.:</b> Creación de una base de Datos virtual. <b>D10. O1, O2, O7, O10:</b> Rediseño del logo y uniformes para empleados del Hotel.
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b>
<b>A1.</b> Creación de nuevas empresas de alojamiento con infraestructura moderna sin los permisos correspondientes. <b>A2.</b> Disminución de la demanda <b>A3.</b> Servicios sustitutos de hostales, hosterías. <b>A4.</b> Los exteriores del hotel no son seguros <b>A5.</b> Apatía del empleado hacia necesidades el cliente <b>A6.</b> Hoteles con personal calificado en atención oportuna y personalizada al cliente <b>A7.</b> La imagen personal de los empleados no cumple las expectativas de los clientes.	<b>A4. F1. F2, F5.</b> Solicitar vigilancia por parte de la Policía Nacional de Catamayo.	<b>A1. A2. A3. A7. D2. D3. D7:</b> Implementación de un buzón de quejas, reclamos, peticiones y sugerencias. <b>A5. A6. A7. D4:</b> Implementación de un manual de procesos para el hotel. <b>A3.A4.D13.D5:</b> Implementación de cámaras de seguridad en el interior y exterior del hotel.

**Fuente:** Resultados del objetivo uno y dos

**Elaboración:** María José Guazha Romero

### 6.3. Propuestas de mejoramiento para el Hotel Reina del Cisne



#### 6.3.1. Dimensión de aspectos tangibles

##### 6.3.1.1. Primera estrategia: Plan de mejoramiento de mobiliarios y equipos del Hotel Reina del Cisne.

Para el cumplimiento de la propuesta es necesario realizar un cambio de mobiliarios y equipos, para de esta manera el cliente se muestre en un ambiente de confort al momento de requerir una habitación.

**Cuadro N° 30. Plan de mejoramiento de mobiliario y equipos antiguos por modernos del Hotel Reina del Cisne**

Plan de mejoramiento de mobiliarios y equipos antiguos por modernos			
características	Mobiliario antiguo	Mobiliario moderno	Precio estimado
Muebles de la sala de los clientes del hotel			\$400 x 3 =\$ 1,200
Velador y lámpara de la habitación en habitaciones 15 matrimoniales, 9 personales, 12 dobles, 2 triples y 2 cuádruples.			\$ 20x 62 =\$ 1,240 \$ 30x 62 =\$ 1,800
Televisor de 40 pulgadas en las habitaciones en 5 habitaciones personales dobles 10 triples 2 y cuádruples 2			\$ 300x19 = \$ 4,800

Cama de media plaza en habitaciones 2 triples, 2 cuádruples y 12 dobles.			\$ 180x16 =\$2,880
<b>Total</b>			<b>\$11,220</b>



**Fuente:** Resultados de aspectos tangibles

**Elaboración:** María José Guazha Romero

### 6.3.1.2. Segunda estrategia: Implementación de un sistema de comunicación interna en las habitaciones del Hotel.

Para mejorar una mayor confianza dentro de la habitación es necesario que el hotel cuente con un sistema de comunicación interna para los huéspedes puedan recibir algún servicio adicional requerido por el cliente.

#### Cuadro N° 31. Implementación de un sistema de comunicación en el Hotel Reina del Cisne

Teléfonos en las habitaciones del Hotel Reina del Cisne				
Características	Modelo y color	Precio unitario	Número de habitaciones	Precio estimado
Permite la comunicación interna Incluye: ✓ Teléfono operador. ✓ Tarjeta expensara. ✓ Teléfono en habitación. ✓ Programación y configuración en equipos. Colores: Blanco o negro Teléfono inalámbrico Marca Panasonic	 	\$ 67 teléfono	40 habitaciones	\$ 2,693.60

**Fuente:** Resultados de aspectos tangibles

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**6.3.1.3. Tercera estrategia: Rediseño de logo y uniformes para empleados del Hotel.**

**Cuadro N° 32. Rediseño de logo y uniformes a los empleados del Hotel Reina del Cisne**

<b>Tercer objetivo estratégico</b>	<b>Rediseño de logo y uniformes para empleados del Hotel.</b>
<b>Características</b>	<p>Para mejorar la imagen del personal del hotel se establecerá un diseño de uniformes a los empleados, con el fin de mejorar la calidad del servicio brindado por el mismo.</p> <p><b>Diseño del logo del Hotel Reina del Cisne</b></p> 
<b>POLÍTICA</b>	Mejorar la imagen del Hotel y los empleados se distingan de la competencia.
<b>VALORES</b>	Respeto, puntualidad, comodidad, prestigio.
<b>INDICADORES</b>	Al cabo de 1 mes contar con el uniforme del área de recepción
<b>METAS</b>	Al cabo de 3 meses contar con el 100% de los empleados uniformados.

**Fuente:** Resultados de aspectos tangibles

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Cuadro N° 33. Diseño de uniformes a los empleados**

<b>Diseño de uniformes para los empleados del Hotel</b>		
<b>Presupuesto</b>	<b>Diseño de hombre</b>	<b>Diseño de mujer</b>
<p>Costo del pantalón de hombre: 25 \$</p> <p>Costo del pantalón para mujer: 25 \$</p> <p>Costo de la blusa: 30 \$</p> <p>Costo del chaleco: 15 \$</p> <p>Costo de la camiseta: 20 \$</p> <p>Costo de camisa: 10 \$</p> <p>Total: 125 \$</p>	  	  

**Fuente:** Resultados de aspectos tangibles

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Cuadro N° 34. Plan de verificación**

<b>Áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción</li> <li>• Camarera</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Lavandería</li> </ul>
<b>Descripción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El uniforme mejora la calidad del servicio</li> <li>• los empleados del hotel deber utilizar el uniforme en sus horas de trabajo.</li> <li>• Verificado por el Gerente -Administrador del hotel.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la imagen del hotel</li> <li>• Mejorar el servicio</li> <li>• Ayuda al cliente cuando tiene alguna necesidad.</li> </ul>
<b>No tiene costo la verificación</b>	

**Fuente:** Dimensión de aspectos tangibles

**Elaboración:** María José Guazha Romero

### **6.3.2. Dimensión de empatía**

#### **6.3.2.1. Cuarta estrategia: Plan de capacitación para mejorar la dimensión de Empatía del Hotel Reina del Cisne.**

##### **Objetivo General:**

Proporcionar a los empleados una herramienta que permita generar empatía por las necesidades de los clientes a través de actitudes, ideas, soluciones y conceptos para que modifiquen su comportamiento laboral y estilo de vida.

##### **Objetivos específicos:**

- Mejorar la atención al cliente por parte de los empleados.
- Lograr que los empleados brinden una atención personalizada al cliente.
- Lograr que los empleados hagan sentir al cliente cómodo durante su estadía.

##### **Políticas:**

- El Hotel Reina del Cisne realizara convenios con instituciones públicas como el Ministerio de Turismo, Dirección de turismo de Catamayo, con el fin de actualizar los conocimientos de los empleados por medio de la capacitación.
- Ofrecer a los clientes, soluciones a sus necesidades de alojamiento cumpliendo sus expectativas y teniendo una mejora continua.

##### **Evaluación del plan de capacitación:**

La evaluación de la capacitación será realizada en tres instancias:

**1.- Evaluación inicial:** Se tomará en cuenta las expectativas y experiencias de los participantes sobre los temas que se van a tratar, esto

será realizado por el capacitador para medir el estado actual de los participantes.

**2.- Evaluación Intermedia:** El capacitador realizara una revisión de los ya estudiado para evaluar si existe una correcta captación de los temas y tomar decisiones para mejorar el aprendizaje.

**3.- Evaluación Final:** se realizará una retroalimentación de los temas estudiados con la presencia del capacitador y del dueño del hotel.

**Instrumentos de evaluación:**

Pruebas prácticas: demostrar destrezas y habilidades de los temas aprendidos.

**Alcances del plan de capacitación:**

- Mejorar la satisfacción del cliente en cuanto a la empatía que transmiten los empleados hacia los clientes, logrando capacitar a los empleados en aspectos tanto de calidad en el servicio como en la capacidad de transmitir emociones positivas.
- El plan involucra al propietario y al personal del hotel en el cual se busca estrategias para mejorar tanto la satisfacción del cliente en base a comprender las emociones y necesidades; tener un enfoque empático y de comprensión hacia al cliente.
- Con la implementación del plan se tendrá una estrategia de orientación del hotel hacia los clientes, ya que en medida de solución se plantea la diferenciación en la atención al cliente y la principal forma es entender las emociones y necesidad de los clientes.
- El plan también está orientado a fidelizar a los mejores clientes, los cuales son la fuente de energía del hotel, los que aportan rentabilidad y tiene potencial para atraer nuevos clientes y además de que estos clientes se los conocerán de mejor manera y se podrá predecir sus necesidades.



A continuación, se describe con más detalle las características de la capacitación:

**Cuadro N° 35. Cuarto objetivo estratégico**

<b>Cuarto objetivo estratégico</b>	Elaborar un plan de capacitaciones para los empleados del Hotel para mejorar el servicio al cliente tomando en cuenta la dimensión de empatía.
<b>Características</b>	<b>Perfil del capacitador:</b> Especialista en Atención al cliente, Ing. Administración de Empresas e administración turística, Buena comunicación.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Duración:</b> 45 horas</li> <li>• <b>Costo:</b> Gratuito</li> <li>• <b>Lugar:</b> Instalaciones del Hotel</li> </ul>
	<b>Temas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atención al cliente</li> <li>✓ Servicio al cliente</li> <li>✓ Características de los clientes</li> <li>✓ Calidad</li> <li>✓ Características en los servicios</li> <li>✓ Estrategias para brindar un buen servicio</li> <li>✓ Tipos de clientes</li> <li>✓ Empatía hacia los clientes</li> <li>✓ Satisfacción al cliente</li> <li>✓ Liderazgo</li> <li>✓ Hospitalidad</li> <li>✓ Características de la hospitalidad</li> <li>✓ Detección de problemas</li> <li>✓ Confort de las habitaciones</li> <li>✓ Atención personalizada</li> </ul>
	<b>Materiales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infocus</li> <li>• Computadora</li> <li>• Libreta</li> <li>• Esferos</li> </ul>
	<b>Actividades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lluvia de ideas</li> <li>✓ Reflexiones de la clase</li> <li>✓ Anécdotas</li> <li>✓ Cambios de roles</li> </ul>
	<b>Metodología:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Videos</li> <li>✓ Clase impartida por el capacitador</li> <li>✓ Clases practicas</li> <li>✓ Dramatización</li> <li>✓ Evaluación de casos</li> </ul>

<b>VALORES</b>	Respeto, amabilidad, educación, responsabilidad, eficiencia.
<b>INDICADOR</b>	Número de empleados capacitados
<b>META</b>	Contar con el 90% de empleados capacitados en el año.

Fuente: Resultados de empatía

Elaboración: María José Guazha Romero

### **Cuadro N° 36. Horarios de capacitación a los empleados del Hotel Reina del Cisne en atención al cliente y hospitalidad**

<b>Horarios de capacitación de atención al cliente y hospitalidad</b>			
<b>Fecha</b>	<b>Hora</b>	<b>Tema</b>	<b>Dirigido</b>
Sábado 1 de junio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Atención al cliente  Servicio al cliente	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 8 de junio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Características de los clientes  Calidad	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 15 de junio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Características en los servicios.  Estrategias para brindar un buen servicio	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 22 de junio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Tipos de clientes y empatía hacia los clientes	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 29 de junio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Satisfacción al cliente Liderazgo	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 6 de julio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Hospitalidad Características de la hospitalidad	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 13 de julio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm	Detección de problemas	Empeados del Hotel Reina del Cisne

	Hora de salida 15:00 pm		
Sábado 20 de julio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Confort de las habitaciones	Empelados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 27 de julio 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Atención personalizada	Empelados del Hotel Reina del Cisne

Fuente: Resultados de empatía

Elaboración: María José Guazha Romero

### Cuadro N° 37. Presupuesto de capacitación-Dimensión empatía

Presupuesto de capacitaciones para el personal				
Financiamiento	Lo realizara el Hotel en su totalidad			
Presupuesto	Elemento	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
	Expositor	1	\$20.00 por hora	\$900.00
	Esferos	6	\$0.35	\$2,50
	Libretas	6	\$0.85	\$4,00
	Laptop (Propio)	1	\$ 0.00	\$0.00
	Proyector (Propio)	1	\$0.00	\$0.00
	Instalaciones del Hotel	1	\$0.00	\$0.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$906.50</b>
<b>Horas impartidas 45</b>				

Fuente: Resultados de capacidad de respuesta

Elaboración: María José Guazha Romero

**6.2.3.2.2. Quinta estrategia: Plan de mantenimiento a los servicios adicionales.**

**Cuadro N° 38. Quinto objetivo estratégico**

<b>Quinto objetivo estratégico</b>	Implementar un plan de mantenimiento a los servicios adicionales que ofrece el Hotel
<b>Características</b>	<p>El plan de mantenimiento servirá para mejorar los servicios adicionales del Hotel Reina del Cisne a corto plazo, en donde los resultados planeados estén bajo control. En diligencias para la comodidad de los clientes tales como:</p> <p><b>Servicios adicionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Piscina</li> <li>• Turco</li> <li>• Sauna</li> <li>• Hidromasaje</li> <li>• Gimnasio</li> <li>• Sala de aeróbicos</li> </ul>
<b>POLÍTICA</b>	Mejoramiento de los servicios adicionales sean brindados de la mejor manera.
<b>VALORES</b>	Trabajo en equipo, responsabilidad
<b>INDICADOR</b>	Al cabo de un mes contar con el personal y materiales adecuados para el mantenimiento.
<b>META</b>	Al cabo de 5 meses cumplir con el 100% de los servicios adicionales, brindados completamente en perfecto estado para el uso de los clientes.

