



Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIOS TURISTICOS QUE OFRECE EL
HOSTAL “INCA” DE LA CIUDAD, CANTÓN, Y PROVINCIA DE LOJA”**

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

AUTORA:

Jessica Anahí Vargas Carrión.

1859

DIRECTORA DE TESIS

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo Mgs. Sc.

LOJA-ECUADOR

2022

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS

Ingeniera.

Gladys Alexandra Suarez Jaramillo, 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 DE SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE EL HOSTAL "INCA" DE LA CIUDAD, CANTON Y PROVINCIA DE LOJA"** de la autoría de la señorita Jessica Anahí Vargas Carrión, se ha realizado bajo mi dirección, en forma prolija, tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber sido revisado, autorizando su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniera en Administración Turística.

Loja, 04 de abril de 2022

Firmado digitalmente por GLADYS
ALEXANDRA SUAREZ JARAMILLO
Fecha: 2022.04.04 15:11:41 -05'00'

Ing. Gladys Alexandra Suarez Jaramillo, Mg. Sc.
DIRECTORA DE TESIS

i

Autoría

Yo, Jessica Anahí Vargas Carrión declaro ser la autora del presente trabajo de tesis denominada “**Análisis de la calidad de servicios turísticos que ofrece el hostel “Inca” de la ciudad, cantón y 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 Repertorio Institucional Biblioteca Virtual.

Autora: Jessica Anahí Vargas Carrión

Firma: _____

Cedula: 1104421852

Fecha: Loja, 17 de junio de 2022

Correo electrónico: jessica.vargas@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 0969775957

Carta de autorización de tesis por parte de la autora para la consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo.

Yo, Jessica Anahí Vargas Carrión declaro ser el autora de la tesis titulada: “**Análisis de la calidad de servicio turístico que ofrece el hostel “Inca” de la ciudad, cantón y 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 Institucional.

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

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

Dejo constancia de esta autorización. En la ciudad de Loja, a los 17 días del mes de junio del dos mil veintidós.

Firma: _____

Autora: Jessica Anahí Vargas Carrión

C.I.: 1104421852

Dirección: Loja, barrio La Tebaida Alta

Correo electrónico: jessica.vargas@unl.edu.ec

Celular: 0969775957

Datos complementarios:

Director de tesis: Ing. Gladys Alexandra Suarez Jaramillo Mgs. Sc.

Tribunal de Grado:

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tène Mgs. Sc.

Presidenta de Tribunal

Ing. María Luisa Diaz López Mgs. Sc.

Vocal del Tribunal

Ing. Alex Javier Quito Ramon Mgs. Sc.

Vocal del Tribunal

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo de investigación, principalmente a mis queridos padres, por su apoyo incondicional en todo momento de mi vida, por el gran esfuerzo, dedicación y sacrificio durante mi vida académica, para sacarme adelante y que me convierta en una profesional, por el amor y confianza que siempre encontré en ellos; y a mi hermano por motivarme a seguir adelante y brindarme siempre su cariño y apoyo para lograr cumplir mis sueños.

Para mí es grato y satisfactorio dedicar mi esfuerzo a todas las personas que creyeron en mí y estuvieron en cada paso de mi vida.

Jessica Anahí Vargas Carrión

Agradecimiento

Primeramente, agradezco a Dios porque sin él nada es posible, por ser mi guía y mi luz a lo largo de este camino, por darme fuerza, sabiduría y fortaleza para afrontar todos los obstáculos que se me presentaron y lograr cumplir mis metas.

Agradezco infinitamente a mis padres y a toda mi familia por brindarme su apoyo constante, también extendiendo mi agradecimiento a todos los docentes que me han sabido transmitir sus conocimientos en las clases impartidas, especialmente a mi tutora de tesis, la Ing. Alexandra Suarez, por el apoyo y dedicación para culminar este trabajo de investigación.

Un agradecimiento especial a todos mis compañeros de clase por el apoyo brindado durante nuestra trayectoria de estudiantes, y a la Universidad Nacional de Loja, por permitirme formarme académicamente y obtener mi título profesional.

Finalmente, mi agradecimiento al hostel "Inca", por la acogida y el apoyo que le dio a presente proyecto de investigación y contribuir a culminarlo con éxito.

Jessica Anahí Vargas Carrión

Índice de contenido

| | |
|--|------|
| Portada..... | i |
| 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 |
| Índice de tabla | xiii |
| Índice de Figura..... | xv |
| Índice de anexos..... | xvii |
| 1. Título..... | 1 |
| 2. Resumen | 2 |
| 2.1 Abstract..... | 4 |
| 3. Introducción | 6 |
| 4. Marco Teórico..... | 9 |
| 4.1. Marco Conceptual | 9 |
| 4.1.1. Hotelería | 9 |
| 4.1.2. Hospedaje..... | 11 |
| 4.1.3. Servicio..... | 11 |
| 4.1.4. Calidad..... | 12 |
| 4.1.5. Características del servicio. | 12 |
| 4.1.6. Servicios turísticos. | 13 |

| | | |
|----------|--|----|
| 4.1.7. | Cliente | 14 |
| 4.1.8. | Servicio al cliente | 14 |
| 4.1.9. | Satisfacción del cliente..... | 14 |
| 4.1.10. | Calidad de servicio..... | 15 |
| 4.1.11. | Determinantes de la calidad de servicio | 15 |
| 4.1.12. | Importancia de la calidad de servicio | 17 |
| 4.1.13. | Medición de la calidad de servicio..... | 17 |
| 4.1.14. | Matriz FODA | 20 |
| 4.1.15. | Análisis entorno interno (análisis de fortalezas y debilidades)..... | 21 |
| 4.1.16. | Microentorno de la empresa..... | 21 |
| 4.1.16.1 | Empresa..... | 22 |
| 4.1.16.2 | Competidores..... | 22 |
| 4.1.16.3 | Proveedores..... | 22 |
| 4.1.16.4 | Grupos de interés..... | 23 |
| 4.1.17. | Análisis del entorno externo | 23 |
| 4.1.18. | Macroentorno de la empresa | 23 |
| 4.1.19. | Análisis PESTEL..... | 23 |
| 4.1.20. | SPSS Statistics | 24 |
| 4.1.21. | Mejora del servicio..... | 25 |
| 4.1.22. | Plan de mejora..... | 25 |
| 4.1.23. | Estructura del plan de mejora..... | 25 |
| 4.1.24. | Estrategias..... | 26 |
| 4.2. | Marco Referencial | 28 |
| 4.2.1. | Investigación sobre calidad de servicio..... | 28 |
| 4.3. | Marco Legal | 32 |

| | | |
|--------|---|----|
| 4.3.1. | Constitución de Ecuador | 32 |
| 4.3.2. | Ley de turismo del Ecuador | 32 |
| 4.3.3. | Ley de sistema ecuatoriano de la calidad..... | 35 |
| 4.3.4. | Reglamento general de actividades turísticas | 35 |
| 4.3.5. | Protocolos de bioseguridad para establecimientos de alojamiento turístico | 38 |
| 5. | Metodología..... | 43 |
| 5.1 | Ubicación del área de estudio | 43 |
| 5.1.1. | Ubicación..... | 43 |
| 5.2 | Materiales..... | 43 |
| 5.3 | Métodos | 44 |
| 5.4 | Técnicas..... | 45 |
| 5.5 | Población y muestra..... | 47 |
| 5.6 | Metodología por objetivos | 48 |
| 5.6.1. | Primer objetivo: “Diagnosticar la situación actual del Hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja” | 48 |
| 5.6.2. | Para el cumplimiento del segundo objetivo: “Evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón, y Provincia de Loja”..... | 49 |
| 5.6.3. | Tercer objetivo: Desarrollar un plan de mejora en la calidad de servicio turístico para el hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja. | 50 |
| 6. | Resultados..... | 52 |
| 6.1 | Diagnóstico de la situación actual del Hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón, y Provincia de Loja | 52 |
| 6.1.1 | Datos Generales | 52 |

| | | |
|-----------|--|----|
| 6.1.1.1 | Descripción de la empresa. | 52 |
| 6.1.1.2 | Representante legal de la empresa. | 52 |
| 6.1.1.3 | Empresa turística | 52 |
| 6.1.1.4 | Contacto..... | 53 |
| 6.1.1.5 | Medios de difusión..... | 53 |
| 6.1.2. | Análisis externo del Hostal “Inca” | 53 |
| 6.1.2.1. | Factor político..... | 53 |
| 6.1.2.2. | Factor económico..... | 54 |
| 6.1.2.3. | Factor social-cultural | 54 |
| 6.1.2.4. | Factor tecnológico | 55 |
| 6.1.2.5. | Factor ecológico | 55 |
| 6.1.2.6. | Factor legal | 55 |
| 6.1.3 | Análisis interno del Hostal “Inca” | 55 |
| 6.1.3.1. | Situación..... | 56 |
| 6.1.3.2. | Área Administrativa | 56 |
| 6.1.3.3. | Servicios que brinda el hostel..... | 59 |
| 6.1.3.4. | Reglamento de la Empresa Turística | 60 |
| 6.1.3.5. | Requerimientos de infraestructura..... | 64 |
| 6.1.3.6. | Área financiera..... | 69 |
| 6.1.3.7. | Área de talento humano | 69 |
| 6.1.3.8. | Clientes..... | 69 |
| 6.1.3.9. | Proveedores..... | 69 |
| 6.1.3.10. | Competencia..... | 70 |
| 6.1.3.11. | Grupos de interés..... | 71 |
| 6.1.4. | Normativa de establecimientos turísticos. | 71 |
| 6.1.5. | Requisitos para un hostel de una estrella..... | 74 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 6.1.6. | Matriz FODA | 76 |
| 6.2 | Evaluación de la calidad del servicio que ofrece el Hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja” | 77 |
| 6.2.1. | Tamaño de la muestra | 77 |
| 6.2.2. | Análisis e interpretación de datos..... | 81 |
| 6.2.2.1 | Datos generales. | 81 |
| 6.2.3. | Modelo SERVQUAL..... | 87 |
| 6.2.3.1 | Análisis de fiabilidad..... | 87 |
| 6.2.3.4 | Dimensión de elementos tangibles | 102 |
| 6.2.3.5 | Dimensión de empatía..... | 103 |
| 6.2.3.6 | Dimensión de seguridad..... | 105 |
| 6.2.3.7 | Dimensión de capacidad de respuesta | 106 |
| 6.2.3.8 | Dimensión de fiabilidad..... | 107 |
| 6.2.3.9 | Análisis e interpretación de datos | 110 |
| 6.2.3.10 | Análisis de brechas por dimensiones..... | 111 |
| 6.2.3.11 | Evaluación general del servicio brindado por el hostal “Inca” | 112 |
| 6.2.3.12 | Análisis General | 114 |
| 6.2.4 | Análisis de las entrevistas | 115 |
| 6.2.5 | Matriz FODA cruzado..... | 117 |
| 6.2.6 | Objetivos estratégicos..... | 119 |
| 6.3 | Desarrollo de un plan de mejora en la calidad de servicio turístico para el hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja” | 120 |
| 6.3.1. | Detección de problemas | 120 |
| 6.3.2. | Principales causas del problema..... | 121 |
| 6.3.3. | Objetivos de mejora | 121 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 6.3.4. | Propuestas de mejoramiento | 122 |
| 6.3.5. | Presupuesto del plan de mejoras..... | 137 |
| 6.3.6. | Socialización de los resultados del proyecto de investigación..... | 137 |
| 7. | Discusión | 138 |
| 8. | Conclusiones | 141 |
| 9. | Recomendaciones | 143 |
| 10. | Bibliografía..... | 144 |
| 11. | Anexos..... | 149 |