**Fuente:** Resultados de empatía

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Cuadro N° 39. Plan de mantenimiento para los servicios del Hotel**

				<b>Plan de mantenimiento para los servicios adicionales del Hotel Reina del Cisne</b>			
<b>Servicios adicionales</b>		<b>Día de limpieza</b>		<b>Persona encargada</b>		<b>Materiales a utilizar</b>	
Piscina		Lunes		Personal de limpieza		Detergentes, cernidero, desinfectantes, cloro.	
Turco		Miércoles		Personal de limpieza		Trapeadores, detergentes, desinfectantes	
Sauna		Miércoles		Personal de limpieza		Trapeadores, detergentes, desinfectantes	
Hidromasaje Sala de aeróbicos		Miércoles		Personal de limpieza		Desinfectantes	
Gimnasio		Lunes		Personal de limpieza		Trapeador, detergentes	
Limpieza de área ambiental de la piscina.		Lunes Miércoles Viernes		Personal de limpieza		Detergentes, trapeadores, escabas, desinfectantes.	

**Fuente:** Resultados de empatía

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Cuadro N° 40: Plan de verificación**

<b>Áreas</b>		<b>Mantenimiento: piscina, turco, sauna, hidromasaje, gimnasio, sala de aeróbicos.</b>	
<b>Descripción</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El mantenimiento de las diferentes áreas mejora la calidad del servicio</li> <li>Será realizado por el personal de limpieza y será</li> <li>Verificado por el gerente administrador del hotel.</li> </ul>	
<b>Funciones</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la imagen del hotel</li> <li>Mejorar el servicio</li> <li>Mejorar la seguridad</li> </ul>	
<b>Precio estimado</b>		200 \$	

**Fuente:** Resultados de empatía

**Elaboración:** María José Guazha Romero

### 6.3.3. Dimensión de fiabilidad

#### 6.3.3.1. Sexta estrategia: Implementación de un buzón de quejas, reclamos, peticiones y sugerencias.

La implementación de un buzón de QRPS ayudara a la solución de problemas que tenga el cliente al momento de utilizar el servicio de alojamiento y otros servicios.

Modelo de sugerencias del hotel Reina del Cisne:




Fuente: Resultados de fiabilidad

Elaboración: María José Guazha Romero

**Figura 20. Modelo del buzón de sugerencias del Hotel Reina del Cisne**

Para llevar a cabo la implementación de un buzón de sugerencias es imprescindible realizar un formato de sugerencias, quejas, reclamos y peticiones donde los clientes puedan realizar critica acerca del servicio ofrecido por parte del Hotel.

**Cuadro N° 41. Formato de SQPR del Hotel Reina del Cisne**



**FORMATO DE SUGERENCIAS, QUEJAS, PETICIONES Y RECLAMOS DEL HOTEL REINA DEL CISNE**

<b>DATOS GENERALES</b>			
Fecha:		Cedula:	
Nombre completo:		E-mail:	
Dirección:		Celular:	

**ASUNTO**

Sugerencia ☐    Queja ☐    Petición ☐    Reclamo ☐

**MOTIVO DE SQPR**

☐ Atención del personal    ☐ Calidad del servicio    ☐ Instalaciones  
☐ Tiempo de entrega    ☐ Limpieza de habitaciones    ☐ Otros

**Descripción de motivo SQPR**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

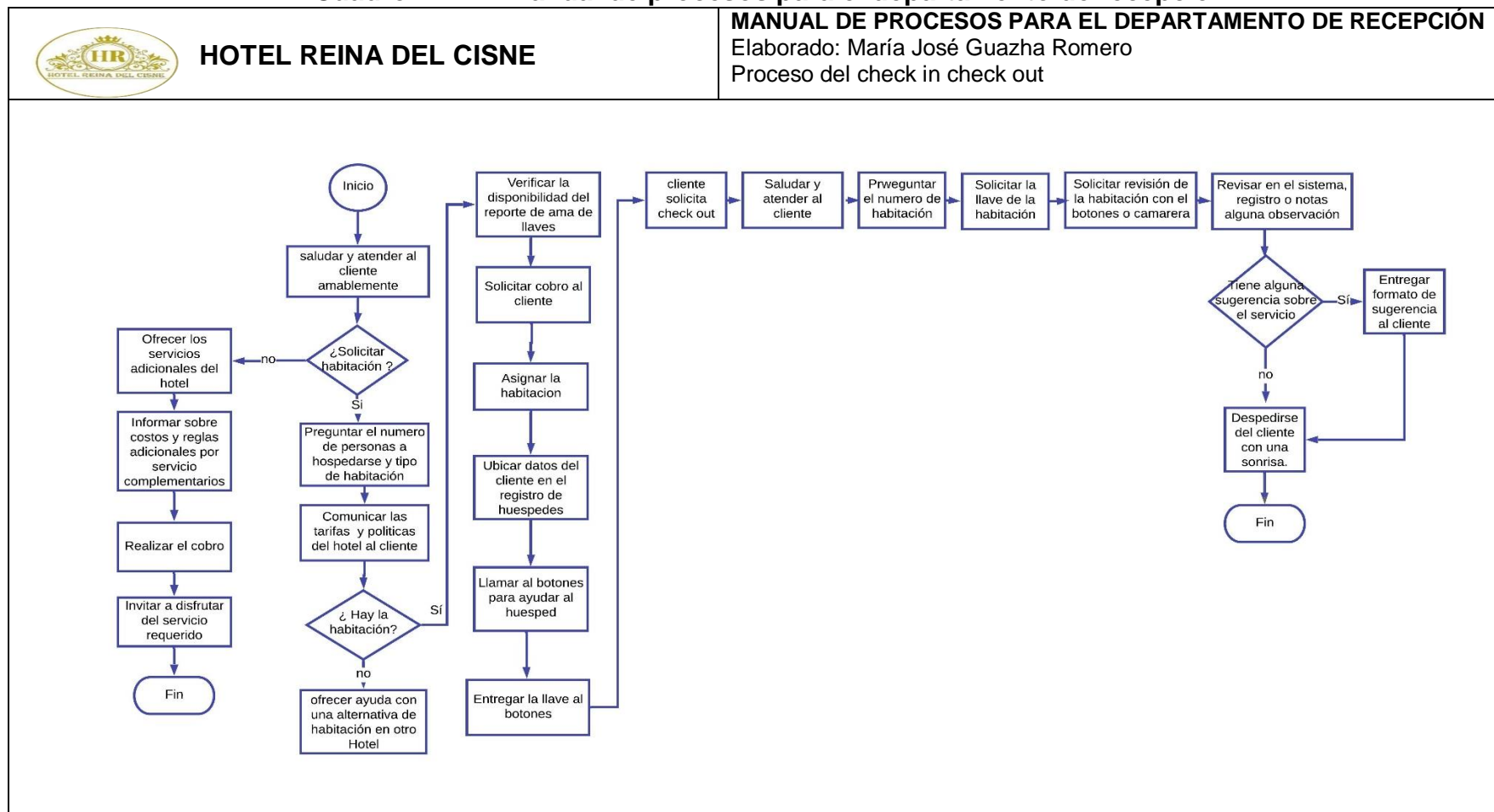
**Fuente:** Resultados de fiabilidad

**Elaboración:** María José Guazha Romero

### **6.3.3.2. Séptima estrategia: Implementar un manual de procesos para el Hotel Reina del Cisne.**

El Manual de procesos describe cada actividad facilitando las funciones de cada empleado del hotel siguiendo un orden establecido.

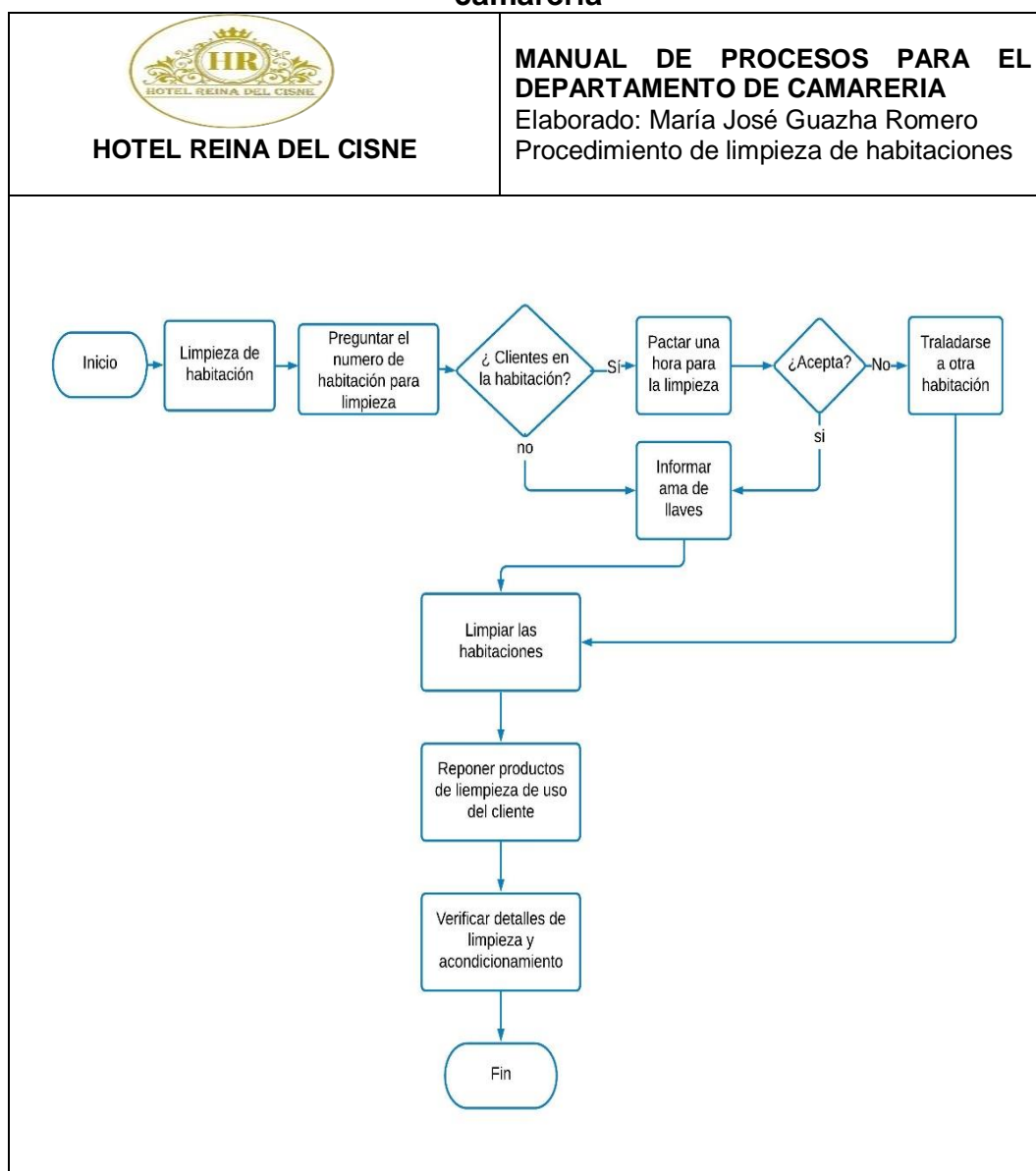
**Cuadro N° 42. Manual de procesos para el departamento de recepción**



**Fuente:** Resultados de fiabilidad  
**Elaboración:** María José Guazha Romero



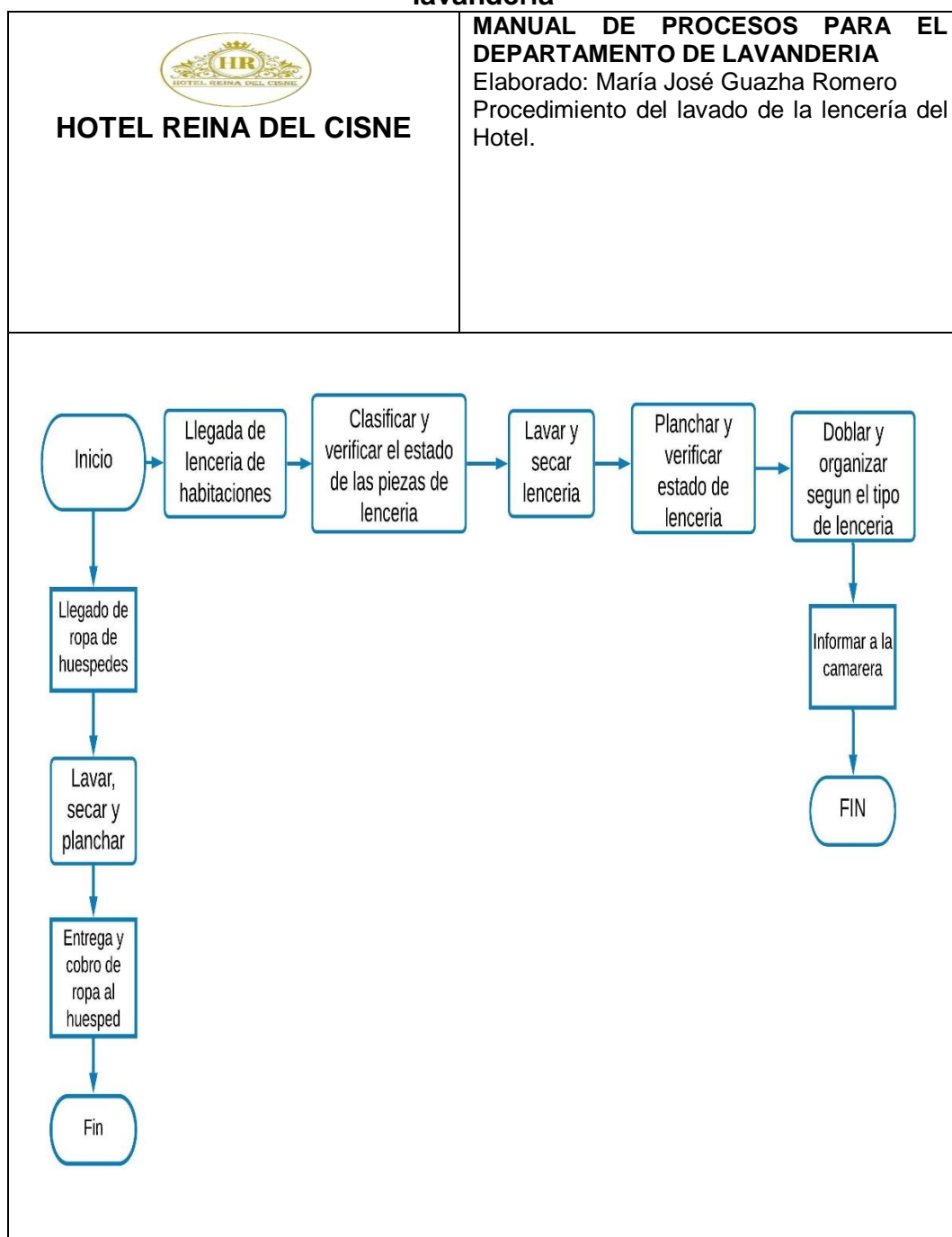
**Cuadro N° 43. Manual de procesos para el departamento de camarería**



**Fuente:** Resultados de fiabilidad

**Elaboración:** María José Guazha Romero

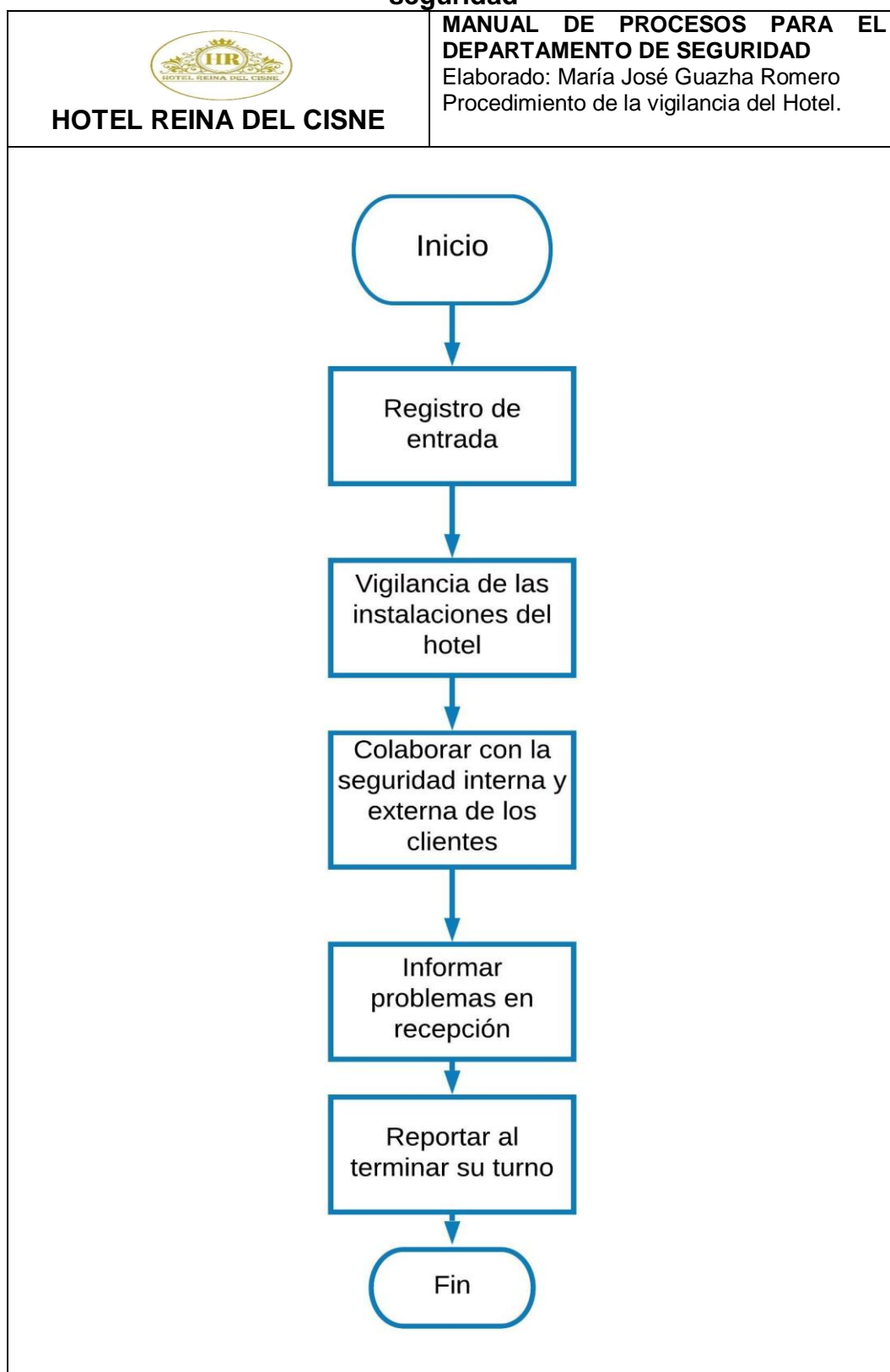
**Cuadro N° 44. Manual de procesos para el departamento de  
lavandería**



**Fuente:** Resultados de fiabilidad

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Cuadro N° 45. Manual de procesos para el departamento de seguridad**



**Fuente:** Resultados de fiabilidad  
**Elaboración:** María José Guazha Romero

#### **6.3.4. Dimensión de capacidad de respuesta**

##### **6.3.4.1. Octava estrategia: Plan de capacitación para mejorar la dimensión de capacidad de respuesta del Hotel Reina del Cisne.**

#### **Objetivo General:**

Proporcionar a los empleados capacidades teóricas y prácticas para mejorar la capacidad de respuesta del servicio brindado en el hotel.

#### **Objetivos específicos:**

- Mejorar la atención al cliente por parte de los empleados.
- Lograr que los empleados tengan una adecuada respuesta a solucionar los problemas durante el servicio.
- Lograr que los empleados estén prestos ayudar al cliente en sus necesidades y requerimientos.

#### **Políticas:**

- El Hotel Reina del Cisne realizara convenios con instituciones públicas como el Ministerio de Turismo, Dirección de turismo de Catamayo, SECAP, con el fin de actualizar los conocimientos de los empleados por medio de la capacitación.
- Ofrecer a los clientes, soluciones a sus necesidades de alojamiento cumpliendo sus expectativas y teniendo una mejora continua.

#### **Evaluación del plan de capacitación:**

La evaluación de la capacitación será realizada en tres instancias:

**1.- Evaluación inicial:** Se tomará en cuenta las expectativas y experiencias de los participantes sobre los temas que se van a tratar, esto será realizado por el capacitador para medir el estado actual de los participantes.

**2.- Evaluación Intermedia:** El capacitador realizara una revisión de los ya estudiado para evaluar si existe una correcta captación de los temas y tomar decisiones para mejorar el aprendizaje.

**3.- Evaluación Final:** se realizará una retroalimentación de los temas estudiados con la presencia del capacitador y del dueño del hotel.

**Instrumentos de evaluación:**

Pruebas prácticas: demostrar destrezas y habilidades de los temas aprendidos.

**Alcances del plan de capacitación:**

- Mejorar la satisfacción del cliente en cuanto a la capacidad de respuesta de los empleados hacia los clientes, permitiendo que los empleados tengan conocimientos y habilidades que involucren en dar lo mejor de ellos mismo durante el servicio.
- El plan involucra al propietario y al personal del hotel en el cual se busca estrategias para mejorar tanto la satisfacción del cliente en base a proceder de la mejor manera en la solución efectiva y oportuna de los problemas y requerimientos de los clientes.
- Con la implementación del plan se tendrá una estrategia de solución para los problemas de atención de las necesidades del cliente, construyendo una base para actuar ante los problemas que pueden ocurrir durante el servicio.

A continuación, se describe con más detalle las características de la capacitación:

**Cuadro N° 46. Plan de capacitación a los empleados- capacidad de respuesta**

<b>Octavo objetivo estratégico</b>	Elaborar un plan de capacitaciones para los empleados del Hotel
<b>Características</b>	<b>Perfil del capacitador:</b> Especialista en Atención al cliente, Ing. Administración de Empresas, Buena comunicación.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Duración:</b> 40 horas</li> <li>• <b>Costo:</b> Gratuito</li> <li>• <b>Lugar:</b> instalaciones del Hotel</li> </ul>
	<b>Temas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación entre cliente y empleado</li> <li>• Cooperación grupal</li> <li>• Ética profesional</li> <li>• Motivación</li> <li>• Solución efectiva de problemas en el servicio</li> <li>• Atención de requerimientos especiales por parte del cliente.</li> </ul>
	<b>Materiales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infocus</li> <li>• Computadora</li> <li>• Liberta</li> <li>• Esferos</li> </ul>
	<b>Actividades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lluvia de ideas</li> <li>✓ Reflexiones de la clase</li> <li>✓ Anécdotas</li> <li>✓ Cambios de roles</li> </ul>
	<b>Metodología:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Videos</li> <li>✓ Clase impartida por el capacitador</li> <li>✓ Clases practicas</li> <li>✓ Dramatización</li> <li>✓ Evaluación de casos</li> </ul>

**Fuente:** Resultados de capacidad de respuesta

**Elaboración:** María José Guazha Romero

**Cuadro N° 47. Horarios de capacitación a los empleados- capacidad de respuesta**

Horarios de capacitación			
Fecha	Hora	Tema	Dirigido
Sábado 7 de septiembre 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Comunicación	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 14 de septiembre 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Cooperación grupal	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 21 de septiembre 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Ética profesional	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 28 de septiembre 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Atención de requerimientos especiales por parte del cliente.	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 5 de octubre 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Solución efectiva de problemas en el servicio	Empeados del Hotel Reina del Cisne
Sábado 12 de octubre 2019	Hora de ingreso 9:00 a 12:00 am RECESO 13:00 a 15:00 pm Hora de salida 15:00 pm	Motivación	Empeados del Hotel Reina del Cisne

Fuente: Resultados de capacidad de respuesta

Elaboración: María José Guazha Romero

**Cuadro N° 48. Presupuesto de la capacitación a los empleados del Hotel**

Presupuesto de capacitaciones para el personal				
Financiamiento	Lo realizara el Hotel en su totalidad			
Presupuesto	Elemento	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
	Expositor	2	\$20.00	\$800.00
	Esferos	6	\$0.35	\$2,50
	Libretas	6	\$0.85	\$4,00
	Laptop (Propio)	1	\$ 0.00	\$0.00
	Proyector (Propio)	1	\$0.00	\$0.00
	Instalaciones del Hotel	1	\$0.00	\$0.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$806.50</b>
<b>Horas impartidas 40</b>				

Fuente: Resultados de capacidad de respuesta

Elaboración: María José Guazha Romero

### 6.3.5. Dimensión de seguridad

#### 6.3.5.1. Novena estrategia: Implementación de cámaras en el interior y exterior del hotel.

**Cuadro N° 49. Implantación de cámaras de seguridad en el Hotel**

Cámaras en el interior y exterior del Hotel Reina del Cisne				
Características	Modelo	Descripción	Número de cámaras	Precio total
<p>Permite la seguridad del cliente dentro del hotel, convirtiendo en una empresa segura y vigilada las 24 horas.</p> <p>Mayor confianza de los clientes al momento de alojarse.</p> <p>Color: blanco o negro</p>		<p>Kit de 13 todo incluido Disco duro Instalación completa de las cámaras de seguridad.</p> <p>1 recepción 1 en la entrada 3 en los pasillos del primer piso 4 en los pasillos del segundo piso 3 tercer piso (1 en el pasillo, 1 gimnasio, 1 sala de aeróbicos) 1 en el área de la piscina 1 entrada del garaje.</p>	14 cámaras distribuidas en diferentes áreas del hotel	\$ 1.233,77

**Fuente:** Resultados de seguridad

**Elaboración:** María José Guazha Romero



## 7. DISCUSIÓN

La investigación generó resultados que deben ser analizados y comparados con otros autores, para poder comprender de mejor manera los resultados obtenidos por el tema investigado. Veloz y Vasco (2016) realizó una investigación sobre Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría de la ciudad de Ibarra el cual realizó una investigación descriptiva con un propósito de describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

En la matriz de diagnóstico actual el Hotel Reina del Cisne cumple con los permisos de las instituciones que regulan la actividades hoteleras como lo son estar inscrito Servicio de rentas Internas y emitir facturas, declaraciones de activos ; en el municipio tener Licencia única de funcionamiento , permiso de cuerpo de bomberos , pago de impuestos prediales y certificados médicos de los trabajadores; en la secretaria de Gestión de riesgos tiene botiquín, señalética y plan de seguridad, extintor, botiquín de primeros auxilios y normas de seguridad; en el Ministerio del Trabajo cumple con pagos puntual de sueldos, afiliación al seguros social y aporte patronal al seguro social y finalmente en la secretaria de Hidrocarburos tiene permisos de instalaciones de gas y permisos de revisión. Al respecto Romero Guachun (2018), menciona que las iniciativas destinadas a incrementar la satisfacción de los visitantes deben partir de un análisis de las razones que motivan el viaje para una correcta prestación del producto turístico; por lo tanto instituciones públicas tienen un papel fundamental en el control de la calidad de los servicios turísticos, sin embargo los propietarios de los establecimientos deben poner en práctica los requerimientos de calidad y buscar mejorar siempre el servicio para que el alojamiento sea un elemento esencial para el éxito de cualquier destino.

Mientras que no cumple con la normativa del Consejo Nacional de Discapacidad al no tener habitaciones adecuadas para la movilidad, rampas para sillas de ruedas ni baños adecuados ni sistema braille. Al respecto Jerez Mesias (2018), nos menciona que el turismo accesible está

influyendo en la determinación de los destinos turísticos, por el simple hecho de que las personas con discapacidad prefieren los lugares que faciliten su movilización, tener comodidad en las actividades de esparcimiento y sentirse incluidos en la sociedad, se resalta que las personas con discapacidad generan mayor impacto en los destinos por el motivo que siempre viajan en familia generando mayores ingresos económicos.

Otra institución que no cumple la normativa es el Ministerio del Ambiente con tener un registro ambiental, certificado ambiental ni licencia ambiental, en esta parte se resalta que no es de carácter obligatorio. Al respecto Sánchez Espinosa (2017), encontró en su investigación sobre el Diseño de un sistema de gestión de calidad el HOTEL WALTHER de la ciudad de Quito, que los clientes muestran una aceptación por los hoteles que son amigables con el ambiente demostrando un interés por los hoteles que presentan mejoras en cuanto al ahorro de agua, energía eléctrica y tratamiento de agua residuales.