Índice de tabla

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Investigación de referencia Hotel Los Portales | 28 |
| Tabla 2. Investigación referencial del Caso Blue House Youth Hostel | 30 |
| Tabla 3. Investigación referencial de la hostería Aguamanía | 31 |
| Tabla 4. Modelo para desarrollar propuesta | 51 |
| Tabla 5. Servicios del Hostal “Inca” | 59 |
| Tabla 6. Departamentos y sub departamentos | 60 |
| Tabla 7. Ministerio de Trabajo | 61 |
| Tabla 8. Municipio | 63 |
| Tabla 9. CONADIS | 63 |
| Tabla 10. Áreas de uso exclusivo para el personal | 65 |
| Tabla 11. Amenities de limpieza que tiene el hostal | 67 |
| Tabla 12. Amenities de limpieza que no tiene el hostal | 67 |
| Tabla 13. Amenities de cuidado personal que no tiene el hostal | 67 |
| Tabla 14. Amenities adicionales que no tiene el hostal | 67 |
| Tabla 15. Servicios que ofrece el hostal | 68 |
| Tabla 16. Personal calificado del hostal | 68 |
| Tabla 17. Servicios que no tienen el hostal | 68 |
| Tabla 18. Proveedores | 69 |
| Tabla 19. Competencia Directa | 70 |
| Tabla 20. Grupos de interés del Hostal “Inca” | 71 |
| Tabla 21. Normativa de establecimientos turísticos | 72 |
| Tabla 22. Requisitos para un hostal | 74 |
| Tabla 23. Matriz FODA, factores internos | 76 |
| Tabla 24. Escala a utilizar para la expectativa del cliente | 78 |
| Tabla 25. Escala a utilizar para la percepción del cliente | 78 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 26. Afirmaciones de la dimensión de tangibilidad | 79 |
| Tabla 27. Afirmaciones de la dimensión de empatía | 79 |
| Tabla 28. Afirmaciones de la dimensión de fiabilidad | 79 |
| Tabla 29. Afirmaciones de la dimensión de capacidad de respuesta | 80 |
| Tabla 30. Afirmaciones de la dimensión de seguridad | 80 |
| Tabla 31. Alfa Cronbach | 87 |
| Tabla 32. Resultados de la expectativa de los clientes | 98 |
| Tabla 33 Resultados de la percepción de los clientes | 100 |
| Tabla 34. Dimensión de elementos tangibles | 102 |
| Tabla 35. Dimensión de empatía | 104 |
| Tabla 36. Dimensión de seguridad..... | 105 |
| Tabla 37. Dimensión de capacidad de respuesta..... | 106 |
| Tabla 38. Dimensión de fiabilidad | 108 |
| Tabla 39. Puntuaciones utilizadas por el modelo Servqual. | 109 |
| Tabla 40. Análisis ServQual por dimensión..... | 110 |
| Tabla 41. Análisis ServQual | 111 |
| Tabla 42. Análisis general de dimensiones. | 112 |
| Tabla 43. Matriz FODA, factores internos | 116 |
| Tabla 44. FODA Cruzado..... | 117 |
| Tabla 45. Objetivos estratégicos | 119 |
| Tabla 46. Detección de problemas..... | 120 |
| Tabla 47. Propuesta de mejoramiento de calidad de servicio..... | 122 |
| Tabla 48. Plan de capacitación | 124 |
| Tabla 49. Plan de descuentos para fidelización | 126 |
| Tabla 50 Presupuesto referencial por año..... | 127 |
| Tabla 51 Presupuesto de medios publicitarios | 127 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 52 Incentivo de mejor empleado del mes | 129 |
| Tabla 53 Incentivos de elección | 129 |
| Tabla 54 Presupuesto referencial por año..... | 131 |
| Tabla 55 Presupuesto de medios publicitarios | 131 |
| Tabla 56 Manual de funciones del gerente..... | 133 |
| Tabla 57 Manual de funciones de recepcionista..... | 134 |
| Tabla 58 Manual de funciones de la camarera..... | 135 |
| Tabla 59 Presupuesto | 137 |
| Tabla 60 Presupuesto total | 137 |
| Tabla 61. Ficha para levantamiento de información de las empresas. | 153 |
| Tabla 62. Normativa de establecimientos turísticos | 155 |
| Tabla 63. Ficha de Levantamiento de información de empresas..... | 160 |
| Tabla 64. Análisis interno y externo del hostel “Inca” | 164 |

Índice de Figura

| | |
|--|-----|
| Figura 1. Macro localización del hostel” Inca” | 43 |
| Figura 2. Nacionalidad del encuestado | 82 |
| Figura 3. Edad | 82 |
| Figura 4. Género del encuestado..... | 83 |
| Figura 5. Ocupación de los encuestados | 84 |
| Figura 6. Lugar de residencia..... | 84 |
| Figura 7. Calificación de los servicios turísticos del hostel Inca..... | 85 |
| Figura 8. Frecuencia de visita al hostel | 86 |
| Figura 9. Medios de obtención de información del hostel Inca | 86 |
| Figura 10. Escala de resultado de la dimensión de elementos tangibles..... | 103 |
| Figura 11. Escala de resultado de la dimensión de empatía. | 105 |

| | |
|---|-----|
| Figura 12. Escala de resultado de la dimensión de seguridad..... | 106 |
| Figura 13. Escala de resultado de la dimensión de capacidad de respuesta..... | 107 |
| Figura 14. Escala de resultado de la dimensión de fiabilidad. | 109 |
| Figura 15. Escala de resultado del análisis general de dimensiones..... | 113 |
| Figura 16. Escala de resultado en porcentajes del análisis general de dimensiones-expectativas | 114 |
| Figura 17. Calificador de atención al cliente..... | 136 |
| Figura 18. Hostal Inca, estado actual..... | 175 |
| Figura 19. Encuesta a los clientes..... | 175 |
| Figura 20. Entrevista Gerente General mediante correo institucional..... | 176 |
| Figura 21. Entrevista personal de servicio del hostal | 176 |

Índice de anexos

| | |
|---|-----|
| Anexo 1: Autorización de la empresa..... | 149 |
| Anexo 2: Oficio de designación de director del trabajo de titulación..... | 150 |
| Anexo 3: Oficio de pertinencia de directora de tesis..... | 151 |
| Anexo 4: Certificado del Abstract..... | 152 |
| Anexo 5: Ficha de levantamiento de información del hostel..... | 153 |
| Anexo 6: Fichas de levantamiento de información normativa Hostales..... | 155 |
| Anexo 7: Fichas de levantamiento de información, requisitos del hostel..... | 160 |
| Anexo 8: Análisis Interno y externo del hostel “Inca”..... | 164 |
| Anexo 9: Modelo de encuesta..... | 166 |
| Anexo 10: Entrevista al gerente general..... | 170 |
| Anexo 11: Entrevista al personal de servicio..... | 173 |
| Anexo 12: Fotografías que respaldan el proceso de investigación..... | 175 |

1. Título

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO QUE OFRECE EL HOSTAL “INCA”
DE LA CIUDAD, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”

2. Resumen

La investigación tiene como objetivo general el análisis de la calidad de los servicios que brinda el hostel Inca de la ciudad de Loja, para el cumplimiento del mismo se plantea tres objetivos específicos, el primer objetivo: “diagnosticar la situación actual del Hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”, el segundo objetivo: “evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja” y el tercero objetivo: “desarrollar un plan de mejora en la calidad de servicio turístico para el hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”.

Se tomó como objeto de estudio el hostel Inca por ser un establecimiento en el ámbito de alojamiento en la ciudad de Loja. Para lograr cumplir los objetivos se realizó una revisión de literatura para conformar un marco conceptual de los temas implicados en un análisis de la calidad de los servicios, normativas, permisos y obligaciones en base a un establecimiento turístico, así mismo se realizó un marco referencial para conocer el entorno donde se realizó la investigación y conocer las características del hostel. La metodología utilizada fue de carácter descriptiva la cual permite conocer el fenómeno para lo cual se empleó los materiales como insumos de oficina, equipos tecnológicos, recursos empresariales o institucionales además de métodos como el descriptivo, analítico y el modelo ServQual; para la recolección de información se utilizaron técnicas como la entrevista, la encuesta y la matriz FODA. Para diagnosticar la situación actual del hostel Inca se aplicó una matriz para el levantamiento de información con el fin de identificar como se encuentra el hostel en la actualidad, permitiendo recopilar información general, normativa legal del hostel Inca además de un análisis de los servicios que ofrece en base al reglamento de alojamientos turísticos emitidos por el MINTUR, se aplicó una entrevista a los principales agentes involucrados dentro del hostel, que en este caso es el gerente general y el personal del hostel.

Para evaluar la calidad del servicio se basó en el modelo ServQual con la brecha existente entre las expectativas y percepciones que tiene el cliente antes y después de recibir el servicio,

para lo cual se empleó una encuesta con 28 afirmaciones, 6 de ellas de información personal del encuestado y 22 mediante el modelo Servqual, basado en cinco dimensiones identificadas como tangibilidad, fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, para poder medir se utilizó una escala de Likert de 5 puntos. Los resultados fueron que el Hostal Inca debe: proponer un plan de fidelización para los clientes del hostal, realizar un plan de capacitación para los empleados del Hostal “Inca”, realizar manual de funciones para atención a clientes y un método para conocer la satisfacción del cliente.

Al finalizar la investigación se obtuvieron conclusiones y recomendaciones que permiten sintetizar el presente trabajo, la conclusión más significativa es que en un análisis general del Hostal, esta que las expectativas superan la percepción del cliente, con una calificación de 4,61 puntos sobre 5, mientras la percepción de 4,52 sobre 5 puntos. Se observa que la calificación de los servicios percibidos es correspondiente a muy satisfecho lo cual es bastante bueno, pero siempre se debe buscar mejorar la calidad del servicio para llegar a tener una calificación más alta y lograr la satisfacción del cliente. La recomendación más importante es que las propuestas sean tomadas en cuenta por el propietario ya que estas están enfocadas directamente a mejorar la prestación de servicios apuntando a una calidad de los que ofrece.

La investigación sirve de base para investigaciones futuras y es aplicable a cualquier establecimiento de alojamiento turísticos ya que la información obtenida es real y verificada, sirve para realizar un planteamiento más amplio sobre la calidad del servicio ofrecido por los Hostales de la ciudad de Loja para ampliarlo a establecimientos de alojamiento de diversos sectores y poder realizar comparaciones con todos los establecimientos de la zona.

2.1 Abstract

The general objective of the research is the analysis of the quality of the services provided by the Inca hostel in the city of Loja, for the fulfillment of the same three specific objectives are proposed, the first objective: To diagnose the current situation of the hostel. "Inca" in the City, Canton and Province of Loja, the second objective: Evaluate the quality of the service offered by the Hostel "Inca" of the City, Canton and Province of Loja and the third objective: Develop an improvement plan in the quality of the tourist service for the hostel "Inca" of the City, Canton and Province of Loja.

The Inca hostel is taken as an object of study for being an establishment that has been in the field of accommodation in the city of Loja for several years. In order to achieve the objectives, a literature review was carried out to form a conceptual framework of the issues involved in an analysis of the quality of services, regulations, permits and obligations based on a tourist establishment, as well as a reference framework for know the environment where the research was carried out and know the characteristics of the hostel which is being investigated. The methodology used was descriptive in nature, which allows knowing the phenomenon or process for which the materials were used as office supplies, technological equipment, business or institutional resources, as well as methods such as the descriptive and the ServQual model, for the collection of information. Techniques such as interview, survey, direct observation and SWOT matrix were used.

To diagnose the current situation of the Inca hostel, a matrix was applied to collect information in order to identify how the hostel is currently, allowing to collect general information, legal regulations of the Inca hostel, as well as an analysis of the services it offers. Based on the tourist accommodation regulations issued by MINTUR, an interview was applied to the main agents involved within the hostel. To evaluate the quality of the service, it was based on the ServQual model with the existing gap between the expectations and perceptions that the client has before and after receiving the service, for which a survey with 28 statements was used, 6 of

them of personal information of the surveyed and 22 using the Servqual model, based on five dimensions identified as tangibility, reliability, empathy, responsiveness and security, in order to measure a 5-point Likert scale was used. The results were that the Hostal Inca must: carry out a redesign of the reception area, propose a loyalty plan for the clients of the hostel, carry out a training plan for the employees of the Hostal "Inca", carry out a manual of functions for customer service . At the end of the investigation, conclusions and recommendations were obtained that allow the present work to be synthesized, the most significant conclusion is that in a general analysis of the Hostel, it is that the expectations exceed the perception of the client, with a rating of 4.61 points out of 5, while the perception of 4.52 out of 5 points. It is observed that the rating of the services received is corresponding to very satisfied, which is not bad, but it is always necessary to seek to improve the quality of the service in order to have a higher rating. The most important recommendation is that the proposals be taken into account by the owner since they are directly focused on improving the provision of services, aiming at the quality of those offered. The research serves as the basis for future research and is applicable to any establishment of tourist accommodation since the information obtained is real and verified, it serves to carry out a broader approach to the quality of the service offered by the Hostels of the city of Loja to expand it. to accommodation establishments in various sectors and to be able to make comparisons with all establishments in the area.

3. Introducción

La Organización Mundial del Turismo (2016) nos menciona que el turismo tiene una representación multisectorial y en el cual cada día es un sector cada vez más competitivo. Las normas de calidad sirven de guía para las empresas donde mejora sus operaciones y servicios otorgando un vínculo con el turismo a fin de crear una experiencia turística completa y positiva. El Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) aprobó en su reunión 103, celebrada en Málaga, propuesta por el Comité de Turismo y Competitividad de la OMT plantea que: La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso para atender todas las necesidades de productos y servicios turísticos, basado en los requisitos y las expectativas del usuario a un precio equitativo y aceptado mutuamente con factores implícitos (OMT, 2016).

El Consejo Ejecutivo de la OMT (2016) así mismo sostiene que la competitividad de un destino turístico es la capacidad del destino de utilizar sus patrimonios naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficaz para desarrollar y ofrecer productos y servicios de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de sus proyectos turísticos. Tales conceptos mencionados hacen que las experiencias de los turistas dependan de un conjunto de características en las cuales están inmersa los servicios, pero para cumplir las expectativas de los turistas es importante dar servicios de calidad, esto incluye que se realicen constantes evaluaciones para poder medir lo que piensa el turista sobre los servicios ofrecidos.