En la sección de normativa del Ministerio de turismo cumple con los requisitos generales de infraestructura; atención al cliente; servicios de alojamiento, básicos y complementarios; los cuartos de habitaciones y de baños equipados con todo lo necesario para el uso del cliente; las instalaciones generales están divididas por áreas y poseen dotación de implementos para un normal uso del cliente. Al respecto Gavilanez Sánchez (2019), resalta la importancia de la supra estructura turística donde las entidades pública y privadas deben unir fuerza para organizar, planear y controlar el sistema turístico nacional con políticas y reglamentos enfocadas al cliente, así mismo el tener una infraestructura turística adecuada para recibir a los turistas mejora notablemente la experiencia del visitante, en cuanto a los establecimientos de alojamiento debe brindar instalaciones en buenas condiciones, servicios sin errores, condiciones de seguridad y un trato especial al cliente.

Mientras que los requisitos que no cumple son el no aplicar cuestionarios de evaluación al cliente. Al respecto Monar y Villa (2018), nos habla que la medición de la satisfacción del cliente es importante en el crecimiento y mejoramiento de una empresa, al no tener la opinión del cliente no se puede crear un plan de mejoras con lo cual afecta directamente en el establecimiento con la disminución de clientes. Así mismo el Hotel Reina del Cisne no posee sistemas de ambientación musical. Al respecto Monar y Villa (2018), destaca que los ambientes agradables en los hoteles de Guayaquil mejoran la experiencia de los turistas por lo cual es indispensable tener música agradable en las áreas comunes de los establecimientos.

Así mismo no otorga facilidades para personas con discapacidad. Jerez Mesias (2018), resalta que las facilidades que brindan los hoteles para las personas con discapacidad mejoran la percepción que tienen todos los clientes sobre el hotel, teniendo una opinión muy buena de los servicios ofrecidos.

Finalmente se detectó que no posee Teléfonos en las habitaciones ni cámaras de seguridad en áreas comunes del Hotel Reina del Cisne. Al respecto Nieto y Quizhpilema (2015), en su investigación sobre el análisis de calidad del Hotel Zahir 360 detectó problemas en los aspectos tangibles y de seguridad del hotel por lo cual los clientes se sienten insatisfechos. Así mismo destacan que la falta de equipos durante el alojamiento afecta directamente a la calidad total de los hoteles.

Para evaluar la calidad de los servicios del Hotel Reina del Cisne se utilizó el método ServQual tomando las expectativas y las percepciones del cliente en un cuestionario de 22 afirmaciones a las cuales el cliente evaluará si está o no de acuerdo a lo expresado. En la investigación efectuada por Cueva (2015) al realizar una evaluación a la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales, por medio de la aplicación del modelo ServQual, se pudo evidenciar que el método ServQual es muy utilizado en

el mundo del alojamiento y muy efectivo para medir la calidad de los servicios ofertados.

En el hotel Reina del Cisne al terminar de analizar las encuestas se detectó aspectos que los aspectos negativos superan a los aspectos positivos. En la dimensión de tangibilidad el hotel Reina del Cisne tiene una opinión negativa de los clientes en cuanto a sus instalaciones no están bien conservadas ni atractivas; las habitaciones no cuentan con todos los servicios necesarios como son los teléfonos; los empleados no tienen apariencia limpia y agradable; y los equipos no son modernos ni funcionan bien. Al respecto Nizama Ruiz (2018), nos habla que la tangibilidad se basa en la satisfacción del cliente percibida al momento de ingresar a un hotel, desde un punto de vista del cliente es la infraestructura y equipamiento que posee el hotel y estos aspectos pueden mejorar y aumentar el nivel de satisfacción del cliente, permitiendo que el hotel se mantenga y el mercado y aumente el número de nuevos clientes y sus ingresos económicos.

En la dimensión de empatía los clientes opinan que los empleados del hotel Reina del Cisne no prestan una atención personalizada, no se sienten cómodos y en las áreas comunes del hotel no hay un ambiente agradable. Al respecto Molina Rodríguez (2017), menciona en su investigación sobre el trabajo emocional en el sector turístico, que la empatía es un factor primordial en los trabajadores del sector turístico y del mundo de los servicios; los empleados que están tratando cara a cara con el cliente son más susceptibles a cambios emocionales constantes para lo cual es importante conocer el estado de ánimo de los empleados para afrontar soluciones en beneficio de la empresa, trabajador y cliente.

En la dimensión de fiabilidad los clientes del hotel Reina del Cisne opinan que los servicios son realizados con errores y no son cumplidos a tiempo. Al respecto Nieto Alvarez & Pacheco Quizhpilema (2015), menciona que la fiabilidad de un hotel es indispensable para crear una buena imagen de los servicios ofrecidos, el no cometer errores durante el servicio es primordial

para evitar inconvenientes con los clientes y hacerlos sentir mal o generar discusiones.

En la dimensión de capacidad de respuesta los clientes del Hotel Reina del Cisne opinan que cuando se presenta un problema el personal del hotel no ayuda a resolverlo y cuando se requiere algo especial el personal no ayuda a conseguirlo. Al respecto Molina Rodríguez (2017), nos habla que la capacidad de respuesta es la disposición de ayudar a los clientes de una forma rápida como una respuesta a las necesidades del cliente, y más aún cuando esto se trata de resolver problemas durante el servicio.

Finalmente, en la dimensión seguridad los clientes del hotel Reina del Cisne opinan que no existen equipos de seguridad como cámaras ni alarmas ante emergencias y además que los exteriores del hotel no son seguros. Al respecto Nieto Alvarez & Pacheco Quizhpilema (2015), nos expresa que la relación entre la seguridad y la satisfacción están muy relacionados para lograr una calidad total, es decir que la dimensión de seguridad es una de las más importantes al momento de elegir un servicio por tener la importancia de protegerse ellos mismo y proteger a sus seres queridos, por lo cual un establecimiento inseguro crea una mala imagen, las recomendaciones son negativas afectando el ingreso de clientes nuevos.

Las propuestas elaboradas en la investigación sobre la calidad del Hotel Reina del Cisne son en base a las dimensiones del modelo ServQual, las cuales son tangibilidad, fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, principalmente se diferenciaron dos aspectos fundamentales como son los aspectos tangibles e intangibles para dar una calidad total.

Los principales problemas son generados por poca atención de los aspectos tangibles del hotel como la infraestructura, mobiliario y descuido del mantenimiento de áreas comunes; otra causa es generada por los empleados al no tener capacitaciones, fundamentos teóricos y prácticos para desenvolverse en sus actividades, así mismo no tener una adecuada capacidad emocional para dar un servicio personalizado.

En la dimensión de tangibilidad se realizará un plan de mejoramiento de mobiliario y equipos para el Hotel; implementación de un sistema de comunicación interna en las habitaciones; diseño de uniformes a los empleados y logo del Hotel; en la dimensión de empatía se realizó un plan de capacitación a los empleados en atención al cliente y hospitalidad; plan de mantenimiento de los servicios adicionales (piscina, sauna, turco, hidromasaje, gimnasio y sala de aeróbicos); en la dimensión de fiabilidad se implementó de un buzón de sugerencias; manual de procesos; en la dimensión de capacidad de respuesta se realizará una capacitación al personal; y en la dimensión de seguridad se realizó un sistema de seguridad interna en el Hotel Reina del Cisne. Con las siguientes propuestas se pretende mejorar el servicio que ofrece el Hotel en el aspecto de perfeccionar las instalaciones, imagen, rapidez en el servicio, atención al cliente y seguridad de los clientes al momento de adquirir una habitación, mejorando la percepción del huésped y aumentando el número de clientes.

Al respecto Ramírez Ruiz & Santacruz Guataquira (2018), en su investigación sobre el hotel Waira en la amazonia Colombiana encontró que los principales problemas en el sistema hotelero son por parte de la gerencia, sistemas de información y comunicación, talento humano, la no existencia de estandarización de procedimientos a través de formato ni el establecer objetivos e indicadores para su medición; para dar solución se establece objetivos y formular indicadores para su debido control y programas de mejora continua. Las propuestas generadas son imprescindibles para desarrollar las estrategias encaminadas a aumentar las ventas totales de la organización y mejorar su posición en el mercado. Además de percibir mejores ingresos y reducir costos, la reestructuración en cada una de las áreas, permite que la empresa obtenga un desempeño eficiente, medible y ajustado a los parámetros establecidos por la industria hotelera.

## 8. CONCLUSIONES

Las conclusiones obtenidas en la investigación son las siguientes:

- Al culminar la investigación el Hotel Reina del Cisne cumple en su totalidad con los datos generales, normativa legal y los requisitos emitidos por el Ministerio de Turismo excepto con el Ministerio del Ambiente y Consejo Nacional de Discapacidades, no cuenta con un sistema de comunicación y cámaras de seguridad en el Hotel.
- En la entrevista los empleados y gerente del Hotel conservan una buena comunicación y motivación, sin embargo, los empleados dan un servicio muy básico al no ser capacitados continuamente; teniendo en cuenta que las capacitaciones apuntan a mejorar el servicio ofrecido por las empresas hoteleras.
- Mediante la aplicación del modelo servqual en el Hotel los resultados obtenidos son negativos en cuanto a la dimensión de tangibilidad con una brecha negativa de -0,39 por las razones que el Hotel no cuenta con una mobiliario e instalación modernas, no hay teléfonos en las habitaciones, los empleados no tienen una apariencia agradable y los equipos del hotel no son modernos.
- La dimensión de empatía presenta una brecha negativa de -0.27 por la razón de los empleados no prestan una atención personalizada, los clientes no se sienten como en casa y en las áreas comunes no son agradables.
- La dimensión de capacidad de respuesta muestra una brecha negativa de -0,10 por el motivo de que el personal del Hotel no está dispuesto a resolver problemas durante el servicio así mismo no ayuda en los requerimientos especiales de los clientes.

- La dimensión de seguridad presenta una brecha negativa de -0,81 por la razón que no existen cámaras en Hotel y que los exteriores del Hotel no son seguros.
- Mientras que en la dimensión de fiabilidad es la única que no presenta problemas graves, pero sin embargo hay que mejorar los aspectos en el servicio.
- En un análisis general de la calidad a través del modelo servqual se calificó la expectativa con 4,26/5 mientras que la percepción obtuvo una calificación de 3,96/5; lo cual significa que el Hotel no pudo superar las expectativas de cliente al momento de ofrecer el servicio, así mismo presenta una brecha significativa de -0,30 para lo cual se debe planear perfeccionamientos al servicio del Hotel.
- Para mejorar la calidad del servicio se propone en la dimensión de tangibilidad un plan de mejoramiento de mobiliario y equipos para el Hotel; implementación de un sistema de comunicación interna en las habitaciones; diseño de uniformes a los empleados y logo del Hotel.
- Para mejorar la dimensión de empatía plantea un plan de capacitación a los empleados en atención al cliente y hospitalidad; y un plan de mantenimiento de los servicios adicionales (piscina, sauna, turco, hidromasaje, gimnasio y sala de aeróbicos);
- Para mejorar la dimensión de fiabilidad implementación de un buzón con un formato de sugerencias, quejas, reclamos y peticiones, manual de procesos para cada departamento del Hotel, con esto logramos escuchar el criterio del cliente para mejorar continuamente.
- Para mejorar la dimensión de capacidad de respuesta un plan de capacitación para mejorar el servicio tanto en calidad como rapidez,



al tener al personal capacitado constantemente mejoramos la atención y la misma se ve reflejada en un crecimiento económico y posicional en el mercado.

- Para mejorar la dimensión de seguridad implementación de cámaras en el interior y exterior del Hotel, lo cual permitirá cubrir las necesidades de protección que tienen el cliente al momento de dormir fuera de su casa.

## 9. RECOMENDACIONES

Al gerente se recomienda:

- Cumplir con las normativas de las instituciones que regulan la actividad de alojamiento en el Ecuador, así mismo cumplir con los requisitos del Ministerio de Turismo para convertirlo en un factor clave de diferenciación en el mercado hotelero.
- Contratar personal profesional en el ámbito turístico, logrando que los clientes se sientan satisfechos al recibir un excelente servicio por personas adecuadamente preparadas.
- Implementar una base de datos digital con la finalidad de conocer el número de clientes que ingresan al Hotel Reina del Cisne y obtener datos de los mismos para diversos beneficios.
- Establecer alianzas estratégicas con nuevas entidades tanto públicas como privadas con la finalidad de favorecer el crecimiento del Hotel.
- Medir continuamente la satisfacción del cliente para conocer sus criterios y pensamientos para de esta manera mejorar el servicio logrando fidelizar a los mejores clientes del Hotel.
- Se recomienda al gerente aplicar las propuestas generadas en la investigación al ser una opinión directa del cliente y con ello dar el primer paso para mejorar la calidad del servicio ofrecido por el Hotel.
- Se recomienda al gerente solicitar vigilancia por parte de la policía nacional de Catamayo, ya que los exteriores no son seguros; con ello lograr que los clientes se sientan protegidos.
- Realizar publicidad sobre el Hotel Reina del Cisne en redes sociales para una mayor difusión de los servicios que ofrece y poder atraer clientes potenciales.

- Considerar la información obtenida sobre la satisfacción del cliente respecto a los servicios prestados por el hotel Reina del Cisne, de esta manera mejorar la calidad del servicio.
- Diseñar actividades complementarias que aporten un ingreso económico al Hotel Reina del Cisne, de esta manera mejorar la percepción que tienen los clientes sobre los servicios.
- Realizar llamadas telefónicas para medir la satisfacción del cliente, esto permite a la empresa tener un medidor de la calidad de sus servicios.

## 10. BIBLIOGRAFIA:

Benavides, G. M. (Junio de 2017). *repositorio.pucese.edu.ec*. Obtenido de repositorio.pucese.edu.ec:<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Castellucci, D. (abril de 2011). Universidad Nacional de Mar de Plata. Obtenido de Universidad Nacional de Mar de Plata: <file:///C:/Users/DELL/Desktop/pdf%20unl/sistemas%20de%20calidad.pdf>

Castillo, A. (2015). Revista Galega de Economía . Obtenido de Revista Galega de Economía : <http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>

Código de Trabajo . (26 de septiembre de 2012). *Código de Trabajo* . Obtenido de Código de Trabajo : <http://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/06/Codigo-de-trabajo.pdf>

Fernández Lorenzo, A. (enero de 2016). Escuela de Organizacion Industrial .Obtenido de Conceptos de Estrategia empresarial: [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf)

Gavilanez Sanchez, G. G. (2019). *Universidad Tecnica de Babahoyo*. Obtenido de Infraestructura hotelera y su proyección en la demanda turística del cantón Yaguachi: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/6223/1/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000067.pdf>

Grigoletto Flores, R. I. (2017). Universidad de san martin de porres. Obtenido de tesis de grado:mejora del servicio de alojamiento en hoteles de estrellas de churín para incrementar el turismo:

[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3485/3/grigoletto\\_frim.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3485/3/grigoletto_frim.pdf)

Herrera Vivanco, D. (Marzo de 2017). *Plan de Marketing para el Hotel Reina del Cisne*. Obtenido de Universidad Nacional de Loja: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18450/1/Diego%20Fernando%20Herrera%20Vivanco.pdf>

ISO. (2013). *calidad iso 9001*. Obtenido de calidad iso 9001: <http://iso9001calidad.com/que-es-calidad-13.html>

Jerez Mesias, K. P. (2018). *Escuela Superior Politecnica del Ecuador*. Obtenido de Análisis del turismo accesible como estrategia de inclusión social para las personas con discapacidad en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi: <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15386/1/AC-ESPEL-ITH-0096.pdf>

Ley de turismo. (2014). *normativa del ministerio de turismo*. Obtenido de normativa del ministerio de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

López Parra, M. E. (30 de septiembre de 2013). *El Buzón de Pacioli*. Obtenido de Importancia de la calidad del servicio al cliente: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda. *Perspectivas*, 184-185.

Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda. *Perspectivas*, 184-185.

MINTUR. (2018). *Procedimiento de mejora del Producto*. Obtenido de Procedimiento de mejora del Producto: <https://drive.google.com/file/d/1eSgwyj7QlZOlovYyAvpKJjSKhM0NS7bA/view>

Molina Rodríguez , J. (2017). *Universidad de Girona*. Obtenido de el trabajo emocional en el sector turístico. Obstáculos y facilitadores empresariales y su consecuencia para los trabajadores: [https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/456584/tjmr\\_20170711.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/456584/tjmr_20170711.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Monar Guadalupe, S., & Villa Ramón, M. (2018). *Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil* . Obtenido de Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y terceracategoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10296/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-493.pdf>

Muñoz Benavides, G. (junio de 2017). Pontifica Universidad Catolica del Ecuador . Obtenido de Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla:<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Najul Godoy, J. (12 de junio de 2011). *El capital humano en la atención al cliente*. Obtenido de El capital humano en la atención al cliente: <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>

Nieto Alvarez, P. E., & Pacheco Quizhpilema, L. B. (2015). *Repositorio Institucional de la Universidad de Cuenca*. Obtenido de “Análisis de la Calidad del Servicio del Sector Hotelero, Categorización Cuatro Estrellas en la Ciudad de Cuenca; Y, Propuesta De Diseño Del Modelo Servqual para: Hotel Zahir 360”: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26079/1/Tesis.pdf>

Nizama Ruiz, G. C. (2018). *Repositorio Academico USMP*. Obtenido de la calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, miraflores, 2017. Caso: hotel de 3 estrellas león de oro suites, área de front desk: [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3809/nizama\\_rgc.pdf;jsessionid=E0982BD2F55E5EC02EEC5C15060EFA36?sequence=1](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3809/nizama_rgc.pdf;jsessionid=E0982BD2F55E5EC02EEC5C15060EFA36?sequence=1)

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

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

Ramírez Ruiz, G. A., & Santacruz Guataquirá, J. (2018). *Universidad Externado de Colombia, Bogotá*. Obtenido de Formulación de un plan estratégico para el hotel Waira ubicado en Leticia - Amazonas : [https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/976/1/BAA-Spa-2017-Formulaci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20estrat%C3%A9gico%20para%20el%20hotel%20Waira\\_Trabajo.pdf](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/976/1/BAA-Spa-2017-Formulaci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20estrat%C3%A9gico%20para%20el%20hotel%20Waira_Trabajo.pdf)

Reglamento de Alojamientos turísticos. (24 de marzo de 2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Reglamento de Alojamientos turísticos: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.Reformas-al-Reglamento-de-Alojamiento-Tur%C3%ADstico.pdf>

Romero Guachun , K. J. (2018). *Universidad Tecnica de Machala*. Obtenido de Repositorio: Análisis del cumplimiento de la normativa legal de

alojamiento tipo hotel 3 y 4 estrellas del cantón Huaquillas:  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12723/1/ECUA-CE-2018-HT-DE00126.pdf>

Sánchez Espinosa , G. (julio de 2017). *Universidad Central del Ecuador*.  
Obtenido de Diseño de un sistema de gestión ambiental en El Hotel  
Walther Quito-Ecuador:  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11809/1/T-UCE-0004-19-2017.pdf>

Sansó, M. (agosto de 2018). *estrategias del servicio al cliente*. Obtenido de  
estrategias del servicio al cliente: <https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/>

Vasquez, A. (24 de julio de 2016). *Gestion de Calidad Turistica*. Obtenido  
de Gestion de Calidad Turistica:  
[http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/calidad\\_de\\_los\\_servicios\\_turisticos\\_1.docx](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/calidad_de_los_servicios_turisticos_1.docx)

#### **Net-grafía:**

- <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>
- <file:///C:/Users/DELL/Desktop/pdf%20unl/sistemas%20de%20calidad.pdf>
- : <http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>
- <http://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/06/Codigo-de-trabajo.pdf>
- [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf)



- <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/6223/1/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000067.pdf>
- [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3485/3/grigoletto\\_frim.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3485/3/grigoletto_frim.pdf)
- <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18450/1/Diego%20Fernando%20Herrera%20Vivanco.pdf>
- <http://iso9001calidad.com/que-es-calidad-13.html>
- <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15386/1/AC-ESPEL-ITH-0096.pdf>
- <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- <https://drive.google.com/file/d/1eSgwyj7QIzOlovYyAvpKJjSKhM0NS7bA/view>
- [https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/456584/tjmr\\_20170711.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/456584/tjmr_20170711.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10296/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-493.pdf>
- <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>
- <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>
- <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26079/1/Tesis.pdf>

- [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3809/nizama\\_rgc.pdf;jsessionid=E0982BD2F55E5EC02EEC5C15060EFA36?sequence=1](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3809/nizama_rgc.pdf;jsessionid=E0982BD2F55E5EC02EEC5C15060EFA36?sequence=1)
- <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- [https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/976/1/BAA-Spa-2017-Formulaci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20estrat%C3%A9gico%20para%20el%20hotel%20Waira\\_Trabajo.pdf](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/976/1/BAA-Spa-2017-Formulaci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20estrat%C3%A9gico%20para%20el%20hotel%20Waira_Trabajo.pdf)
- <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.Reformas-al-Reglamento-de-Alojamiento-Tur%C3%ADstico.pdf>
- <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12723/1/ECUA-CE-2018-HT-DE00126.pdf>
- <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11809/1/T-UCE-0004-19-2017.pdf>
- <https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/>
- [http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/calidad\\_de\\_los\\_servicios\\_turisticos\\_1.docx](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/calidad_de_los_servicios_turisticos_1.docx)

## 11. ANEXOS

### 11.1. Anexo N° 1 Anteproyecto previo al grado



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

**TEMA:**

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”

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

**AUTORA:**

María José Guazha Romero

**LOJA – ECUADOR**

**2018**

**1859**

## **1. TEMA**

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL  
REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”

## **2. PROBLEMÁTICA**

Según la organización mundial de turismo (OMT) menciona que el turismo en el mundo “sigue creciendo con fuerza, consolidada al sector turístico como un motor clave de desarrollo económico. La calidad de un destino turístico es resultado de un proceso orientado a atender todas las necesidades de productos y servicios turísticos, los correspondientes requisitos y las expectativas del consumidor a un precio aceptable de conformidad con condiciones contractuales aceptadas mutuamente y con factores subyacentes implícitos como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y los servicios y comodidades públicos. También presenta aspectos relativos a la ética, la transparencia y el respeto del entorno humano, natural y cultural". A nivel mundial según estadísticas de la Organización Mundial de Turismo, 1,322 millones llegaron de turistas internacionales en 2017 (OMT, 2017).

El turismo se ha mostrado como una actividad con potencial para diversificar la estructura económica de los países frente a actividades económicas tradicionales. Ecuador, un país con una estructura productiva muy dependiente del sector primario, con la necesidad de diversificar su matriz productiva y generar nuevos ingresos que mejoren su economía, ha impulsado una serie de iniciativas en el sector turístico. Según el Ministerio de Turismo las cifras llegadas de turistas extranjeros al país son alentadoras, pues de acuerdo con datos preliminares en 2017 llegaron 1.617.914 turistas. La influencia que tiene el mal servicio en los establecimientos de alojamiento afecta directamente al turismo nacional como tenemos el análisis de la calidad en los servicios hoteleros y su influencia en el desarrollo económica y turístico del cantón Milagro (Castillo, 2015).

La provincia de Loja se ha convertido en un destino turístico por sus atractivos naturales y culturales que atraen al turista nacional y extranjero. El Cantón Catamayo se caracteriza por su cálido clima donde se puede disfrutar de los diferentes atractivos turísticos de la localidad, acción de servicios como son: hoteles, restaurantes, centros recreativos y teniendo innumerables atractivos naturales y culturales.

A pesar de ser un cantón influencia de turistas existen falencias en los servicios que prestan los hoteles al visitante, principalmente al no poseer un sistema de calidad, causando una deficiente en atención al cliente. No cumplir con las expectativas de los clientes, afectan a su imagen perdiendo credibilidad frente a futuros clientes, como consecuencia hay una disminución a los ingresos del hotel y la economía de la localidad. Otro factor es el poco interés de los propietarios de los hoteles en mejorar la calidad de sus servicios, creando careas en la satisfacción del cliente.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto como finalidad principal contribuir al “Análisis de la calidad del servicio, que presta el Hotel “Reina del Cisne”, por otro lado, la realización del proyecto constituye un requisito para la obtención de título en Ingeniería en Administración Turística.

El propósito de la investigación es lograr que el hotel pueda ofertar un servicio de calidad a los turistas, tomando en cuenta las medidas necesarias para el análisis de la calidad del servicio manteniendo un nivel de beneficio para el hotel y buscando la satisfacción de los clientes, apoyando con una buena gestión administrativa, descartando que el país no cuenta con un sistema nacional de calidad turística.

Los beneficiarios directos son los propietarios de hoteles ya que podrán conocer sus debilidades y fortalezas al momento de brindar su servicio permitiendo corregir y aumentar sus ingresos económicos, mejorando indirectamente al turismo local y nacional al mejorar la calidad en los servicios turísticos ya que estos son parte del producto turístico, mejorando las condiciones de desarrollo del cantón Catamayo.




La investigación pretende mejorar el sistema turístico a través de la gestión de la calidad del servicio en el Hotel “Reina del Cisne”, logrando un desarrollo turístico a la localidad y teniendo al turismo como una de las principales fuentes de ingreso del cantón, permitiendo que los turistas tengan una percepción más clara de un destino atractivo.

## **4. OBJETIVOS:**

### **4.1. Objetivo general**

Analizar la calidad del servicio que presta, el Hotel Reina del Cisne del cantón Catamayo, provincia de Loja.

### **4.2. Objetivos específicos**

-  Diagnosticar la situación actual del Hotel Reina del Cisne.
-  Evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hotel Reina del Cisne.
-  Proponer estrategias de mejoramiento de la calidad de servicio del Hotel Reina del Cisne.



## **5. MARCO TEÓRICO**

### **5.1. Marco conceptual**

- 5.1.1. Calidad
- 5.1.2. Servicio
- 5.1.3. Calidad turística
- 5.1.4. Características de calidad.
- 5.1.5. Organismo Internacional de Estandarización (ISO)
  - 5.1.5.1. Normas ISO
  - 5.1.5.2. Modelos de Calidad en Servicios Hoteleros
  - 5.1.5.3. Normas ISO 9001:2018
  - 5.1.5.4. Requisitos para la implementación ISO 9001:2018
- 5.1.6. Modelo SERVQUAL.
  - 5.1.6.1. Características del modelo SERVQUAL.
- 5.1.7. FODA
- 5.1.8. Plantear estrategias
  - 5.1.8.1 Tipos de estrategias
- 5.1.9. Ley del sistema de calidad en el Ecuador.
- 5.1.10. Reglamento de alojamiento turístico
  - 5.1.10.1. Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico
- 5.1.11. Concepto de Hotel
  - 5.1.11.1. Tipos de habitaciones
- 5.1.12. Derechos y obligaciones de los huéspedes y establecimientos de alojamiento turístico
  - 5.1.12.1. Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico

### **5.2. Marco Referencial**

- 5.2.1. Datos generales de la provincia de Loja
  - 5.2.1.1. Cantones de la provincia de Loja
- 5.2.2. Cantón Catamayo
  - 5.2.2.1. Mapa político del cantón Catamayo
  - 5.2.2.2. Ubicación geográfica
  - 5.2.2.3. Extensión territorial
  - 5.2.2.4. Población
  - 5.2.2.5. Límites geográficos
  - 5.2.2.6. Clima
  - 5.2.2.7. Temperatura
  - 5.2.2.8. Datos Históricos
- 5.2.3. Festividades cívicas
- 5.2.4. Fiestas religiosas
  - 5.2.4.1. Peregrinación virgen del cisne

#### 5.2.5. Principales autoridades del cantón de Catamayo

#### 5.2.6. Atractivos Turísticos

##### 5.2.6.1. Atractivos naturales

- 5.2.6.1.1. Río Guayabal
- 5.2.6.1.2. Río Catamayo o Boquerón
- 5.2.6.1.3. La chorrera de agua
- 5.2.6.1.4. La Bocatoma
- 5.2.6.1.5. Ceibo tradicional
- 5.2.6.1.6. Cuevas de la Shiriguana

##### 5.2.6.2. Atractivos Culturales

- 5.2.6.2.1. Iglesia matriz
- 5.2.6.2.2. Piedra Iguana
- 5.2.6.2.3. Parque Central
- 5.2.6.2.4. Parque Mirador Padre Eliseo Arias Carrión
- 5.2.6.2.5. El puente del Inca
- 5.2.6.2.6. Túnel de Chichaca

#### 5.2.7. Aspectos del entorno del cantón Catamayo

##### 5.2.7.1. Aspecto económico

##### 5.2.7.2. Agricultura

##### 5.2.7.3. Ganadería

##### 5.2.7.4. Vialidad

##### 5.2.7.2. Aspecto sociocultural

##### 5.2.7.2.1. Producción Agrícola

#### 5.2.8. Planta turística

##### 5.2.8.1. Establecimientos de alojamiento en el cantón Catamayo

## 6. METODOLOGÍA

**Para el cumplimiento del primer objetivo específico:** Diagnosticar la situación actual del Hotel Reina del Cisne.

Se utilizará el método analítico el mismo que permitirá realizar un análisis del entorno del hotel “Reina del Cisne”, con la finalidad de conocer la realidad del mismo, así mismo el método de investigación descriptiva, que nos permitirá determinar antecedentes, características del establecimiento, además se utilizará la técnica de la observación directa para la recopilación de información. En cuanto a los instrumentos se obtendrá la matriz FODA para poder identificar las (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) del hotel. También se tomará en cuenta la ficha de evaluación

la misma que nos permitirá realizar un análisis y las críticas confiables de la empresa.