Un claro ejemplo en el mundo tenemos el Sistema de Calidad Turística de España en el cual se basa una adaptación de las Normas Internacionales de Estandarización (ISO) en la realidad turística de España creando un sistema de calidad turística propio que les proporciona a los establecimientos con un distintivo o “marca Q” a la calidad en sus procesos dentro y fuera del establecimiento.

En el Ecuador actualmente cuenta con un sistema de calidad propio donde nos permite tener una guía escrita de cómo manejar los procesos en la actividad turística, existe una iniciativa por

parte del Ministerio de Turismo Ecuatoriano en el cual trata de impartir políticas que se aplican para el cuidado ambiental, seguridad y salud, basadas en el “Sistema de Gestión de Calidad Turística”, a fin de alcanzar la certificación de los establecimientos turísticos con la “Marca Q”, otra institución encargada de la calidad es el Servicio de Normalización (INEN) el cual brinda normas y características respecto a establecimientos de alojamiento teniendo como objetivo incrementar la satisfacción del cliente mejorando la eficiencia de la empresa.

Como se mencionó, la satisfacción del cliente es un indicador muy importante, por lo cual se busca medir la calidad de un servicio, de esta manera las empresas dedicadas al servicio de hotelería, dependen de la percepción de cada cliente y las características definidas del servicio ofrecido. En el sector de alojamiento, la estabilidad en el mercado es cada vez más complicada, donde los clientes satisfechos con el servicio que reciben son un factor decisivo, en donde se busca superar las expectativas de los clientes obteniendo su fidelización. El hostal Inca es una empresa que lleva años en el sector de servicio, se mantiene aún en el mercado de alojamientos turísticos siempre trata de brindar a sus clientes servicios de calidad, actualmente existen competencia en el mercado de hostales en la ciudad de Loja ya que la misma tiene afluencia de visitantes durante todo el año, especialmente en el mes de septiembre y noviembre.

Para el cumplimiento de los mismo se utilizaron herramientas como la investigación teórica para tener un acercamiento a la realidad, el uso de la metodología ServQual, fue importante para conocer de parte de los clientes, sus consideraciones respecto de las expectativas que tenían antes de hospedarse contra las percepciones que tuvieron luego de recibir el servicio en el hostal, para con los resultados obtenidos, la investigación se contrastó en base a una construcción de un análisis de factores internos y externos, al cual con la técnica del FODA cruzado se logra generar propuestas para que los propietarios puedan planear alternativas que incrementen los niveles de calidad del servicio.

La finalidad del presente trabajo es evaluar la calidad del servicio que ofrece el hostel “Inca”, debido a que en el sector turístico y hotelero se entiende que la búsqueda de la calidad se convierte en un eje importante de los servicios que brinda una empresa turística, ya que, al poder medir la satisfacción de los clientes, la empresa puede conocer cuál es la expectativa, y percepción, y con ello determinar si sus necesidades son cumplidas de la manera adecuada al cual espera el cliente.

Finalmente, el objetivo general de esta investigación fue **“Analizar la calidad del servicio del hostel Inca de la ciudad, cantón, y provincia de Loja”**, además de los objetivos específicos; **“Diagnosticar la situación actual del Hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”**, **“Evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”** y **“Desarrollar un plan de mejora en la calidad de servicio turístico para el hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”**.

Indiscutiblemente, la calidad de servicio y en especial el éxito en su gestión, constituye un aspecto fundamental para incrementar la capacidad competitiva y el beneficio económico, y por consiguiente conseguir responder a las nuevas exigencias y expectativas de los clientes y garantizar el éxito empresarial.

Además, que también es una herramienta que permite mejorar la gestión administrativa empresarial, aporta al fortalecimiento de la imagen del destino local, en particular.

Los alcances de la investigación están enfocados directamente a la empresa, considerando esta propuesta como beneficio para la empresa en cuanto a las mejoras en la atención al cliente por parte del personal, así como aumentar la rapidez de los servicios prestados.

Las limitaciones de la investigación fue la escasa afluencia de clientes en el hostel, debido a la pandemia COVID-19, para poder aplicar las encuestas, por lo que se tuvo que ir varios días hasta poder concluir las, y que al momento de aplicar la evaluación a los clientes exista mala disposición de ayudar a la encuesta y esta sea llenada de forma errónea o al azar.

4. Marco Teórico

4.1. Marco Conceptual

Para dar una orientación científica a la investigación, se establecen una variedad de conceptualizaciones derivadas de la temática de calidad en el servicio.

4.1.1. Hotelería

La globalización económica, los avances tecnológicos, los mejores medios y vías de comunicación y una mayor disponibilidad de recursos y de tiempo libre, han originado una tendencia creciente a la actividad turística a nivel mundial en los últimos años. De igual manera, se ha presentado un importante crecimiento de la infraestructura y los servicios turísticos en diferentes países, lo que ha generado una fuerte competencia entre los destinos turísticos (Santamaría, 2018, p. 2).

Desde la prehistoria, el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías. Siglos después, en los caminos fueron surgiendo una serie de posadas en las que el viajero podía alojarse con sus caballos y comer a cambio de dinero. Estos establecimientos se caracterizaban por las precarias condiciones sanitarias que ofrecían, ya que solían alojar a los huéspedes en los establos junto con el ganado. A la vez, se les ofrecía servicio de comidas (Santamaría, 2018).

Pero es a raíz de la Revolución Industrial, cuando los medios de transporte experimentan una vertiginosa evolución, que las personas empiezan a desplazarse masivamente de un lugar a otro. En un principio, los viajes están destinados sólo a comerciantes y a las clases más adineradas, que empiezan a salir de vacaciones fuera de sus ciudades y exigen unos establecimientos de acorde a sus posibilidades. Y para que todo esto sea posible, es necesario el surgimiento de una serie de establecimientos donde los viajeros puedan comer y pernoctar, es el nacimiento del hotelería propiamente dicho. En un principio surgen hoteles y restaurantes

de lujo al alcance de las clases acomodadas que cobran unas tarifas que son imposibles de pagar para los demás, pero con el surgimiento de la sociedad del bienestar, comienzan a surgir otros lugares más modestos y al alcance de todos los bolsillos (Santamaría, 2018).

Actualmente casi todas las personas que viven en países desarrollados tienen acceso a viajar y alojarse en establecimientos dignos, lo que ha dado lugar a la creación de una de las industrias más poderosas del mundo: el turismo que está íntimamente relacionado con la hostelería. Se puede encontrar en cualquier sitio establecimientos hosteleros de todo tipo y la competencia del mercado es tan fuerte, que repercute en que las tarifas se hayan ido abaratando en beneficio de los usuarios. Se trata de un sector que da trabajo a una gran parte de la población (Santamaría, 2018).

4.1.1.1 Historia de la Hotelería.

La forma de hospedarse y alimentarse en la actualidad es el resultado de una evolución social y cultural de muchos siglos hasta llegar a ser las grandes industrias que conocemos hoy en día, en un principio estos servicios eran solo para las personas con recursos económicos altos que optaban por estos privilegios y con el pasar de los años se expandió el uso para el uso común de todas las personas, este cambio fue generado por el progreso en la transportación permitió a más gente viajar distancias más largas a un costo más bajo, y el turismo se desarrolló en todo el mundo generando la necesidad de hospedarse y alimentarse se desarrolla también estas industrias (Ludeña Reyes, 2016).

En sus inicios el crecimiento del alojamiento y el turismo fue muy desarrollada, convirtiéndose en las industrias más grandes de todo el mundo y siendo la industria del hospedaje más compleja y diversa. A partir de los albergues de los tiempos bíblicos hasta los novedosos resorts actuales, el perfeccionamiento del establecimiento para hospedaje ha influido en, y a su vez ha sido influida por, los cambios sociales, económicos, culturales, y políticos de la sociedad en el pasar de los años (Ludeña Reyes, 2016).

La industria de alojamiento nació en un principio por pequeños negocios independientes dirigidos en familia y pasando con la revolución industrial a convertirse en algo más complejo. En Inglaterra se contrastó la era del crecimiento de la industria hotelera ya desde antes de los años 70 existían vínculos políticos y económicos del desarrollo de las empresas, principalmente las cadenas hoteleras como ejemplo en 1953 se construyó el primer alojamiento con 104 camas, y para el año de 1968, en el mes de julio se comenzó a clasificar hoteles por estrellas (Ludeña Reyes, 2016).

Las primeras cadenas hoteleras nacieron mediante acuerdos entre hoteles cuando ya terminaba la segunda guerra mundial y en los avances podremos señalar la necesidad de racionalizar la gestión de los establecimientos y optimizar los rendimientos con una inversión elevada de construcción y gestión de los establecimientos hoteleros. Las tres primeras y principales cadenas que fueron: Statler, Hilton y Sheraton (Ludeña Reyes, 2016).

4.1.2. Hospedaje

Local destinado a prestar el servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en sus habitaciones o departamentos, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento de hospedaje. El establecimiento puede incluir oficinas administrativas del establecimiento de hospedaje (MINCETUR, 2018).

4.1.3. Servicio.

Según Stanton, un servicio lo define como el conjunto de prestaciones anexas que acompañan a la prestación principal, la cual puede ser un producto tangible. En términos generales, los servicios son acciones, procesos y ejecuciones, por lo tanto, las empresas y organizaciones deben prestar atención a los servicios que están entregando, pues en ellos radica la diferenciación que marcará la Satisfacción Usaria, sobre la base de cuatro características consideradas básicas, (Bustamante, 2019)

4.1.4. Calidad.

Proporcionar de manera eficiente productos y servicios que cumplan o superen las expectativas del cliente.

Mayor valor añadido para el cliente.

Medir continuamente las mejoras en los procesos y servicios al cliente.

Actuar de acuerdo a lo acordado y reportar los fallos.

Hacer lo correcto, en el momento correcto, de la forma correcta, con las personas adecuadas.

Asegurarse de que vuelvan los clientes y no los productos.

Brindar el mejor valor a los clientes mediante la mejora de las actividades y del proceso cada día.

Más allá de entregar lo que el cliente desea, anticipar lo que el cliente va a querer cuando éste conozca las posibilidades.

Brindar valor al cliente en toda la organización a través de productos, servicios y soportes de primera.

Cumplir y superar las expectativas de los clientes, empleados y grupos relevantes de la comunidad (Bustamante et al., 2019).

4.1.5. Características del servicio.

- **La intangibilidad**

El consumidor necesitará probar el servicio para comprenderlo; por consiguiente, debe asumir un cierto nivel de riesgo al usarlo. Además, no puede transportarse, por lo que el consumidor debe ser traído hacia el productor. Por todo ello, la selección del prestador del servicio se realiza por su reputación, por las experiencias previas o por el consejo de profesionales o, al menos, personas no interesadas (Ballina, 2017).

- **La heterogeneidad**

La heterogeneidad supone que cada experiencia de servicio es única. El servicio va a cambiar de una empresa a otra, de un usuario a otro, incluso de un momento a otro. La heterogeneidad se produce por la variabilidad en la ejecución del servicio entre distintos profesionales que lo realizan, dependiendo del profesional que corresponda a cada cliente, de su disposición o actitud ante la realización del servicio (Ballina, 2017).

- **La inseparabilidad**

La inseparabilidad conlleva que el servicio primero se adquiere y luego se produce, coincidiendo el momento de producción con el de uso o consumo. Muchos servicios exigen de la participación directa del consumidor en el momento de la ejecución de los mismos, otorgando una cierta influencia, difícilmente controlable, de la actitud y cooperación que este tenga respecto al servicio en general, o al profesional prestador del mismo, en particular (Ballina, 2017).

- **La caducidad**

La caducidad viene impuesta por la imposibilidad de almacenar los servicios, servicio no prestado producto perdido. Esta característica hace a las empresas de servicios especialmente sensibles a las fluctuaciones de la demanda, que traen, inexorablemente, pérdidas en situaciones de demanda baja e imposibilidad de aumentar la cantidad vendida en las de demanda alta (Ballina, 2017).

- **La propiedad**

La propiedad de los servicios no existe hasta que los mismos no se prestan y se cobran; por tanto, hay una ausencia de propiedad total que complica las transacciones propiamente dichas (Ballina, 2017).

4.1.6. Servicios turísticos.

El autor Ramírez, (2017), define al servicio turístico como: “el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma

armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística” (Antonietti, 2017)

“Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones” (Antonietti, 2017).

“El servicio turístico está directamente mandado a satisfacer la corriente turística, cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, para así satisfacer la demanda turística en cualquier ámbito hotelero o no hotelero” (Antonietti, 2017).

4.1.7. Cliente

De acuerdo al autor Thompson (2009), define al cliente como: “la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Parra, 2013).

4.1.8. Servicio al cliente

Por su parte, Montoya y Boyero (2013), definen el servicio al cliente como: “un conjunto de acciones que un proveedor brinda a su clientela, con el fin de lograr que ese servicio que recibe, signifique una diferenciación con el resto de las organizaciones que ofrecen servicios similares. El mismo se logra a través del mejoramiento de los distintos aspectos que participan en ese proceso para satisfacer al cliente” (García, 2016).

4.1.9. Satisfacción del cliente

Uno de los principales objetivos de toda empresa u organización es lograr cubrir las necesidades o requerimientos establecidos por los clientes. Los clientes satisfechos compran

de nuevo y les cuentan a otros individuos sobre sus buenas experiencias. Kloter & Armstrong, (2012), los clientes insatisfechos con frecuencia se van con los competidores y desacreditan el producto ante los demás.

Se establece una relación directa entre empresa – cliente, siendo el factor determinante la capacidad de la empresa para responder aceptablemente a sus clientes en términos de productos y servicio cargados de calidad, lo que básicamente es satisfacer cumpliendo las expectativas de los clientes. (Borja et al., 2017).

Prieto, (2010), expresa que la satisfacción del cliente es importante porque es la única manera como una compañía puede crecer y sobrevivir; porque el cliente satisfecho vuelve a comprar y nos recomienda; porque es la forma de obtener ingresos para pagar los salarios; porque con la actitud frente al cliente creamos un compromiso personal y porque el servicio es la gran diferencia en el mercado.

4.1.10. Calidad de servicio

La calidad del servicio es la percepción que tienen los usuarios sobre la correspondencia entre el desempeño y las expectativas de la experiencia de servicio. La calidad de servicio constituye la diferencia o discrepancia que existe entre los deseos de los clientes y la percepción del conjunto de elementos cualitativos y cuantitativos de un producto o servicio principal. Se denomina calidad del servicio a la dirección y grado de discrepancia entre la percepción del cliente y sus expectativas en términos de las dimensiones de la calidad del servicio que pueden afectar el comportamiento futuro de los consumidores (Bonilla, Guerrero, & López, 2018).

4.1.11. Determinantes de la calidad de servicio

- **Tangibles**

Incluyen el estado de facilitar bienes, es decir, la condición física de los edificios y el medio ambiente, el aspecto del personal, y el estado del equipo.

- **Personalización**

La disposición y capacidad para ajustar el servicio para satisfacer las necesidades del cliente.

- **Acceso**

La facilidad de cercanía y contacto.

- **Comunicación**

Mantener informados a los clientes sobre el servicio en un idioma que puedan entender y escuchar.

- **Cortesía**

El respeto, la consideración y amabilidad se muestra a los clientes por el personal de contacto.

- **Competencia**

Los empleados deben poseer las habilidades necesarias, el conocimiento y la información para realizar el servicio con eficacia.

- **Credibilidad**

La medida en que se cree que el servicio de confianza. El nombre del proveedor de servicios y la reputación, y los rasgos personales de los empleados de primera línea, todo ello contribuye a la credibilidad.

- **Confiabilidad**

La capacidad de proporcionar el servicio prometido a tiempo, de forma precisa y fiable.

- **Sensibilidad**

La capacidad de hacer frente eficazmente a las quejas y la rapidez del servicio.

- **Costo**

Constituye el precio pagado por el servicio. Cada tipo de servicio puede tener diferentes determinantes que pudieran ser considerados como críticos para la empresa. La percepción de la calidad y la posterior evaluación del servicio se dan respecto a los determinantes que se consideran más significativas para el cliente en cada momento de la verdad, es decir donde

ocurre la interacción. En definitiva, la calidad del servicio se ve directamente influenciada por el servicio esperado y el servicio percibido. Por lo que, si los servicios son recibidos como eran de esperar, la calidad del servicio será satisfactoria, además, si los servicios recibidos superan las expectativas de los clientes éstos estarán encantados, y percibirán la calidad del servicio como excelente (Bonilla, Guerrero, & López, 2018).

4.1.12. Importancia de la calidad de servicio

La calidad y el servicio según el autor Florez (2021), “les da valor a las organizaciones y las posiciona en lo más alto. Hay personas u organizaciones que le prestan atención a este tema y hay quienes no. Aquellos que lo hacen, están triunfando, porque han entendido que atender a un cliente va más allá de venderle un producto u ofrecerle un servicio, es darle calidad y servirle de acuerdo con sus necesidades, es darle valor agregado. Y, aquellos que no lo hacen, simplemente se ven motivados por la meta de ganar mucho dinero y no por ofrecerle al cliente la satisfacción de una necesidad con calidad”.

Es por esto que: “el servicio es una de las cosas más trascendentales junto con la calidad dentro de una organización, porque es esto lo que hace que una empresa mantenga su estatus y lo eleve, debido a su gran esfuerzo por mantenerse en un ambiente lleno de ganancias de calidad para sus clientes, tanto internos como externos. Es esto, lo que conlleva a tener un correcto servicio y clientes complacidos que se mantendrán fieles y constantes en sus compras, gracias a la magnífica atención y los numerables beneficios que se les ofrecen como valor agregado” (Florez, 2021).

4.1.13. Medición de la calidad de servicio.

- **Modelos de medición de la calidad**

De acuerdo con Santomá y Costa (2012), los principales estudios de medición de calidad son los siguientes:

a) Grönroos (1982, 1988) De acuerdo a este autor, la calidad percibida por el cliente se forma de tres grandes aspectos:

- La calidad técnica. - Representa el servicio que los clientes recibieron como resultado del proceso de adquisición. Su carácter es objetivo.

- La calidad funcional. - Tiene que ver con la forma en cómo se presta el servicio y la forma o experiencia que el cliente percibe de ella. Se relaciona directamente con la forma en la que los empleados hayan entregado el servicio al cliente.

- La imagen de la organización. - Tiene que ver con la imagen que el cliente tiene de la empresa en sí, sea en base a experiencias previas o por la comunicación que la empresa haya emitido hacia el cliente. Este modelo de medición de la calidad del servicio se enfoca en el concepto de calidad de servicio sin entrar a buscar evidencias empíricas que lo soporten, razón por la que no ha sido muy aplicada por los investigadores.

b) Parasuraman, Zeithmal y Berry (1985, 1988) – Servqual Pioneros de la escuela norteamericana de la calidad del servicio, proponen un modelo de calidad del servicio que lo denominan Servqual. Tomando en consideración que el servicio no se puede evaluar a través de medidas objetivas como en el caso de productos, estos autores propusieron medir la calidad del servicio por medio de 22 preguntas que midan tanto las expectativas como las percepciones, analizando variables como elementos tangibles, de fiabilidad, capacidad de respuesta, de seguridad y de empatía. Mayor será la calidad si mayor es la diferencia entre la percepción y la expectativa de los servicios recibidos.

c) Cronin y Taylor (1992) – Servperf El modelo Servperf, surge cuando los autores mencionados, consideraron que el método Servqual no es el más apto para medir la calidad del servicio, ya que, según su criterio, solo deberían ser consideradas las percepciones de los clientes para tal fin sin incluir las expectativas. El nombre se debe a que este modelo de medición presta gran y exclusiva atención a la valoración del desempeño (Service Performance) como medida de calidad del servicio. Utiliza los mismos ítems que el Servqual, con la diferencia

que elimina la parte referente a las expectativas de los clientes, reduciendo el cuestionario a la mitad de las preguntas.

- **Modelo Servqual**

De acuerdo a Parasuraman, Zeithaml y Berry (2011), el modelo de Servqual permite la identificación de las cinco dimensiones básicas que permiten la caracterización de un servicio, identificadas como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, a más de la discusión de sus propiedades y aplicaciones potenciales derivadas.

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

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

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

- Empatía. - Se relaciona con la capacidad del empleado por comprender las emociones de los clientes y atenderlos de forma personalizada e individualizada (Bonilla, Guerrero & López, 2018:171).

- **Importancia del Método SERVQUAL**

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

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

4.1.14. Matriz FODA

Estas siglas provienen del acrónimo en inglés SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, threats); en español, aluden a fortalezas, oportuidades, debilidades y amenazas. El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportuidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada (Sarli, Gonzalez, & Ayres, 2015).

- **Fortalezas**

Una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización como un logro que brinda esta o una situación favorable en el medio social (Sarli, González, & Ayres, 2015).

- **Oportunidades**

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones (Sarli, González, & Ayres, 2015).

- **Debilidades**

Una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente (Sarli, González, & Ayres, 2015).

- **Amenazas**

Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales (Sarli, González, & Ayres, 2015).

4.1.15. Análisis entorno interno (análisis de fortalezas y debilidades)

Una empresa puede percibir oportunidades atractivas en el entorno, pero debe tener las competencias necesarias para conseguir el éxito con relación a dichas oportunidades. Cada área de negocio tiene que analizar periódicamente sus puntos fuertes y débiles. La dirección o un consultor externo debe revisar las competencias de la empresa en las áreas de marketing, finanzas, producción y organización” (Kotler et al., 2016).

4.1.16. Microentorno de la empresa

Al respecto, Taípe Yáñez & Pazmiño (2015), indican que: “el microentorno está constituido por fuerzas o factores de influencias más próximas o cercanas a la empresa, en general se trata de

organizaciones que tienen algún tipo de relación con la empresa. Entre los componentes que integran el microambiente están: la competencia, los proveedores, los clientes y los públicos (grupos de interés). Son fuerzas o factores que tienen intereses externos y por lo tanto influyen en el desarrollo de las actividades de la empresa, estas fuerzas o factores están a expectativas del crecimiento de la empresa tanto estructurales como en su mercado”.

4.1.16.1 Empresa

Según el autor Gómez (2016), “la empresa tiene como objetivo la consecución de un beneficio a través de la satisfacción de las necesidades del mercado que se concreta en el ofrecimiento de productos (empresa agrícola o sector primario, industrial o sector secundario, servicios o sector terciario), con la contraprestación de un precio (Pincay Morales & Parra Ferié, 2020).

4.1.16.2 Competidores

La empresa para, incrementar la participación en el mercado el cual está atendiendo, debe analizar las oportunidades, al considerar la posibilidad de otorgarse nuevos clientes, al expandirse en este mercado, y esto lo logrará si incursiona antes que sus competidores al entrar con sus productos o servicios en este mercado en expansión. La empresa debe analizar a la competencia para identificar y definir la estrategia de marketing que garantice la satisfacción de sus clientes al generar productos o servicios de calidad y a precios asequibles (Taipe Yáñez & Pazmiño, 2015)

4.1.16.3 Proveedores

Los proveedores, son: “las empresas u organizaciones que entregan a la empresa los recursos necesarios para la producción de bienes o servicios, como: energía, servicios e información a la empresa. Los proveedores ofrecen recursos humanos, tecnológicos, financieros, materiales. Los proveedores son fuerzas o factores que influyen en las actividades de la empresa, debido a que proporcionan los recursos necesarios para que la empresa pueda producir bienes y entregar servicios” (Taipe Yáñez & Pazmiño, 2015)

4.1.16.4 Grupos de interés

Los grupos de interés son: “organizaciones que tienen interés o preocupación por las actividades de la empresa y de las otras organizaciones del microentorno” (Taípe Yáñez & Pazmiño, 2015)

4.1.17. Análisis del entorno externo

El director de negocio sabe qué partes del entorno debe controlar si quiere lograr los objetivos planificados. En términos generales, una unidad de negocio tiene que controlar las fuerzas clave del macroentorno (demográficas, económicas, tecnológicas, político legales y socioculturales), así como las fuerzas significativas del microentorno (clientes, competidores, canales de distribución, proveedores), que afectan a su capacidad de conseguir beneficios en el mercado” (Kotler et al., 2016)

4.1.18. Macroentorno de la empresa

El macroentorno de la empresa está conformado por fuerzas o factores externos que actúan o influyen sobre todo el microambiente. Se pueden identificar seis fuerzas o factores importantes que deberá analizar como: fuerzas o factores económicos, tecnológicos, político-legales, naturales, demográficos y socio-culturales, aspectos fundamentales que influyen en las actividades diarias de la organización (Taípe Yáñez & Pazmiño, 2015)

4.1.19. Análisis PESTEL.

El análisis PESTEL (o PESTLE) es un instrumento de planificación estratégica para definir el contexto de una campaña. Analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir en la campaña. Al estudiar los distintos factores, es importante tener en cuenta que diversos factores pueden afectar de forma diferente y en diferente grado a mujeres y hombres y niños y niñas.

Los factores políticos tienen que ver con la vida política de su contexto en los niveles pertinentes para su campaña.

Los factores económicos pueden incluir cuestiones relacionadas con la pobreza, el desarrollo económico y el acceso a los recursos, y las distintas formas en que afectan a mujeres y hombres.

Los factores sociales incluyen oportunidades y desafíos relacionados con las distinciones sociales.

Los factores tecnológicos tienen que ver con la disponibilidad de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para su campaña y el grado en que su público destinatario las utiliza.

Los factores jurídicos se refieren a las leyes relativas al tema de su campaña y su aplicación y, en general, a la VCM y los derechos de la mujer.

Los factores ambientales guardan relación con el medio ambiente, como los efectos del cambio climático, que pueden afectar a la VCM.