**Para el cumplimiento del segundo objetivo específico:** Evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hotel Reina del Cisne.

Se ejecutará aplicando el modelo Servqual el cual servirá para la medición de la calidad del servicio, mediante las expectativas y percepciones de los clientes, la cual se basa en: dimensiones, que son; dimensión de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, y elementos tangibles, por medio de la encuesta que se realizará a los clientes, se utilizará el método cuantitativo y cualitativo para analizar los obtenidos en base a datos numéricos y sus características particulares de las respuestas de los clientes.

**Para el cumplimiento del tercer objetivo específico:** Proponer estrategias de mejoramiento de la calidad de servicio del Hotel Reina del Cisne.

Se realizará el método analítico que permitirá un análisis de encuestas, también se utilizará la entrevista al propietario de la empresa, de esta manera se realizará una matriz de elaboración de estrategias que permitan mejorar el servicio del hotel, así mismo se utilizará el método participativo donde todos aportarán con ideas necesarias para el mejoramiento de servicio, llegando a una misma conclusión a través de talleres y capacitaciones a propietarios y empleados, lo cual se logrará creando un manual donde se detalla los procesos de las actividades que se realizan los Hoteles enfocadas a la calidad de los servicios ofrecidos, los mismos que servirán para realizar las propuestas necesarias que mejoren el servicio en los establecimientos Hoteleros del cantón Catamayo.

## 7. CRONOGRAMA

*Cuadro 1. Cronograma de actividades*

ACTIVIDADES	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Primer objetivo específico:</b> Diagnosticar la situación actual del Hotel "Reina del Cisne".																																
Descripción de la empresa	x																															
Realizar la ficha de evaluación en base al MINTUR		x																														
Matriz FODA			x																													
Recopilación de información				x																												
Revisión, corrección, presentación				x																												
<b>Segundo objetivo específico:</b> Evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hotel "Reina del Cisne".																																
Cálculo de la muestra					x																											
Diseño de la encuesta						x																										
Aplicación de la encuesta						x	x	x	x																							
Tabulación									x																							
Análisis cuantitativo										x																						
Análisis cualitativo											x																					
Conclusiones													x																			
Revisión, corrección, presentación													x	x																		
<b>Tercer objetivo específico:</b> Proponer estrategias de mejoramiento de la calidad de servicio del Hotel "Reina del Cisne".																																
Tema															x																	
Acciones																x																
Metas																	x															
Alcance																		x														
Actividades a corto y largo plazo																			x													
Tiempo recursos																					x											
Control																					x											
Elaboración de propuestas necesarias																					x	x	x									
Correcciones del borrador de tesis																								x	x	x	x					
Tramitación y presentación de tesis																													x	x	x	x

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** María José Guazha Romero

## **8. RECURSOS Y PRESUPUESTO**

### **8.1. Recursos Humanos**

- Tesista
- Director de tesis

### **8.2. Recursos empresariales**

- Gerente Hotel Reina del Cisne
- Representante del MINTUR
- Personal profesional

### **8.3. Recursos Materiales**

- Material Bibliográfico: Libros, folletos, informes.
- Material de oficina: hojas, carpeta, esferos, borrador, lápices, etc.
- Impresiones
- Anillados
- Alimentación
- Hospedaje
- Tramitaciones
- Transporte

### **8.4. Recursos tecnológicos**

- Flash Memory
- Computador e impresora
- Cámara fotográfica
- Grabadora
- Proyector
- Internet

## 8.5. Financiamiento

*Cuadro 2. Financiamiento*

<b>Recursos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
<b>Humanos</b>	Tesista Director de tesis	\$0,00
<b>Materiales</b>	Anillados	\$ 100,00
	Impresiones	\$ 150,00
	Materiales de oficina	\$ 50,00
<b>Tecnológicos</b>	Flash Memory	\$ 10,00
	Cámara fotográfica	\$ 150,00
	Grabadora	\$ 30,00
	Internet	\$ 120,00
	Proyector	\$ 40,00
<b>Económicos</b>	Alimentación	\$ 250,00
	Transporte	\$ 80,00
	Hospedaje	\$ 480,00
	Tramitaciones	\$ 100,00
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1.560,00</b>
	otros imprevistos 10%	\$ 156,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.716,00</b>

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** María José Guazha Romero

## 9. BIBLIOGRAFÍA

Fernández Lorenzo, A. (enero de 2016). *Escuela de Organizacion Industrial* . Obtenido de Conceptos de Estrategia empresarial:  
[http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf)

Muñoz Benavides, G. (junio de 2017). *Pontifica Universidad Catolica del Ecuador* . Obtenido de ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOTEL PERLA:  
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Benavides, G. M. (Junio de 2017). *repositorio.pucese.edu.ec*. Obtenido de repositorio.pucese.edu.ec:  
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Castellucci, D. (abril de 2011). *Universidad Nacional de Mar de Plata*. Obtenido de Universidad Nacional de Mar de Plata:  
<file:///C:/Users/DELL/Desktop/pdf%20unl/sistemas%20de%20calidad.pdf>

Castillo, A. (2015). *Revista Galega de Economía* . Obtenido de Revista Galega de Economía :  
<http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>

Código de Trabajo . (26 de septiembre de 2012). *Código de Trabajo* . Obtenido de Código de Trabajo : <http://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/06/Codigo-de-trabajo.pdf>

Gavilanez Sanchez, G. G. (2019). *Universidad Tecnica de Babahoyo*. Obtenido de Infraestructura hotelera y su proyección en la demanda turística del cantón Yaguachi:

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/6223/1/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000067.pdf>

Grigoletto Flores, R. I. (2017). *UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES*. Obtenido de TESIS DE GRADO:MEJORA DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN HOTELES DE ESTRELLAS DE CHURÍN PARA INCREMENTAR EL TURISMO: [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3485/3/grigoletto\\_frim.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3485/3/grigoletto_frim.pdf)

Herrera Vivanco, D. (Marzo de 2017). *Plan de Marketing para el Hotel Reina del Cisne*. Obtenido de Universidad Nacional de Loja: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18450/1/Diego%20Fernando%20Herrera%20Vivanco.pdf>

ISO. (2013). *calidad iso 9001*. Obtenido de calidad iso 9001: <http://iso9001calidad.com/que-es-calidad-13.html>

Jerez Mesias, K. P. (2018). *Escuela Superior Politecnica del Ecuador*. Obtenido de Análisis del turismo accesible como estrategia de inclusión social para las personas con discapacidad en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi: <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15386/1/AC-ESPEL-ITH-0096.pdf>

Ley de turismo. (2014). *normativa del ministerio de turismo*. Obtenido de normativa del ministerio de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

López Parra, M. E. (30 de septiembre de 2013). *El Buzón de Pacioli*. Obtenido de Importancia de la calidad del servicio al cliente: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>



Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda. *Perspectivas*, 184-185.

Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda. *Perspectivas*, 184-185.

MINTUR. (2018). *Procedimiento de mejora del Producto*. Obtenido de Procedimiento de mejora del Producto: <https://drive.google.com/file/d/1eSgwyj7QIzOlovYyAvpKJjSKhM0N57bA/view>

Molina Rodríguez , J. (2017). *Universidad de Girona*. Obtenido de EL TRABAJO EMOCIONAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. OBSTÁCULOS Y FACILITADORES EMPRESARIALES Y SU CONSECUENCIA PARA LOS TRABAJADORES: [https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/456584/tjmr\\_20170711.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/456584/tjmr_20170711.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Monar Guadalupe, S., & Villa Ramón, M. (2018). *Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil* . Obtenido de Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y terceracategoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10296/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-493.pdf>

Najul Godoy, J. (12 de junio de 2011). *El capital humano en la atención al cliente*. Obtenido de El capital humano en la atención al cliente: <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>

Nieto Alvarez, P. E., & Pacheco Quizhpilema, L. B. (2015). *Repositorio Institucional de la Universidad de Cuenca*. Obtenido de “ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL SECTOR HOTELERO, CATEGORIZACIÓN CUATRO ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE

CUENCA; Y, PROPUESTA DE DISEÑO DEL MODELO SERVQUAL  
PARA: HOTEL ZAHIR 360":  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26079/1/Tesis.pdf>

Nizama Ruiz, G. C. (2018). *Repositorio Academico USMP*. Obtenido de LA CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO HOTELERO Y SU RELACIÓN EN LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE, MIRAFLORES, 2017. CASO: HOTEL DE 3 ESTRELLAS LEÓN DE ORO SUITES, ÁREA DE FRONT DESK:  
[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3809/nizama\\_rgc.pdf;jsessionid=E0982BD2F55E5EC02EEC5C15060EFA36?sequence=1](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3809/nizama_rgc.pdf;jsessionid=E0982BD2F55E5EC02EEC5C15060EFA36?sequence=1)

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

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

Ramírez Ruiz, G. A., & Santacruz Guataquira, J. (2018). *Universidad Externado de Colombia, Bogotá*. Obtenido de Formulación de un plan estratégico para el hotel Waira ubicado en Leticia - Amazonas :  
[https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/976/1/BAA-Spa-2017-Formulaci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20estrat%C3%A9gico%20para%20el%20hotel%20Waira\\_Trabajo.pdf](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/976/1/BAA-Spa-2017-Formulaci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20estrat%C3%A9gico%20para%20el%20hotel%20Waira_Trabajo.pdf)

Reglamento de Alojamientos turisticos. (24 de marzo de 2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Reglamento de Alojamientos turisticos:

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.Reformas-al-Reglamento-de-Alojamiento-Tur%C3%ADstico.pdf>

Romero Guachun , K. J. (2018). *Universidad Tecnica de Machala*. Obtenido de Repositorio: Análisis del cumplimiento de la normativa legal de alojamiento tipo hotel 3 y 4 estrellas del cantón Huaquillas: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12723/1/ECUA-CE-2018-HT-DE00126.pdf>


Sánchez Espinosa , G. (julio de 2017). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de Diseño de un sistema de gestión ambiental en El Hotel Walther Quito-Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11809/1/T-UCE-0004-19-2017.pdf>

Sansó, M. (agosto de 2018). *estrategias del servicio al cliente*. Obtenido de estrategias del servicio al cliente: <https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/>

Vasquez, A. (24 de julio de 2016). *Gestion de Calidad Turistica*. Obtenido de Gestion de Calidad Turistica: [http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/calidad\\_de\\_los\\_servicios\\_turisticos\\_1.docx](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/calidad_de_los_servicios_turisticos_1.docx)

## 11.2. Anexo N° 2. Matriz de levantamiento de información del Hotel Reina del Cisne


**Cuadro N° 50. Datos Generales de la Empresa**

 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b>		LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DEL HOTEL REINA DEL CISNE	CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
DATOS GENERALES DEL HOTEL "REINA DEL CISNE"			
INFORMACIÓN DEL PROPIETARIO DEL HOTEL "REINA DEL CISNE"			
Nombres Completos del Gerente del Hotel:			
Número de Cédula:			
Teléfonos:			
E-Mail:			
INFORMACIÓN DEL RESPONSABLE DEL ESTABLECIMIENTO			
Responsable de la Empresa:			
Numero de Cedula:			
R.U.C.:			
Profesión:			
E-Mail:			
INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Provincia:			
Cantón:			
Parroquia:			
Dirección/ Calles:			
Teléfonos:			
Razón Social de la Empresa (RUC):			
Nombre comercial:			
Misión			
Visión			
Número de Empleados:			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
Categoría			
Número de Plazas			
Departamentos			
Convenios			

**Fuente:** observación directa

**Elaboración:** María José Guazha

**Cuadro N° 51. Normativa legal**


 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b>		<b>NORMATIVA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO</b>		<b>CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b> <b>FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA</b>	
VARIABLE	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES	
		SI	NO		
<b>SERVICIOS DE RENTAS INTERNAS (SRI)</b>	Registro Único del Contribuyente (RUC)				
	Declaraciones				
	Emisión de comprobantes				
<b>PERMISO MUNICIPIO DEL</b>	Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales				
	Certificado otorgado por la Dirección Provincial de Salud.				
	Permiso del Cuerpo de Bomberos LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO				
<b>SECRETARIA DE HIDROCARBUROS</b>	Permiso de instalaciones				
	Revisiones mensuales				
	Permiso para el funcionamiento para el periodo de un año				
<b>GESTION DE RIESGOS</b>	Permiso de instalación				
	Permiso de instalación y normas de seguridad (plan de emergencia, botiquín de primeros auxilios, extintor)				
	Rampas para silla de ruedas.				