La utilización del análisis PESTEL nos ayuda a entender y mejorar, identificando los factores del entorno general. Es una herramienta básica para poder definir estratégicamente el camino que deben tomar hoy nuestros negocios y proyectos. Se lleva a cabo antes de la DOFA o FODA en el marco de la Planificación estratégica (ONU, 2018).

4.1.20. SPSS Statistics

SPSS pertenece, en la actualidad, a IBM SPSS Statistics¹, que es un conjunto de programas computacionales para el análisis estadístico. Sin embargo, el programa no fue creado por esta empresa. Fueron los científicos sociales Normal H. Nie, C. Hadai Hull y Dale H. Bent los que decidieron desarrollar un software con el objetivo de convertir datos estadísticos en información útil a la hora de tomar decisiones. Y fue así como crearon el mejor software estadístico hasta la fecha.

SPSS son las siglas de Statistical Package for the Social Sciences (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales). Es decir, SPSS es una aplicación de análisis estadísticos de datos (aplicados, como su propio nombre indica, a las ciencias sociales).

El programa tiene ya más de 30 años de existencia y, en la actualidad, ha alcanzado difusión a nivel mundial. Gracias a su intuitiva interfaz gráfica, este programa se hace fácil de utilizar frente a otras herramientas de análisis de datos.

Este software proporciona a los investigadores herramientas que permiten consultar datos y formular hipótesis de forma rápida, ejecutar procedimientos para aclarar las relaciones entre variables, identificar tendencias y realizar predicciones.

SPSS es, también, una herramienta muy versátil. Permite realizar hojas de cálculos, gestionar bases de datos para procesarlos de modo dinámico y, aspecto muy interesante, realizar informes personalizados (Souto Grande, 2020).

4.1.21. Mejora del servicio.

“El proceso de mejora comienza por la identificación de los aspectos críticos y de los errores cometidos que disminuyen la calidad. Es preciso mantener la perspectiva del cliente. Para ello se requiere evaluar constantemente. En el servicio es tan importante como el producto y el proceso de entrega. Es por tanto esencial la formación y motivación de los empleados, y su orientación hacia un servicio excelente” (Lira Mejía, 2009).

4.1.22. Plan de mejora.

“El plan de mejora es un proceso que se utiliza para alcanzar la calidad total y la excelencia de las organizaciones de manera progresiva, para así obtener resultados eficientes y eficaces. El punto clave del plan de mejora es conseguir una relación entre los procesos y el personal generando una sinergia que contribuyan al progreso constante” (Proao Villavicencio et al, 2017)

4.1.23. Estructura del plan de mejora.

De acuerdo al (MINTUR, 2018) indica que: “el propósito de un plan de mejoras es establecer las diferentes observaciones levantadas durante el proceso de implementación del programa o sistemas de gestión, planteando acciones de mejora y responsables, a fin de visibilizar el

cumplimiento de las soluciones en los tiempos pertinentes. Con alcance en las diferentes áreas e integrantes de la empresa.

Responsables operativos: Personal encargado o responsable de las acciones correctivas. Esta herramienta está enfocada al diagnóstico de situaciones problemáticas de la empresa y su medida de corrección”. a su vez el procedimiento es el siguiente:

- **Identificación de problemas**

“Se describirán los problemas u observaciones levantadas permitiendo a cualquier miembro del establecimiento comprenderlo”.

- **Planteamiento de soluciones**

“Se establece la solución para responder a los problemas identificados”.

- **Determinación de responsable**

“Definir la persona responsable en realizar lo establecido en la solución y responder al problema identificado”.

- **Definición de recursos**

“Establecer los recursos que se utilizarán para cumplir con la solución”.

- **Definición de fechas de cumplimiento**

La fecha escogida debe estar acorde a la acción planteada, es importante colocar plazos pertinentes para las acciones inmediatas, se debe considerar aspectos de presupuesto, disponibilidad de recurso humano entre otros aspectos propios de la empresa” (MINTUR, 2018).

4.1.24. Estrategias.

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

éxito. En definitiva, la estrategia es necesaria para mantener el desempeño de la organización y debe ser motivadora, informativa y debe estimular el cambio (Escuela Europea de Excelencia, 2015).

- **Estrategias de mejoramiento de calidad**

La implantación de una estrategia, puede ser en base a tres criterios:

- Implantación por medio de la estructura
- No existe una única estructura para todas las empresas, se tiene que analizar cuál es la mejor estructura para nuestra estrategia. Independientemente de la estrategia de servicio, de acuerdo a Berry (1996), se necesita una estructura que facilite lo siguiente:
 - Liderazgo cultural para el mejoramiento continuo del servicio.
 - Orientación y coordinación de las iniciativas para mejorar el servicio.
 - Soluciones o recomendaciones relativas al problemas específicos de la calidad del servicio.
 - Prestación del servicio que satisfaga o supere las expectativas de los clientes día tras día.
- Implantación por medio de la tecnología

De acuerdo a Berry (1996) la estrategia de servicio debe ser la base de la estructura de la organización, también debe determinar cómo se debe utilizar la tecnología. La tecnología es una herramienta un medio para lograr la estrategia deseada.

La tecnología se puede aplicar:

- Los materiales
- Los métodos
- La información, el éxito de la tecnología depende de la mano que maneja la herramienta.
- Implantación por medio de los empleados:
 - Competir por talento
 - Desarrollar habilidades y conocimientos
 - Facultar a los empleados para que puedan servir
 - Trabajar en equipo

- Evaluar el desempeño y premiar la excelencia (Universidad de las Américas Puebla, 2018).

4.2. Marco Referencial

4.2.1. Investigación sobre calidad de servicio.

Tabla 1. *Investigación de referencia Hotel Los Portales*

| | |
|-------------------------------------|--|
| Título de la investigación | Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. |
| Autor | Viviana Cueva Trelles |
| Lugar y año | Piura-Perú-2015 |
| Objetivo de la investigación | <p>Evaluar la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones.</p> <p>Dar a conocer la escala ServQual, una nueva metodología para medir la calidad de servicio, muy utilizada en el mundo de servicios, pero poco aplicada en nuestro país, y junto con ello, aplicar dicha metodología a una típica empresa de servicios, de modo que se pueda determinar el grado de satisfacción de los clientes y pueda servir de herramienta a los directivos para implementar prácticas de mejora.</p> |
| Metodología empleada | <p>Se realizó una búsqueda de información y de conceptos sobre calidad para tener mejores recursos conceptuales.</p> <p>Se diseñó el cuestionario un cuestionario con 23 preguntas en base al modelo ServQual tomando en cuenta las dimensiones de Tangibilidad, empatía, capacidad de respuesta, seguridad y confiabilidad.</p> <p>Se determinó una muestra de 48 habitaciones, la aplicación de las encuestas se llevó a cabo a fines del mes de noviembre de 2012 durante tres semanas. Este periodo corresponde a parte de la temporada media-alta.</p> <p>Se facilitó el cuestionario con 23 ítems con una escala de Likert de 1-5 puntos para calificar por los huéspedes del hotel al momento del check out o en algún momento de descanso que tuvieran en las instalaciones del hotel. Al entregarles el cuestionario, se les dio una breve descripción de la intención del estudio y se solicitó su colaboración para rellenar el cuestionario.</p> <p>Para el desarrollo de la metodología SERVQUAL se cuenta con los resultados completos de 48 habitaciones, los cuales fueron analizados estadísticamente para determinar el valor del gap 5 entre la calidad esperada y la percibida del servicio del servicio prestado en el hotel. Así también, se busca determinar la relación que tienen las características demográficas y de frecuencia de los huéspedes en la percepción de la calidad de servicio.</p> |

| | |
|------------------------------------|--|
| | <p>Análisis de los ítems del cuestionario se calculó el gap 5 entre la calidad esperada y la percibida en cada una de las preguntas del cuestionario, se calculó los promedios de cada pregunta con sus respectivas desviaciones estándar por medio del gap 5 (Percepción- Expectativa).</p> <p>Las brechas permiten concluir acerca de la calidad de servicio que se ofrece a los clientes. Si el valor de la brecha es positivo, se puede concluir que las expectativas de los usuarios fueron superadas, y mientras más positiva sea la brecha, más sorpresa se generó en el cliente. En el caso contrario, en que la brecha tiene un valor negativo, se deduce que el cliente esperaba más acerca de su experiencia que lo que en realidad percibió o recibió.</p> <p>Los resultados fueron expuestos estadísticamente, a través de gráficos en base al modelo ServQual, análisis de fiabilidad y mapa de posicionamiento.</p> |
| <p>Resultados obtenidos</p> | <p>La mayoría de los puntajes estaban por encima de 4 puntos, esto se debe a que, en promedio, los clientes son bastante exigentes con lo que esperan recibir.</p> <p>Entre las preguntas que más se relacionan con la calidad global se relacionada a la rapidez con que funcionan los distintos servicios, y el compromiso por cumplir algo que se ha prometido al huésped del hotel; el personal está realizando un excelente trabajo y la confiabilidad.</p> <p>Las aseveraciones relacionadas con el personal del hotel también presentan resultados que indican una fuerte correlación con la satisfacción global del hotel. El personal en general es calificado con muy altas valoraciones en las tres secciones. Por su alta correlación con la calidad global, es necesario mantener este buen performance, continuando con un cuidado proceso de selección, capacitación constante e incentivos por buenas prácticas.</p> <p>Las preguntas relacionadas a la seguridad no presentan correlación con la pregunta global, ninguna de ellas. Se podría afirmar entonces que la seguridad que sienten los clientes en el hotel no influye de forma directa en la satisfacción global.</p> |

Fuente: Cueva Trelles Viviana 2015

Elaboración: Jessica Vargas

Tabla 2. *Investigación referencial del Caso Blue House Youth Hostel*

| | |
|-------------------------------------|--|
| Título de la investigación | “Estrategias de mejoras para la calidad del servicio hotelero. Caso Blue House Youth Hostel and Bar, Distrito Metropolitano de Quito, año 2019”. |
| Autor | Mishel Pamela Cumba Maldonado |
| Lugar y año | Quito – Ecuador, 2020 |
| Objetivo de la investigación | <p>Objetivos generales Proponer estrategias de mejoras para la calidad del servicio hotelero en Blue House Youth Hostel and Bar.</p> <p>Objetivos específicos Evaluar las expectativas y percepciones de los huéspedes sobre el servicio ofrecido por Blue House Youth Hostel and Bar, año 2019.</p> <p>Determinar las percepciones del personal sobre la calidad de servicio ofrecido por Blue House Youth Hostel and Bar, año 2019.</p> <p>Analizar la calidad de servicio ofrecido por Blue House Youth Hostel and Bar con base al Modelo SERVQUAL.</p> <p>Definir estrategias basadas en la calidad de servicio hotelero en Blue House Youth Hostel and Bar</p> |
| Metodología empleada | La investigación está enmarcada en el paradigma positivista, con cuantitativo, ya que el objeto de estudio posee características que lo hacen observable, medible y cuantificable, la herramienta que utilizó para la recolección de datos es la encuesta del Modelo SERVQUAL, mediante la medición numérica y el análisis estadístico. El tipo de investigación es descriptiva. |
| Resultados obtenidos | <p>Las dimensiones tienen un promedio de 6, equivalente a 85,71% del rango del porcentaje de satisfacción del cliente, lo cual indica que el cliente está satisfecho con estas. El promedio general de percepciones tiene 6 lo que equivale a 85,71% del rango de porcentaje de satisfacción del 0-100 en la escala Likert, tal, lo cual es indicativo de un rango satisfactorio según la percepción del cliente el promedio general de expectativas de los huéspedes fue de 6,36, lo que establece que estos tienen un rango alto para satisfacer sus necesidades y deseos</p> <p>Los resultados indican que la dimensión que presenta mayor brecha entre las expectativas y percepciones de los huéspedes es elementos tangibles con una brecha resultante de -1, Además, otra de las dimensiones donde se presenta una brecha de -0,80 entre las expectativas y percepciones de los huéspedes es fiabilidad. Por otra parte, las dimensiones capacidad de respuesta, seguridad y empatía no presentan brechas, lo que significa que el servicio recibido igualo al servicio esperado, es decir, los huéspedes están totalmente satisfechos en estos aspectos de la calidad de servicio del establecimiento.</p> <p>Para calcular la calidad de servicio ofrecida por Blue House Youth Hostel, según el punto de vista de los huéspedes alojados durante el mes de marzo 2019, ha restado el promedio general de</p> |

| | |
|--|---|
| | percepción y expectativa que ha dado un resultado de -0,36, lo cual significa que el nivel de calidad de servicio del establecimiento está por debajo de la calidad esperada. |
|--|---|