<b>CONADIS MINISTERIO DEL AMBIENTE</b>	Sistema braille.				
	Baños adecuados.				
	Registro ambiental				
	Certificado ambiental				
<b>MINISTERIO DE TRABAJO</b>	Licencia ambiental				
	Contratos fijos				
	Contratos eventuales				
	Afiliación al seguro Aporte patronal 12,15%.				
	Aporte personal 9,45%. Décimo tercero Décimo cuarto				

**Fuente:** observación directa

**Elaboración:** María José Guazha

**Cuadro N° 52. Requisitos para hoteles de dos estrellas**

 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b>	<b>NORMATIVA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO (2 estrellas)</b>	<b>CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA</b>		
<b>REQUISITOS PARA HOTEL 2 ESTRELLAS</b>		<b>CUMPLIMIENTO</b>		<b>OBSERVACIONES</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
Cuenta con infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones.				
Cuenta con condiciones básicas de limpieza e higiene				
<b>REQUISITOS GENERALES</b>				
Cuenta con sistema de iluminación de emergencia				
Cuenta con zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, identificadas y señalizadas.				
Cuenta en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente.				
Cuenta con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes				
Cuenta, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento				
Cuenta con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del Establecimiento				
Cuenta con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos				
Cuenta con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas.				
Cuenta con áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas				

Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal			
Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal			
Cuenta con el número de piso debidamente identificado y señalado			
Cuenta con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas			
Cuenta con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas			
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción			
Cuenta con personal uniformado (con distintivo o atuendo)			
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			
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo			
Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911			
Cuenta con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo			
Cuenta con instalaciones eléctricas cuyo voltaje es de 110V y 220V, debidamente señalado			
INFRAESTRUCTURA			
Cuenta 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 cuenta con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente			
Cuenta con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento			
Cuenta 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)			



Cuenta con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento			
Cuenta 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 tuviera estas últimas)			
Cuenta 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)			
Cuenta con áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes			
En caso de cuenta con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco			
Cuenta con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos			
Cuenta con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros)			
Cuenta con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros			
Cuenta 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			
<b>SERVICIOS</b>			
Cuenta con servicio de agua las veinticuatro horas			
Cuenta con servicio de custodia de equipaje			
Cuenta con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio			
Cuenta con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento			
Cuenta con servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas			
Cuenta con servicio diario de limpieza			
Cuenta con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente			

CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES, QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA			
Cuenta con cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.			
Cuenta con cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar			
cuenta 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.			
HABITACIONES			
Cuenta con un mínimo de 5 habitaciones			
Cuenta con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso			
Cuenta 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			
Las habitaciones deben cuenta con el siguiente equipamiento: colchón; protector de colchón; sábanas; cobija (s); cubrecama, edredón o plumón, almohada (s) por plaza; protector de almohada; al menos un velador o mesa de noche; basurero.			
Cuenta con cobija extra a petición del huésped			
Cuenta con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes			
Cuenta con teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico			
Cuenta con informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación			
Cuenta con agua para consumo en la habitación			

CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE), QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA			
Cuenta en 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; Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro -o cerca al área de cuarto de baño y aseo compartido; Papel higiénico			
Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.			
INSTALACIONES GENERALES			
Cuenta con Sistema de iluminación de emergencia.			
Cuenta con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural			
Cuenta con cuartos de baño y aseo para uso exclusivo del personal			
Áreas de clientes – General			
Cuenta con área de vestíbulo y recepción (con mobiliario)			
Áreas de clientes – Habitaciones			
Cuenta con habitaciones con cuarto de baño y aseo privado			
Cuenta con acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural			
cuenta con casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción			
Cuenta con cerradura para puerta de acceso a la habitación			
Cuenta con clóset y/o armario			
Cuenta con silla, sillón o sofá			
Cuenta con luz de velador o cabecera por plaza			
Las habitaciones del establecimiento deben cuenta con cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			

Cuenta con televisión ubicada en mueble o soporte con acceso a canales nacionales.			
Cuenta con sistema de comunicación			
Cuenta con servicio telefónico con servicio nacional e internacional en la recepción			
Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado			
Cuenta con agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado			
Cuenta con espejo sobre el lavamanos			
Ofrecer toalla de cuerpo y manos por huésped			
Cuenta con toalla de piso para salida de tina y/o ducha			
Cuenta con los siguientes Amenities de limpieza: Champú, Jabón, Papel higiénico de repuesto			
SERVICIOS			
Cuenta con plancha a disposición del huésped			
El establecimiento debe cuenta con al menos 1 persona con certificación en competencias laborales o son profesionales, y se encuentran en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.			
El establecimiento debe cuenta con al menos 1 persona que hable al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.			
En caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberá cuenta con al menos pozo séptico			

**Fuente:** Ficha de MINTUR

**Elaboración:** María José Guazha

### 11.3. Anexo N° 3. Modelo de las Entrevistas

#### 11.3.1. Entrevista N° 1 al Gerente



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

Señor (a). Como estudiante de la Carrera de Administración de Turística de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne concederme la siguiente entrevista, misma que servirá para obtener información con fines académicos para el desarrollo de mi trabajo de tesis titulado: **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**

#### **Entrevista al Gerente del Hotel**

- 1.- ¿Cuál es su nombre y que función desempeña en la Empresa?
- 2.- ¿Cómo es el proceso de comunicación interna?
- 3.- ¿Qué servicios adicionales ofrece?
- 4.- ¿Ha realizado talleres de capacitación para su personal?
- 5.- ¿Cómo incentiva al personal para mejorar un buen servicio?
- 6.- ¿Ha recibido apoyos por parte del Ministerio de Turismo?
- 7.- ¿Qué tipo de clientes utilizan sus servicios?
- 8.- ¿Cuáles son las dificultades o problemas en este año?
- 9.- ¿Tiene un sistema de registro de clientes por año, ¿cuál es su promedio por año?
- 10.- ¿Qué considera usted que es calidad en cuanto al servicio que ofrecen?

### 11.3.2. Entrevista N° 2 a la recepcionista



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

Señor (a). Como estudiante de la Carrera de Administración de Turística de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne concederme la siguiente entrevista, misma que servirá para obtener información con fines académicos para el desarrollo de mi trabajo de tesis titulado: **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**

#### **Entrevista a la Recepcionista del Hotel**

- 1.- ¿Cuál es su nombre y que función desempeña en el hotel reina del cisne?
- 2.- ¿Cómo funciona el tema de la comunicación interna?
- 3.- ¿Ha recibido capacitaciones por parte de la empresa?
- 4.- ¿Cree usted que los clientes se retiran satisfechos con el servicio brindado?
- 5.- ¿Cuáles han sido los problemas que con mayor frecuencia se observan en la atención al cliente?
- 6.- ¿Cree usted que los servicios que presta este establecimiento son de calidad sí o no? ¿Por qué?
- 7.- ¿Qué habilidades consideras debe tener un recepcionista?
- 8.- ¿Cómo evalúa su desempeño laboral la empresa?

### 11.3.3. Entrevista N° 3 a la camarera



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



Señor (a). Como estudiante de la Carrera de Administración de Turística de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne concederme la siguiente entrevista, misma que servirá para obtener información con fines académicos para el desarrollo de mi trabajo de tesis titulado: **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO QUE PRESTA, EL HOTEL REINA DEL CISNE DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**

#### **Entrevista a la camarera del Hotel**

- 1.- ¿Cuál es su nombre y que función desempeña en el hotel reina del cisne?
- 2.- ¿Cómo funciona el tema de la comunicación interna?
- 3.- ¿Ha recibido capacitaciones por parte de la empresa?
- 4.- ¿Cómo le motivan para rendir más en trabajo?
- 5.- ¿Cuáles han sido los problemas que con mayor frecuencia observa usted en una habitación?
- 6.- ¿Cree usted que los servicios que presta este establecimiento son de calidad sí o no? ¿Por qué?
- 7.- ¿Qué habilidades consideras debe tener un usted cómo camarera?
- 8.- ¿según su punto de vista que es lo que le hace falta a una habitación para ofrecer un mejor servicio a los clientes?
- 9.- ¿Cómo actuarías ante un cliente que está molesto?

## 11.4. Anexo N° 4. Modelo de la encuesta

**Cuadro N° 53. Modelo de la encuesta**

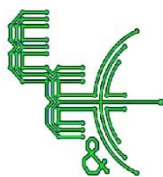
		<b>ENCUESTA PARA ANALIZAR LA CALIDAD DESERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL Reina del Cisne DEL CANTÓN CATAMAYO</b>					 <b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b>  <b>CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b>				
<p>Buenos días/tardes mi nombre es María José Guazha Romero le agradecería me brinde 5 minutos de su tiempo, para que me ayude respondiendo con unas preguntas acerca de su satisfacción del servicio que presta el Hotel Reina del Cisne del cantón Cata mayo. A continuación, establezca en una escala del 1 al 5 para cada pregunta, señalando el valor que considere usted para la expectativa que tiene el Hotel antes de recibir el servicio y el nivel que percibió del servicio brindado es decir lo que recibió durante su estadía, puede medir el desempeño del servicio de acuerdo a la escala señalada:</p>											
DIMENSIONES	AFIRMACIONES	Nada importante	Poco importante	Ni importante ni sin importancia	Importante	Muy importante	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
		EXPECTATIVA					PERCEPCION				
Aspectos tangibles	El hotel cuenta con instalaciones y mobiliario bien conservados y atractivos.										
	La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.										
	Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.										
	Los diferentes equipos del hotel son modernos y funcionan correctamente.										
	EL Hotel cuenta con una decoración agradable y amigable.										
Empatía	El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.										
	El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.										
	En el hotel me prestan una atención muy personalizada.										
	El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.										
	En las áreas comunes (piscina, gimnasio, hidromasaje, sauna, turco) hay un ambiente divertido y agradable.										



<b>Fiabilidad</b>	Predisposición por resolver los problemas.												
	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.												
	Los Servicios son brindados sin cometer errores.												
	Los servicios ofrecidos son cumplidos a tiempo.												
<b>Capacidad de respuesta</b>	El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme.												
	Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.												
	Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.												
<b>Seguridad</b>	Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.												
	Los empleados demostraron Seguridad.												
	Las instalaciones del hotel reflejan seguridad.												
	El hotel no cuenta con equipos de Seguridad (cámaras, alarma)												
	Los exteriores del hotel no son seguros												
<b>Sugerencias:</b> ..... ..... .....  <p style="text-align: center;"><b>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</b></p>													

**Fuente:** Modelo de la encuesta para aplicar a los clientes  
**Elaboración:** María José Guazha Romero

## 11.5. Anexo N° 5 Proformas



### ELEL COM Electrónica Electricidad y Comunicaciones

Imbabura 1529 entre Sucre y 18 de Noviembre 2do p Loja, Loja  
Tel. 578 264 Fax +593 7 578264 e-mail: gerencia@elelcom.com  
www.elelcom.com

**PROFORMA**

**8861/02/20**

**Ruc.1102868989001**

#### Ciente

Empresa HOTEL REINA DEL CISNE  
Atención a  
Ciudad CATAMAYO País: Ec CP: Loja  
Teléfono 0985785755

Fecha 20-feb-20  
N° pedido  
Vendedor 001  
e-mail

Cantidad	Descripción	Precio unitario	TOTAL
01	DVR 16CH turbo HD 4.0 2HDD, marca HIKVISION DS-7216HUHI-K2	390.00 \$	390.00 \$
01	Disco duro de 10TB especial para DVR WD PURPLE	465.00 \$	465.00 \$
07	Cámara tipo domo 5MP 2.8mm, HIKVISION DS-2CE56HOT-IT3F	50.00 \$	350.00 \$
07	Cámaras tipo tubo 5MP HIKVISION DS-2CE16HOT-ITF	50.00 \$	350.00 \$
14	Parejas de video ballum	5.00 \$	70.00 \$
14	Transformadores 12V 1.25A	5.00 \$	70.00 \$

#### Condiciones

- ☒ Pago al contado      ☐ Entrega inmediata  
☐ Anticipo/contrantrga      ☐ Entrega en \_ días  
☐ Otra forma      ☐ Por importar

Banco \_\_\_\_\_  
N° cuenta \_\_\_\_\_  
Obs. 100 % CONTRAENTREGA

Subtotal	1,695.00 \$
Por instalación y Programación	0.00 \$
MATERIALES Y VARIOS	0.00 \$
I.V.A	203.40 \$
<b>TOTAL</b>	<b>1,898.40 \$</b>

#### SOLO COTIZACIÓN

Atentamente

Ing. Rodrigo Guamán Carrión  
Gerente ELEL COM

Pd. Garantía 1 Año contra defecto de fábrica  
VALIDEZ DE OFERTA 8 DIAS  
**PRECIOS SOLO DE EQUIPOS**

Alarmas, CCTV, Control de acceso, Cableado Estructurado, Control y automatización industrial,  
Iluminación, Instalaciones eléctricas, Sistemas de radio comunicación, Centrales telefónica



☎ 072562030 / 0997684095

✉ drelectropc@gmail.com

📍 José Antonio Eguiguren 10-54 entre  
24 de Mayo y Juan José Peña / Loja - Ecuador

### PROFORMA N°5253

**Nombre:** HOTEL REINA DEL CISNE

**Fecha:** 20-feb.-2020

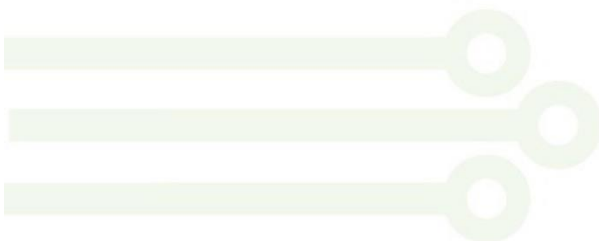
**Dirección:** CATAMAYO

**Repre-:** Gonzalo L. Santamaría L.

**Teléfono:** 0985785755

**Ruc:** 1104420003001

Cantidad	Descripción	V. unitario	TOTAL
1	GRABADOR ECONOMICO 16CH HD-TVI NEW	\$ 106.25	\$ 106.25
14	DOMO DIANOCHE EXTERIOR 4 EN 1 1080P IR	\$ 32.00	\$ 448.00
1	DISCO DURO SEAGATE SKYHAWK DE 6TB ESPECIAL DVR	\$ 281.25	\$ 281.25
14	FUENTE PARA CAMARA 110VAC/12VDC 1 AMP	\$ 4.09	\$ 57.26
14	PAREJA DE BALLUMS HD-TVI 4K	\$ 3.50	\$ 49.00
1	CABLE UTP CAT6 305 MTS INTERIOR NEWLINK	\$ 159.82	\$ 159.82



Subtotal	\$ 1,101.58
Envío	
IVA 12%	\$ 132.19
<b>EFFECTIVO</b>	<b>\$ 1,233.77</b>