Fuente: Álvarez y Pacheco, 2016

Elaboración: Jessica Vargas

Tabla 3. Investigación referencial de la hostería Aguamanía

| | |
|-------------------------------------|---|
| Título de investigación | Análisis de la calidad del servicio que presta la hostería Villa ficus de la empresa Aguamanía cía. Ltda., del cantón Catamayo, provincia de Loja |
| Autor | María Fernanda Benítez Chiriboga |
| Año | 2019 |
| Objetivo de la investigación | <p><i>Objetivos generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar la calidad del servicio en la Hostería Villa ficus de la empresa Aguamanía Cía. Ltda., del cantón Catamayo, provincia de Loja <p><i>Objetivos específicos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Diagnosticar la situación actual de la Hostería Villa ficus de la empresa Aguamanía Cía. Ltda. Evaluar la calidad de servicio que ofrece la Hostería Villa ficus de la empresa Aguamanía Cía. Ltda. Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de la Hostería Villa ficus de la empresa Aguamanía Cía. Ltda. |
| Metodología empleada | <p>Esta investigación ha utilizado los métodos analíticos, sintético, inductivo, deductivo, descriptivo, y el Modelo Servqual, utilizado para el análisis externo del lugar a través de la percepción del usuario, midiendo la calidad de los servicios que presta la hostería.</p> <p>Para determinar la importancia de cada ítem, se maneja una escala de Likert del 1 al 7, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente está en total desacuerdo, y 7 representa el puntaje más alto, es decir, cuando el cliente está muy de acuerdo con la pregunta.</p> <p>De acuerdo a las necesidades de la empresa, se modificó el método estructurando cinco ítems adicionales, tomando como principal punto la percepción de los clientes en una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 significa MUY INSATISFECHO, y 5 MUY SATISFECHO de acuerdo con cada pregunta.</p> |
| | Propusieron como dimensiones subyacentes integrantes del constructo <<calidad del servicio>> los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Tras la aplicación de la encuesta se ha comprobado que el 64,50% de los clientes se encuentran de acuerdo con los servicios percibidos en el establecimiento, mientras que el 30,78% de los |

| | |
|-----------------------------|---|
| Resultados obtenidos | <p>clientes consideran que la empresa cuenta con falencias en las cuales se necesita de intervención.</p> <p>Presenta estrategias que intervienen en el mejoramiento de la calidad del servicio frente a los resultados de la investigación realizada.</p> <p>La matriz de estrategias, ha permitido identificar seis propuestas de solución en cuanto a la mejora de la calidad de los servicios que se ofertan en el establecimiento y a su vez que los beneficios sean para los clientes tomando en cuenta sus requerimientos,</p> |
|-----------------------------|---|

Fuente: Repositorio Universidad "UNL.

Elaboración: Jessica Vargas

4.3. Marco Legal

4.3.1. Constitución de Ecuador.

En la constitución de la República del Ecuador aprobada en el año 2008, se reconoce:

Art. 52. Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

4.3.2. Ley de turismo del Ecuador

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

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

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

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

El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas

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

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

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

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- 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

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:

- 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.

4.3.3. Ley de sistema ecuatoriano de la calidad

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

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

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

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

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

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

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

4.3.4. Reglamento general de actividades turísticas

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

Art. 1.- Alojamiento. - Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

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

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

Grupo 1.- Alojamiento Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

- 1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

- 1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

- 1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamiento Extra hoteleros.

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

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

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

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

Hostales y Pensiones

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

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

- a) De recepción, permanente atendido por personal capacitado. El recepcionista, además de conocer el idioma español, tendrá conocimientos básicos de inglés. Los botones y mensajeros dependerán de la recepción;
- b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciséis habitaciones, debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones;
- d) Telefónico, a través de una central atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este servicio el personal de recepción;
- e) De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado; y,
- f) Botiquín de primeros auxilios.

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

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

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

d) De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado;

e) Teléfono público en la recepción; y, Botiquín de primeros auxilios.

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

a) Personal necesario para atender debidamente los servicios de recepción, de habitaciones y de comedor;

b) Teléfono público en la recepción; y,

c) Botiquín de primeros auxilios.

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

4.3.5. Protocolos de bioseguridad para establecimientos de alojamiento turístico

- **Manejo de medidas de protección para el personal**

- Asegurar el uso de equipo de protección personal.

- Promover los buenos hábitos de higiene a todo nivel dentro del establecimiento.

- Aumentar la frecuencia de lavado de manos con una duración mínima de cuarenta (40) segundos en cada lavada, y desinfección de las mismas.

- Informar al personal y colocar información en un lugar visible de zonas comunes del establecimiento sobre las medidas de protección básicas y propagación del COVID-19.

- Se sugiere limitar el número de personas por habitación y de circulación por las instalaciones, así como de los usuarios del restaurante del hotel, en caso de tenerlo.
- Se recomienda designar un área de vestuario para el personal.
- La alimentación del personal se realizará manteniendo una separación de dos metros entre cada persona.

- **Protocolo de arribo al establecimiento**

- Verificar el ingreso con mascarilla quirúrgica de todos los huéspedes.
- Facilitar alcohol gel al 70% a los huéspedes, previo a su ingreso al establecimiento.
- Colocar una ficha o panel informativo visible al ingreso sobre el procedimiento de ingreso y registro en dicho establecimiento.
- Se recomienda utilizar señalética para el distanciamiento en el piso fuera del establecimiento de alojamiento turístico.
- Desinfectar las bolsas, equipaje y equipos electrónicos de los huéspedes.

- **Medidas de información al viajero**

- Colocar letreros informativos en áreas comunes visibles y habitaciones.
- Asegurar el uso de equipos de protección personal.

- **Recepción de los huéspedes en el Lobby**

- Asegurar el uso de equipos de protección personal.
- Quitar temporalmente periódicos y revistas del lobby.
- Colocar alcohol gel en las manos del huésped; así como colocar dispensadores de alcohol gel en lugares estratégicos para uso del personal y huéspedes.
- Desinfectar el mostrador de forma frecuente, obligatoriamente antes de atender a un huésped y después de hacerlo.
- Colocar cubos de basura con tapa accionada con pedal.
- Evitar acceso a personas externas que no se encuentren registradas en el establecimiento.
- Las llaves de habitaciones se entregarán desinfectadas y se desinfectarán al recibirlas.

- Para las transacciones monetarias, al realizar pago con tarjeta de crédito, el cliente realizará el procedimiento, evitando el intercambio de pertenencias del personal a cliente; en el caso de pagos en efectivo se recomienda recibir el dinero y desinfectar mediante cajas ultravioleta, de no ser posible se evitará al máximo el contacto directo con el dinero.

- **Servicio técnico y mantenimiento**

- Verificar el funcionamiento de los lavavajillas, a fin de que sean correctas las temperaturas que deben mantener.

- Revisar al menos dos veces al día el funcionamiento y abastecimiento de los dispensadores de jabón, gel desinfectante, papel desechable, etc.; procediendo a reparar o sustituir aquellos equipos que presenten averías.

- Verificar el funcionamiento y la limpieza de sanitarios, lavamanos y manijas de puertas y grifos de aseos comunes.

- En el caso de uso de aire acondicionado, revisar constantemente el sistema de aire acondicionado y especialmente la limpieza de filtros.

- **Limpieza y desinfección**

Medidas de desinfección de ambientes

- Aplicación por nebulización ambiental con amonio cuaternario y desinfección de superficies que entren en contacto con la mano.

- Las fundas anti fluidas de almohadas se desinfectan con alcohol luego de cada uso de la habitación.

- Se deberá seguir las normas en cuanto al ingreso y limpieza de habitaciones de huéspedes contagiados o con sintomatología sospechosa de COVID-19, que aún permanezcan en el hotel.

- Si es necesario acceder a habitaciones que precisen de reparaciones con clientes potencialmente infectados con COVID-19, el personal deberá llevar el equipo de protección personal recomendado en este protocolo el cual se desechará a la salida de la habitación y mantener las normas de higiene personal.

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

4.3.6. Gerencia y manejo organizacional

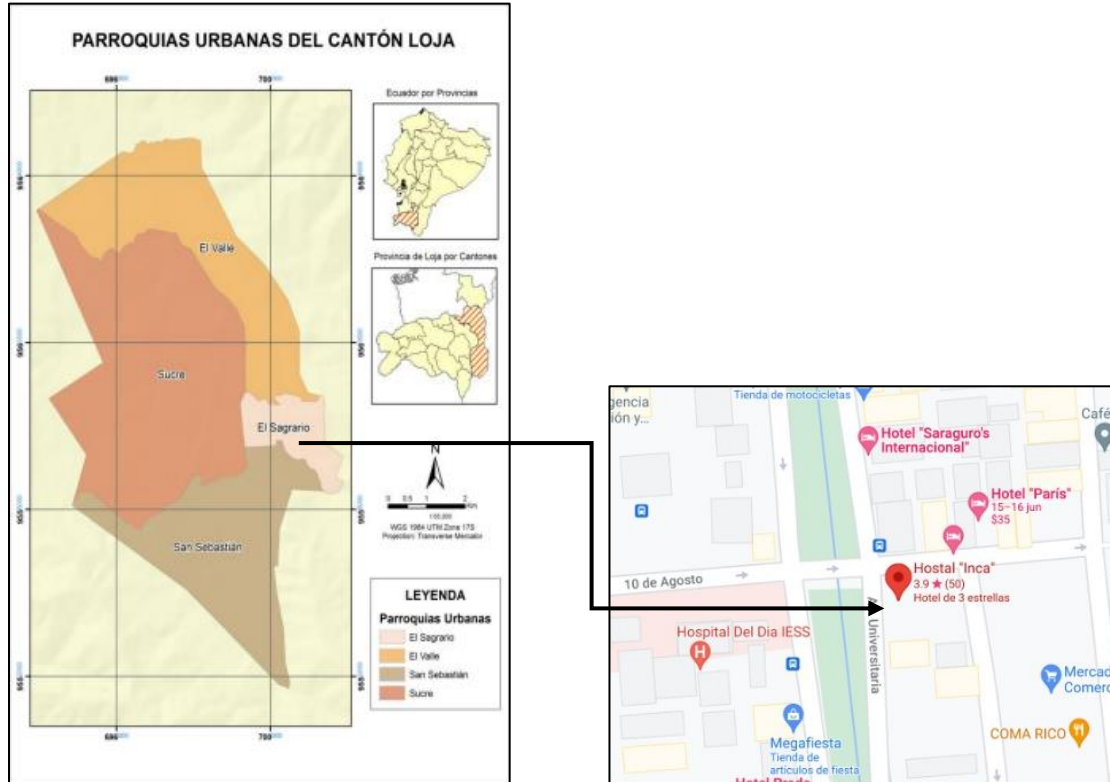
- Gestionar cualquier incidencia que ocurra en el establecimiento.
- Socializar continuamente al personal las medidas de prevención y sanitarias establecidas por la Autoridad Sanitaria Nacional, para evitar el contagio de COVID-19.
- Solicitar el retorno a casa de personas con síntomas de COVID-19 o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

- Las inspecciones diarias por el Gerente o encargado de la administración del hotel deben llevarse a cabo en todas las áreas de preparación y servicio de alimentos para asegurar que el método de limpieza e higiene se siga y realice de manera consistente.
- Coordinar un comité de crisis con todos los departamentos involucrados, en caso de declararse la presencia de casos sospechosos o confirmados en el establecimiento.
- Monitorizar y mantener la actualización de noticias, regulaciones y recomendaciones de las autoridades.
- Gestionar las capacitaciones virtuales al personal en los protocolos adecuados de gestión de la salubridad e inocuidad.
- Proporcionar a todos los colaboradores información y formación en las precauciones de control de infecciones.
- Implementar y aprobar protocolos de desinfección en todas las áreas.
- Hacer cumplir la disposición sobre el distanciamiento, el cual consiste en espacios abiertos, deberá mantener una distancia mínima de un metro entre persona y persona, incluido las compañeras y compañeros de trabajo, (dos metros en espacios cerrados).

5. Metodología

5.1 Ubicación del área de estudio

Figura 1. Macro localización del hostal "Inca"



Fuente: Repositorio UNL

Elaboración: UNL

Fuente: Google Maps

Elaboración: Google Maps

El presente proyecto de investigación se realizará en el Hostal "Inca" de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja.

5.1.1. Ubicación.

El Hostal Inca se encuentra a 450 metros de la plaza central, que es la plaza principal de la ciudad. Se ubica en el centro comercial e histórico de Loja, en la Avenida Universitaria y 10 de agosto.

5.2 Materiales

Los materiales que se utilizaron para la presente investigación fueron los siguientes:

5.2.1. Equipos tecnológicos:

Computador portátil

Impresora

Flash memory

Fotocopiadora

5.2.2. Material de escritorio:

Hojas tamaño A4

Cuaderno

Carpetas

Esferográficos

5.2.3. Material Bibliográfico:

Libros

Sitios web

Artículos científicos

5.2.4. Equipos técnicos

Celular

5.2.5. Otros

Internet

5.3 Métodos

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes métodos y técnicas que permitieron cumplir con los objetivos planteados:

5.3.1. Método Analítico:

Mediante este método, se pudo diagnosticar el entorno del hostel Inca con la finalidad de conocer la situación actual a su vez se lo utilizo para analizar y realizar las encuestas y entrevistas de forma individual y determinar cuáles son las falencias que tiene el establecimiento en la actualidad.