**GARANTÍA CONTRA DEFECTOS DE FABRICACIÓN:**

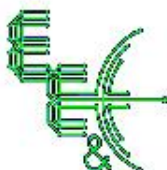
1 año

**Periodo de validez:** 7 días calendario

**Forma de pago:**

**FIRMA**

**SERA UN PLACER VOLVERLE A ATENDER**



**ELECOM**  
**Electrónica Electricidad y Comunicaciones**  
 Imbabura 1529 entre Sucre y 18 de Noviembre 2do p Loja, Loja  
 Tel. 578 264 Fax +593 7 578264 e-mail: gerencia@elecom.com  
 www.elecom.com

**PROFORMA**

**8861/02/20**

**Ruc.1102868989001**

**Ciente**

Empresa HOTEL REINA DEL CISNE  
 Atención a \_\_\_\_\_  
 Ciudad CATAMAYO País: Ec CP: Loja  
 Teléfono 0985785755

Fecha 20-feb-20  
 Nº pedido \_\_\_\_\_  
 Vendedor 001  
 e-mail \_\_\_\_\_

Cantidad	Descripción	Precio unitario	TOTAL
01	Central Telefónica IP PBX de 2 líneas GRANDSTREAM UCM5202	320.00 \$	320.00 \$
01	Telefonos empresarial IP GRANDSTREAM GSP2614	165.00 \$	165.00 \$
40	Telefono empresarial IP GRANDSTREAM GSP1625	48.00 \$	1,920.00 \$

		Subtotal	2,405.00 \$
		Por instalación y Programación	0.00 \$
		MATERIALES Y VARIOS	0.00 \$
		I.V.A	288.60 \$
		<b>TOTAL</b>	<b>2,693.60 \$</b>
Pago al contado	Entrega inmediata		
Anticipo/contratista	Entrega en __ días		
Otra forma	Por importar		
Banco			
Nº cuenta			
Obs. 100 % CONTRAENTREGA			

**SOLO COTIZACION**

*Atentamente*

Ing. Rodrigo Guamán Carrión  
 Gerente ELECOM

Pd. Garantia 1 Año contra defecto de fábrica  
 VALIDEZ DE OFERTA 8 DIAS  
 PRECIOS SOLO DE EQUIPOS

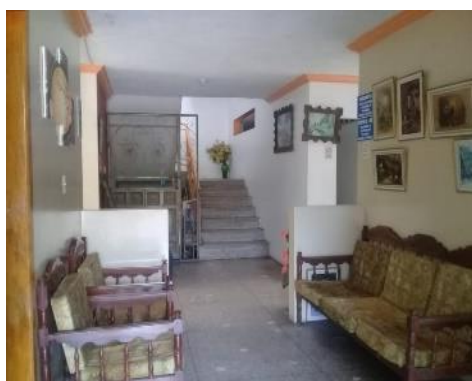
**Alarmas, CCTV, Control de acceso, Cableado Estructurado, Control y automatización industrial,  
 Iluminación, Instalaciones eléctricas, Sistemas de radio comunicación, Centrales telefónica**

## 11.6. Anexo N° 6. Fotográficos de la Investigación

<b>Gráfico 1. Levantamiento de ficha de diagnostico</b>	<b>Gráfico 2. Levantamiento de ficha de diagnóstico del MINTUR</b>
	
<b>Gráfico 3. Levantamiento de ficha de diagnostico</b>	<b>Gráfico 4. Levantamiento de ficha de diagnóstico del MINTUR</b>
	
<b>Gráfico 5. Levantamiento de ficha de diagnostico</b>	<b>Gráfico 6. Levantamiento de ficha de diagnostico</b>
	
<b>Gráfico 7. Levantamiento de ficha de normativa legal</b>	<b>Gráfico 8. Levantamiento de ficha de normativa legal</b>

	
<p><b>Gráfico 9.</b> Levantamiento de ficha de diagnóstico del MINTUR</p>	<p><b>Gráfico 10.</b> Levantamiento de ficha de diagnóstico del MINTUR</p>
	
<p><b>Gráfico 11.</b> Levantamiento de ficha de diagnostico</p>	<p><b>Gráfico 12.</b> Levantamiento de ficha de diagnostico</p>
	
<p><b>Gráfico 13.</b> Levantamiento de ficha de diagnostico</p>	<p><b>Gráfico 14.</b> Levantamiento de ficha de diagnostico</p>





**Gráfico 15.** Levantamiento de ficha de diagnostico



**Gráfico 16.** Levantamiento de ficha de diagnostico



**Gráfico 17.** Levantamiento de ficha de diagnostico



**Gráfico 18.** Levantamiento de ficha de diagnostico



**Gráfico 19.** Levantamiento de ficha de diagnostico



**Gráfico 20.** Levantamiento de ficha de diagnostico



**Gráfico 21. Levantamiento de ficha de diagnostico**



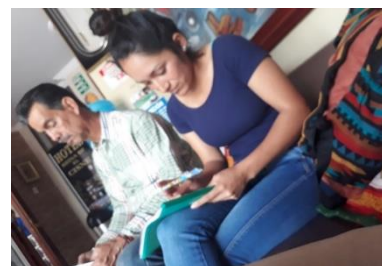
**Gráfico 22. Levantamiento de ficha de diagnostico**



**Gráfico 23. Levantamiento de ficha de diagnostico**



**Gráfico 24. Entrevistas al Gerente del Hotel**



**Gráfico 21. Levantamiento de encuestas**





## INDICE DE CONTENIDO:

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS .....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
1. TÍTULO .....	1
2. RESUMEN .....	2
3. INTRODUCCIÓN .....	4
4.1. Marco Conceptual .....	7
4.1.1. Turismo y el sector Hotelero .....	7
4.1.2. Turistas que visitaron el Ecuador.....	9
4.1.3. Marco Normativo para Establecimientos de Alojamiento .....	10
4.1.4. Calidad del Servicio .....	25
4.1.5. Modelo SERVQUAL.....	28
4.2. Marco Referencial .....	38
4.2.1. Investigaciones sobre el análisis de la calidad del servicio en establecimientos hoteleros .....	38
4.2.2. Lugar del área de estudio.....	44
5. MATERIALES Y MÉTODOS .....	45

5.1. Materiales.....	45
5.2. Técnicas .....	45
5.3. Metodología.....	46
5.3.1. Para el cumplimiento del primer objetivo específico: “Diagnosticar la situación actual del Hotel “Reina del Cisne”, Cantón Catamayo, provincia de Loja”. .....	46
5.3.2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: “Evaluar la calidad del servicio mediante el modelo Servqual”. .....	47
5.3.3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: “Proponer estrategias de mejoramiento de la calidad de servicio del Hotel Reina del Cisne”. .....	48
6. RESULTADOS.....	49
6.1. Primer objetivo específico: Diagnóstico de la situación actual del Hotel Reina del Cisne. ....	49
6.1.2. Representante del Hotel Reina del Cisne .....	49
6.1.3. Tipo de habitaciones del Hotel Reina del Cisne .....	50
6.1.4. Permisos que cumple el Hotel Reina del Cisne .....	52
6.1.5. Cumplimiento de Reglamento para Alojamiento Hotelero de dos estrellas	53
6.1.6. Análisis de las entrevistas.....	55
6.2.2. Resultados de la aplicación de la encuesta SERVQUAL.....	58
6.2.3. Análisis e interpretación de resultados .....	64
6.2.4. Análisis de FODA factor interno (fortalezas y debilidades) y factor externo (oportunidades y amenazas) del Hotel Reina del Cisne. ....	81
6.3. Propuestas de mejoramiento para el Hotel Reina del Cisne .....	85

6.3.1. Dimensión de aspectos tangibles .....	85
6.3.2. Dimensión de empatía .....	89
6.3.3. Dimensión de fiabilidad .....	96
6.3.4. Dimensión de capacidad de respuesta .....	102
6.3.5. Dimensión de seguridad .....	106
7. DISCUSIÓN .....	107
8. CONCLUSIONES .....	113
9. RECOMENDACIONES .....	116
10. BIBLIOGRAFÍA .....	118
11. ANEXOS .....	125
11.1. Anexo N° 1 Anteproyecto previo al grado .....	125
11.2. Anexo N° 2. Matriz de levantamiento de información del Hotel Reina del Cisne .....	142
11.3. Anexo N° 3. Modelo de las Entrevistas .....	151
11.3.1. Entrevista N° 1 al Gerente .....	151
11.3.2. Entrevista N° 2 a la recepcionista .....	152
11.3.3. Entrevista N° 3 a la camarera .....	153
11.4. Anexo N° 4. Modelo de la encuesta .....	154
11.5. Anexo N° 5 Proformas .....	156
11.6. Anexo N° 6. Fotográficos de la Investigación .....	159

## INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Investigación de referencia de los Hoteles .....	38
Cuadro N° 2. Investigación de referencia al Hotel Zahir 360 .....	40
Cuadro N° 3. Investigación de referencia a Hoteles .....	42
Cuadro N° 4. Tipo de habitaciones y tarifas del Hotel Reina del Cisne ..	50
Cuadro N° 5. Servicios adicionales del Hotel Reina del Cisne.....	51
Cuadro N° 6. Permisos con los que cuenta el Hotel Reina del Cisne .....	52
Cuadro N° 7. Requisitos que cumple el Hotel Reina del Cisne.....	53
Cuadro N° 8. Afirmaciones de la dimensión de aspectos tangibles del cuestionario de la Expectativa .....	59
Cuadro N° 9. Afirmaciones de la dimensión de aspectos tangibles del cuestionario de la Percepción .....	59
Cuadro N° 10. Afirmación de la dimensión de empatía del cuestionario de la Expectativa.....	60
Cuadro N° 11. Afirmaciones de la dimensión de empatía del cuestionario de la Percepción .....	60
Cuadro N° 12. Afirmaciones de la dimensión de fiabilidad del cuestionario de la Expectativa.....	61
Cuadro N° 13. Afirmaciones de la dimensión de fiabilidad del cuestionario de la Percepción .....	61
Cuadro N° 14. Afirmaciones de la dimensión de capacidad de respuesta del cuestionario de la Expectativa.....	62
Cuadro N° 15. Afirmaciones de la dimensión de capacidad de respuesta del cuestionario de la Percepción .....	62

Cuadro N° 16. Afirmaciones de la dimensión de seguridad del cuestionario de la Expectativa.....	63
Cuadro N° 17. Afirmaciones de la dimensión de seguridad del cuestionario de Expectativa .....	63
Cuadro N° 18. Escala de Likert del cuestionario de la Expectativa.....	64
Cuadro N° 19. Promedio de las dimensiones del Cuestionario de Expectativa .....	68
Cuadro N° 20. Escala de Likert.....	68
Cuadro N° 21: Promedio de las dimensiones en el Cuestionario de la percepción .....	72
Cuadro N° 22. Brecha de aspectos tangibles .....	74
Cuadro N° 23. Brecha de la empatía .....	76
Cuadro N° 24. Brecha de la fiabilidad .....	77
Cuadro N° 25. Brecha de la capacidad de respuesta .....	78
Cuadro N° 26. Brecha de la seguridad .....	79
Cuadro N° 27. Brecha por dimensiones.....	80
Cuadro N° 28. Factor interno y externo .....	81
Cuadro N° 29. Matriz del FODA.....	83
Cuadro N° 30. Plan de mejoramiento de mobiliario y equipos antiguos por modernos del Hotel Reina del Cisne.....	85
Cuadro N° 31. Implementación de un sistema de comunicación en el Hotel Reina del Cisne.....	86

Cuadro N° 32. Rediseño de logo y uniformes a los empleados del Hotel Reina del Cisne.....	87
Cuadro N° 33. Diseño de uniformes a los empleados .....	88
Cuadro N° 34. Plan de verificación .....	88
Cuadro N° 35. Cuarto objetivo estratégico.....	91
Cuadro N° 36. Horarios de capacitación a los empleados del Hotel Reina del Cisne en atención al cliente y hospitalidad.....	92
Cuadro N° 37. Presupuesto de capacitación-Dimensión empatía .....	93
Cuadro N° 38. Quinto objetivo estratégico.....	94
Cuadro N° 39. Plan de mantenimiento para los servicios del Hotel .....	95
Cuadro N° 40: Plan de verificación .....	95
Cuadro N° 41. Formato de SQPR del Hotel Reina del Cisne.....	97
Cuadro N° 42. Manual de procesos para el departamento de recepción	98
Cuadro N° 43. Manual de procesos para el departamento de camarería .....	99
Cuadro N° 44. Manual de procesos para el departamento de lavandería .....	100
Cuadro N° 45. Manual de procesos para el departamento de seguridad .....	101
Cuadro N° 46. Plan de capacitación a los empleados- capacidad de respuesta .....	104
Cuadro N° 47. Horarios de capacitación a los empleados- capacidad de respuesta .....	105
Cuadro N° 48. Presupuesto de la capacitación a los empleados del Hotel .....	105
Cuadro N° 49. Implantación de cámaras de seguridad en el Hotel.....	106

Cuadro N° 50. Datos Generales de la Empresa .....	142
Cuadro N° 51. Normativa legal .....	143
Cuadro N° 52. Requisitos para hoteles de dos estrellas .....	145
Cuadro N° 53. Modelo de la encuesta .....	154

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Llegadas Internacionales a Ecuador .....	9
Figura 2. Mapa del Cantón Catamayo .....	44
Figura 3. Ubicación del Hotel Reina del Cisne .....	44
Figura 4. Resultados de la dimensión de tangibilidad .....	64
Figura 5. Resultados de la dimensión de empatía .....	65
Figura 6. Resultados de la dimensión de fiabilidad .....	66
Figura 7. Resultados de la dimensión de la capacidad de respuesta .....	66
Figura 8. Resultados de la dimensión de seguridad .....	67
Figura 9. Resultados de la dimensión de tangibilidad .....	69
Figura 10. Resultados de la dimensión de empatía .....	69
Figura 11. Resultados de la dimensión de fiabilidad .....	70
Figura 12. Resultados de la dimensión de capacidad de respuesta .....	71
Figura 13. Resultados de la dimensión de seguridad .....	72
Figura 14. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles.....	73
Figura 15. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles.....	75
Figura 16. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles.....	76
Figura 17. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles.....	77



Figura 18. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles.....	78
Figura 19. Resultados de la expectativa y percepción de los aspectos tangibles.....	80
Figura 20. Modelo del buzón de sugerencias del Hotel Reina del Cisne .	96