5.3.2. Método Histórico:

Este método fue aplicado para determinar antecedentes, características del establecimiento, misión, visión y el organigrama funcional de la empresa

5.3.3. Método Sintético:

Este método se lo utilizo para determinar las conclusiones correspondientes al análisis de las encuestas de cada uno de los servicios que presta el hostel Inca y para las conclusiones finales del proyecto, a su vez determinar cuáles son los factores que debilitan al mismo.

5.3.4. Método Deductivo:

Mediante este método se pudo llegar a la conclusión de las posibles estrategias establecidas, a través de recolectar información y datos generales con la finalidad de establecer conclusiones valederas.

5.3.5. Método Participativo:

Método que fue utilizado para establecer el dialogo con el gerente, personal y clientes del hostel Inca con el objetivo de dar a conocer los resultados obtenidos de las encuestas y las estrategias a plantear para el mejoramiento de dichos indicadores que debilitan el servicio del hostel.

5.3.6. Análisis Cuantitativo:

Método utilizado para examinar los datos de manera numérica, tablas y gráficos de los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de hostel Inca.

5.3.7. Análisis Cualitativo:

Método que permitió describir cada uno de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, resultados que se plasmó mediante gráficos para mayor visibilidad.

5.4 Técnicas

Además, se utilizó diferentes técnicas para la elaboración del actual proyecto las cuales se redactan a continuación:

5.4.1. Observación Directa:

Con esta técnica se logró observar directamente los elementos a investigar, ya que esta información es más precisa y verídica de la situación actual para poder determinar las necesidades y estrategias a implementarse en la presente investigación.

5.4.2. Matriz de Diagnóstico:

Esta matriz fue elaborada con el objetivo de analizar las características del establecimiento y su cumplimiento con el Reglamento de Alojamiento Turístico, divididas en tres puntos centrales: datos generales del establecimiento, reglamento de la empresa turística y requerimientos de infraestructura.

5.4.3. Entrevista:

Esta técnica se aplicó con la finalidad de recopilar información, se realizó a tres funcionarios del hostel, entrevistas realizadas al gerente general y recepcionista con la finalidad de obtener información de forma directa, que permita fortalecer los resultados de la presente investigación.

5.4.4. Matriz FODA:

Esta técnica que permitió analizar la situación actual del hostel, con el fin de obtener conclusiones que permitió conocer el entorno o elementos que están alrededor del establecimiento y que la condicionan.

5.4.5. Encuestas aplicando el Método Servqual:

Este instrumento nos ayudó a realizar una encuesta donde valoramos la calidad del servicio basándonos en cinco brechas calificando con una valoración de uno a cinco puntos, calificando las dimensiones de elementos tangibles, empatía, fiabilidad, seguridad y sensibilidad de esta manera se pudo valorar la calidad de los servicios que presta la empresa mediante la percepción del cliente.

5.4.6. Matriz de Elaboración de Estrategias:

Esta matriz se utilizó para describir cada una de las estrategias planteadas, describiendo sus características, políticas, valores, indicadores y metas.

5.5 Población y muestra

Se tomo en cuenta la población del año 2019, debido a que en los años posteriores se detuvo el turismo y se cerraron muchas empresas por motivos de pandemia y no íbamos a tomar una población anual exacta, por lo tanto, este año el hostel Inca tiene un total de 2250 clientes.

Para determinar la muestra se tomó en cuenta la fórmula de las poblaciones finitas, es decir se conoció el total de la población y se determinó cuantos del total se va a estudiar la fórmula sería:

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

Donde:

Z= nivel de confianza (1.96)

N= Población (1150 clientes)

p=probabilidad a favor (0,5)

q=probabilidad en contra (0.05)

e= error estándar (0.08)

Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{2250 * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,08)^2 * (2250 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{2250 * 3,8416 * 0,5 * 0,5}{0,0064 * 2249 + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{2160,9}{15,354}$$

$$n = 140 \text{ clientes}$$

Tamaño de la muestra: 140 clientes.

5.6 Metodología por objetivos

Para la presente investigación métodos, técnicas, instrumentos y herramientas, con un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo, en cuanto al tipo de investigación se empleó la investigación exploratoria, descriptiva y de campo.

5.6.1. Primer objetivo: “Diagnosticar la situación actual del Hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”

Para el cumplimiento del primer objetivo: “Diagnosticar la situación actual del hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”, se realizó las siguientes actividades:

- Se utilizó el método histórico con la revisión de documentos y archivos para describir las características del hostel y el método deductivo para poder dialogar con los dueños del hostel acerca de las características del mismo ya que no toda la información se encontró en documentos.
- Se empleó la técnica de la observación directa a través de visitas de campo, realizado al hostel “Inca”.
- ¿Se realizó el análisis externo del hostel mediante el análisis PESTEL conformado por los factores político, económico, social-cultural, tecnológico, y ecológico, para determinar las oportunidades y amenazas, y para el análisis interno se empleó las variables de microentorno que son: empresa, clientes, proveedores, competidores y grupos de interés?
- Se utilizó la ficha de evaluación de empresas en base al reglamento del MINTUR para obtener información relevante del servicio que ofrece.
- Se aplicó los instrumentos de la matriz FODA, para analizar factores externos e internos del hostel.

5.6.2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: “Evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón, y Provincia de Loja”

Para el cumplimiento del segundo objetivo: “Evaluar la calidad del servicio que ofrece el Hostal “Inca” de la ciudad, cantón y provincia de Loja”, se aplicó la metodología del Modelo Servqual la cual permitirá realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas y percepción del servicio de los clientes.

- El instrumento utilizado en este caso fue la encuesta, del Modelo Servqual, utilizando las variables. Elementos tangibles, referidos a la apariencia física de las instalaciones, equipos, persona y material de comunicación; Fiabilidad, trata de la capacidad para ofrecer el servicio prometido de forma seria, segura, formal, libre de daños, dudas, riesgos e inseguridades; Capacidad de respuesta, el deseo y disposición mostrados por la persona para ayudar al cliente y proveerle del mejor servicio rápidamente; Seguridad, considerada como la cortesía, el conocimiento, la competencia profesional y la capacidad para inspirar confianza en los usuarios.
- Esto se presentó en un cuestionario con 22 preguntas estándares, dividido en dos momentos; el primero las expectativas y el segundo las percepciones, con la utilización de la escala de Likert para la valoración de los ítems, para medir el nivel de expectativa y percepciones de 1 al 5: 1 Totalmente en desacuerdo, y 5 Totalmente de acuerdo. Además de tomarse en cuenta preguntas cerradas, para obtener mayor información.
- Para encuestar a los clientes se requirió de cálculos estadísticos, para determinar la muestra de los que fueron encuestados. Los días de mayor frecuencia de los clientes son los fines de semana. Para la aplicación de la encuesta se lo realizó los fines de semana.
- Luego de obtener los datos en las encuestas aplicadas, se procedió a realizar el análisis de los datos y tabulación de la información recopilada. Se aplicó el método analítico, para evaluar

las encuestas que están destinadas a los clientes, y el método sintético cuyo procedimiento permitió llegar a las conclusiones de las encuestas.

- Otra de las técnicas que se utilizó, es la entrevista, que se aplicó al Gerente General del hostel, y al personal de servicio, con esto poder diagnosticar los puntos que convendría cambiar para mejorar la calidad de servicio en el hostel.

5.6.3. Tercer objetivo: Desarrollar un plan de mejora en la calidad de servicio turístico para el hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja.

Para el cumplimiento del tercer objetivo se procedió a realizar un análisis de todos los problemas del hostel, antes evaluados y de esta manera proponer estrategias de mejoramiento del servicio que ofrece el mismo, a través de una tabla donde se separa los objetivos estratégicos, que se pueden realizar y los que dependen directamente del dueño del hostel, estas últimas se ubican en recomendaciones, para que el dueño del establecimiento las tenga en cuenta para una aplicación futura.

Las propuestas seleccionadas se desarrollan con la ayuda de un cuadro, el cual se muestra a continuación:

Tabla 4. Modelo para desarrollar propuesta

| Problemas | | | | | | |
|---------------------|-------------|--------|-------|----------|-------------|-------------|
| Estrategia Sugerida | | | | | | |
| Actividades | Indicadores | Tiempo | Metas | Recursos | Responsable | Presupuesto |
| | | | | | | |

Fuente: Adaptación de la metodología MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas

Una vez culminado la elaboración del plan de mejoras, se procedió a socializar el proyecto de investigación con el Gerente General del Hostal “Inca”.

6. Resultados

6.1 Diagnóstico de la situación actual del Hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón, y Provincia de Loja

Para el Hostal “Inca”, se hace necesario monitorear constantemente las variables que pueden beneficiar, o perjudicar el desenvolvimiento de sus actividades, es decir tener claro cuáles son sus fortalezas, debilidades (factores internos), oportunidades, y amenazas (factores externos), que influirán directamente en la empresa.

6.1.1 Datos Generales

6.1.1.1 Descripción de la empresa.

Actualmente el hostal “Inca” está registrado bajo la razón social: Orellana Luis, nombre comercial: Hostal “Inca” con RUC: 0101420024001, tipo de contribuyente: persona natural, sector: privado y actividad económica principal: servicios de alojamiento.

Es una empresa turística, donde la funcionalidad es la atención al público, en el servicio de:

- Hospedaje,

Cuenta con 14 habitaciones y la capacidad para 25 personas, cuenta con baño privado. El hostal tiene su diseño de inspiración moderna, de estilo rustico.

6.1.1.2 Representante legal de la empresa.

El establecimiento hotelero, está bajo la administración del Señor Luis Orellana, con número de cédula, 0101420024, con nivel de educación primaria, actualmente gerente del hostal, además de ejercer los cargos de administrador y recepcionista.

6.1.1.3 Empresa turística

El Hostal “Inca”, se abrió al público el 12 de enero de 2010, es una entidad privada, arrendada al Sr. Luis Orellana.

La empresa esta denominada como Hostal Inca, cuenta con 2 empleados divididos en recepcionista de la mañana y de la noche y el gerente general.

6.1.1.4 Contacto.

Tel: [07-2571415](tel:07-2571415) / 0993681063

Horario de atención:

Lunes a domingo en hospedaje las 24 horas.

6.1.1.5 Medios de difusión.

Facebook: <https://www.facebook.com/Hostal-inca-103160778586002/>

6.1.2. Análisis externo del Hostal “Inca”

Es importante analizar los factores que podrían afectar al desempeño, desenvolvimiento y actividades del Hostal “Inca”. Los factores políticos, económico, social-cultural, tecnológico, ecológico y legal, pueden ser oportunidades o amenazas para el mismo, debido a que, conociendo el entorno, se puede tomar ventajas sobre aspectos positivos los cuales se reflejan como oportunidades que permiten a la empresa desenvolverse de una mejor manera en el mercado; de igual aspectos negativos que le permitan preparar a la empresa para afrontar cualquier obstáculo.

6.1.2.1. Factor político.

La política del estado ecuatoriano se constituye una oportunidad para el hostal “Inca”, debido a que se encuentra respaldado por normas técnicas y políticas que promueven y fomentan la actividad turística, además de la preocupación por una pronta recuperación y crecimiento en los próximos años, impulsando el turismo interno que tiene un potencial inigualable, creando incentivos y programas que promuevan las visitas a sitios turísticos en zonas urbanas y rurales, generando ingreso de un alto número de turistas nacionales y extranjeros, atraídos por estos sitios turísticos, por lo cual surge la necesidad de satisfacer la demanda mediante la creación de varias alternativas de hospedaje para los turistas.

6.1.2.2. Factor económico.

La industria del turismo es una de las actividades económicas más importantes en el Ecuador, por lo que se constituye una oportunidad para el hostal, por el número de turistas que ingresan al país, a realizar diferentes actividades, adquiriendo los servicios turísticos que se ofertan. Además de la participación del sector turístico y hotelero en el incremento del PIB, contribuye favorablemente a la economía del país, existiendo mayor consumo, por lo tanto, generando trabajo e ingresos, y por ende existirá mayor movimiento turístico.

También, se constituye una amenaza debido al surgimiento de la enfermedad COVID- 19, en donde se vio afectada la economía, dejando fuertes pérdidas en todos los sectores del turismo especialmente, ya que no hubo movilizaciones ni actividades turísticas de ningún tipo por motivos de riesgo y contagios.

6.1.2.3. Factor social-cultural

Este factor constituye una amenaza para el hostal por los problemas sociales que afectan al país como la pobreza, migración, desempleo, por lo cual debe haber mayor preocupación a esto.

Además, que el crecimiento poblacional, se constituye una oportunidad para el hostal, debido a que, la oferta productos y servicios son útiles para toda la población, que incrementara sus ventas por las necesidades del mercado, por ser un escenario propicio para la distracción. También a través de la incorporación de alternativas de alojamiento, se crea fuentes de empleo, contribuyendo al crecimiento económico, y aportando a la reducción de la pobreza y disminución de la migración. Por lo cual es necesario fomentar el turismo interno debido a la riqueza de tradiciones, cultura y diversidad que posee el Ecuador, motivo por el cual los turistas arriban al país, además de ser cada vez más experimentados, independientes, con mayor nivel cultural, más flexible, espontaneo y que valora la calidad del servicio.

6.1.2.4. Factor tecnológico

El uso de las tecnologías de la información, en el ámbito turístico se constituye en una oportunidad para el hostel, debido a que se puede hacer uso de diferentes plataformas digitales y demás herramientas, con la finalidad de promocionar sus servicios y productos, y que la información llegue a un mayor número de clientes y además mediante la tecnología la empresa puede diferenciarse de su competencia, por tanto, obtener mayores beneficios y liderazgo en el sector.

6.1.2.5. Factor ecológico

La creciente sensibilización y preocupación ambiental de las personas, las nuevas exigencias legales en materia de ambiente, de la actividad turística, se constituye una oportunidad para la empresa de convertirse en un hostel sostenible, aplicando buenas prácticas ambientales, y reconociendo los impactos ambientales que causa sus actividades al medio, de esta manera aportara a proteger el medio ambiente y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad, a su vez también el sector turístico es una importante fuente de ingresos para la conservación de la biodiversidad.

6.1.2.6. Factor legal

El Ecuador cuenta con el Ministerio de Turismo, órgano que regula y controla las actividades turísticas, mismas que están sujetas a disposición mediante leyes, y reglamentos, por lo cual es preciso tener presente este factor para el hostel, debido a que existe una normativa legal que regula este sector de hospedaje y así como también de otras de entidades, que debe de cumplir los requisitos de manera obligatoria para su correcto funcionamiento y esto no afecte a la actividad del hostel.

6.1.3 Análisis interno del Hostel “Inca”

El microentorno está formado por factores que influyen en el desarrollo y crecimiento de la empresa como:

6.1.3.1. Situación.

El Hostal “Inca”, cuenta con 18 años de experiencia, inscrita en el catastro del Ministerio de Turismo, como un Hostal de 1 estrellas, tiene un número de 12 habitaciones, y un total de 25 plazas, en actividad de alojamiento, se encuentra ubicada en un sector de gran afluencia de personas como es el casco céntrico de la ciudad de Loja.

En el diagnóstico interno se analizarán las fortalezas y debilidades del hostal, que se encuentran relacionadas con la capacidad de la empresa para lograr sus objetivos, las áreas a analizar son:

6.1.3.2. Área Administrativa

6.1.3.2.1. Planificación

La planificación está asumida por el gerente general, la empresa no ha desarrollado las metas, los valores, misión y visión, que se quiere alcanzar, para ello se sugiere una misión y visión y objetivos acorde con el establecimiento.

Misión

Ofrecer un servicio de calidad y confort en el mercado hotelero, proveyendo a sus clientes servicios de alta calidad, creando con ello la satisfacción total y dándose a conocer por su servicio y atención única en nuestra localidad.

Visión

Para el 2025 lograr los estándares de calidad requeridos en la prestación de servicios a sus huéspedes, a través de un proceso de mejora continua obteniendo una generación de beneficios a través del mercado local, en el que el nombre del hostal llegue a ser uno de los primeros en nuestra región.

Objetivos

- Calidad: Tener como primordial propósito, aportar el máximo valor a su servicio, garantizando estándares de excelencia.

- Nuestro Equipo: Valorar adecuadamente la formación de su personal y buscan mantenerlo activo e inspirado para proveer a sus huéspedes la máxima atención y cordialidad.
- El Medio Ambiente: Participar constantemente en programas de responsabilidad social fomentando el respeto por el medio ambiente.
- Transparencia: Formar parte vital de la sociedad y, por ello, mostrar sus actividades y objetivos de forma clara y honesta a todas las partes interesadas.

Valores

Algunos valores identificados por esta empresa que saben que les ayudaran a poder lograr el impulso necesario y requerido como una nueva opción en el mercado hotelero son:

- Honestidad: Calidad humana que encierra el compromiso de la verdad dentro y fuera de la empresa.
- Respeto: Reconocimiento de los intereses y sentimientos mutuos, base de la relación social de forma interna y externa de la entidad.
- Lealtad: Fidelidad y compromiso al cliente, a la empresa y a los colaboradores.
- Trabajo en equipo: Desarrollo de compañerismo entre colaboradores que nos permitirá coherencia y concordancia en las acciones a tomar.
- Colaboración: Consecuencia del trabajo en equipo para obtener resultados conjuntos enfocados a los clientes.

6.1.3.2.2. Políticas para huéspedes

Presenta su agradecimiento por haberle distinguido con su visita y con todo comedimiento se permite insinuarle:

- Esta es su casa; por favor no destruya para que, siempre este usted bien atendido.
- Cualquier daño ocasionado por usted será pagado.
- Su derecho a permanecer en la habitación es hasta las 13 horas; pasada de esta hora se cobrará por otro día.

- Encomiende su dinero u objetos de valor en gerencia.
- No se fía, no aceptamos cheques.
- No se permite planchar dentro de la habitación
- Si desea hacer llamada telefónica marque el 0 y solicítela. Importante: Su llamada no debe exceder de 10 minutos.
- No se permite consumir licor.
- Cerciórese de que porte la llave al salir de la habitación.
- Le suplicamos consignarnos sus sugerencias y reclamos.

6.1.3.2.3. Organización

- El gerente no posee una estructura orgánica definida, no se tiene una descripción de los cargos, ni las funciones de cada uno, lo que constituye una debilidad para la empresa.
- Se determina las actividades que se van a realizar, delegando a quien las va a cumplir.

6.1.3.2.4. Dirección

- El hostel cuenta con una dirección que se encarga de llevar a cabo de manera adecuada los procesos de la empresa.

6.1.3.2.5. Control

- Control de calidad: para evaluar la calidad del servicio, se habla directamente para tener una referencia, sobre cómo se sintió durante su estadía, con lo cual este hostel no cuenta.
- Control de ventas: todo se realiza a través de facturas, y además se lleva un registro de hospedaje.
- Control de recursos humanos: el compromiso, responsabilidad y pertenencia de sus integrantes, se reflejan en un buen clima laboral.





6.1.3.2.6. Infraestructura

El hostel "Inca", cuenta con una infraestructura conformada por 12 habitaciones; además un área de recepción y lavandería. La infraestructura actualmente es arrendada.

6.1.3.3. Servicios que brinda el hostel

El hostel "Inca", cuenta con los servicios de:

Tabla 5. Servicios del Hostel "Inca"

| Tipo de habitación | Servicios | Imagen |
|--------------------------------------|--|--|
| 12 habitaciones | | |
| Simple \$11,00 | <ul style="list-style-type: none"> • 1 cama • Baño privado • Wi-fi • Televisión • Teléfono |  |
| Doble \$26,00 | <ul style="list-style-type: none"> • 2 camas • Baño privado • Wi-fi • Televisión • Teléfono |  |
| Triple \$33,00 | <ul style="list-style-type: none"> • 3 camas • Baño privado • Wi-fi • Televisión • Teléfono |  |
| Matrimonial \$22,00 | <ul style="list-style-type: none"> • 1 cama • Baño privado • Wi-fi • Televisión • Teléfono |  |

Fuente: Hostel "Inca"

Elaboración: Jessica Vargas

Dentro de la administración del hostel cuenta con los siguientes departamentos y sub departamentos, detallados a continuación:

Tabla 6. Departamentos y sub departamentos

| DEPARTAMENTO | SUB-DEPARTAMENTOS |
|------------------------------|---|
| Dto. Financiero | <ul style="list-style-type: none"> • Contador • Proveeduría |
| Dto. de Front Desk | <ul style="list-style-type: none"> • Recepcionista • Auditor nocturno |
| Dto. de House Keeping | <ul style="list-style-type: none"> • Camarera • Lavandería |

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jessica Vargas

No cuenta con convenios o alianzas con otros hostales tanto nacionales o internacionales, pero está afiliado a la Cámara de Turismo, en cuanto a convenios con empresas privadas trabaja con la siguiente empresa:

- Agencia de viajes y operadora de turismo StarTourism
- Distribuidora de productos de limpieza Fabian Andrade
- Global Tv
- Clean Forte
- CNT

6.1.3.4. Reglamento de la Empresa Turística

- **Licencia Única Anual de Funcionamiento**

El Hostal Inca cuenta con los permisos correspondientes (LUAF), según el Art. 5 menciona que, para el ejercicio de las actividades turísticas a más del registro, deberá cumplir todos los requisitos legales pertinentes. La Licencia Anual de Funcionamiento, constituye la autorización legal conferida por la Municipalidad, sin la cual no se podrá ejercer la actividad turística.

- **Registro Único de Contribuyentes**

El establecimiento hotelero dentro de los requisitos del RUC, cumple con todos los requerimientos desde la inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI), las facturas y a su vez con el pago del IVA del 12% de manera mensual y el pago de servicios del 10%.

- **Hidrocarburos**

Este tipo de normativa consiste en la verificación de las condiciones de transporte de combustible, otorgada por la Agencia de Regulación de Hidrocarburos, requisito que no cumple la empresa, ya que no tiene la necesidad.

- **Gestión de Riesgo**

Esta normativa consiste en requerir un Plan de Contingencia, donde se verifique si el hostel cuenta con una estructura estratégica y operativa que ayude a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas como por ejemplo un botiquín de primeros auxilios, megáfono, lámparas de emergencia, vías de evacuación, etc., dando a verificar que la misma no cumple con la totalidad de la normativa mencionada.

- **Agencia Nacional de Regulación, Control Y Vigilancia Sanitaria**

Esta normativa consiste en la verificación de las condiciones sanitarias de las actividades realizadas por hosterías, hoteles y restaurantes, para garantizar que se mantenga la higiene adecuada dentro de sus instalaciones, cocinas, implementos y personal, dando a verificar que al ser este establecimiento hostel y no contar con restaurante, no cumple con la normativa, ya que no es necesaria.

- **Ministerio de Trabajo**

Esta normativa consiste en verificar el cumplimiento de derechos y obligaciones de los trabajadores dentro una empresa, y en el caso de la empresa hotelera si cumple con las diferentes variables a continuación, alguna de las obligaciones y requerimientos que cumple la empresa:

Tabla 7. Ministerio de Trabajo

| Variable | Indicador | Observaciones |
|-----------------|--|----------------------|
| | <ul style="list-style-type: none">• Presupuesto destinado al pago del personal (anual) | Cumple |

| | | |
|---|---|---|
| Rol de Pagos | • La empresa cuenta con un rol de pagos | Cumple |
| | • Pago por horas | No cumple ya que no hay personal eventual |
| | • Pago por contrato | Cumple |
| | • Pago por horas extras | No cumple debido a que están establecidos sus contratos y no existen horas extras |
| Decimocuarta remuneración | Art. 113 | Se cancela en el mes de septiembre |
| Decimotercera remuneración o Bono navideño | Art. 111 | Se cancela en el mes de diciembre |
| Pago 15% Utilidades a empleados | Art. 97 | Se cancela una vez al año. |
| Aporte Seguro Social Empleados | Código del trabajo(Art. 42) | Se cancela todos los meses |
| Uniformes para el personal | Código del trabajo (Art. 42) | Todos los empleados cuentan con su uniforme propio. |

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

- **Gobernación**

Esta normativa consiste en los controles rutinarios por parte de la intendencia de policía, en donde el hostel debe estar registrado en la página de Ministerio del Interior (no cumple), tener el permiso de uso de suelo (no cumple) y declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no provienen de actividades ilícitas (cumple, mediante las declaraciones al SRI da a conocer el movimiento del dinero).

- **Municipio**

Esta normativa consiste en el pago de la patente municipal, carnet de salud de los empleados, permiso del cuerpo de bomberos y el registro generador de desechos sanitarios, requisitos que, si cumple el hostel a continuación, se detallara cada uno:

Tabla 8. Municipio

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

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

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

Esta normativa consiste en variables como la accesibilidad que es el grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física o de sus facultades cognitivas, puede usar o disfrutar de un servicio y del personal capacitado que es toda actividad realizada en una organización respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal a continuación, se detallara cada uno:

Tabla 9. CONADIS

| Variable | Indicador | Observaciones |
|----------------------|------------------------------|---|
| Accesibilidad | • Rampa para silla de ruedas | El hostel no cuenta con rampas para sillas de ruedas. |
| | • Sistema braille | No cumple |

| | | |
|----------------------------|---|-----------|
| | <ul style="list-style-type: none"> Baños adecuados | No cumple |
| Personal capacitado | <ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de personal capacitado | No cumple |

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

- Ministerio del Ambiente**

Esta normativa consiste en la variable del reconocimiento de las buenas prácticas ambientales que son acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causa lo procesos productivos a través de cambios en la organización de los procesos y las actividades.

Dentro del hostel Inca se cumple un indicador que aporta al cuidado del medio ambiente como es el de gestión adecuada de la basura, pues todos los residuos producidos por el hostel se clasifican y se organizan, de acuerdo a los estándares urbanos más importantes de eliminación de residuos de forma ecológica, de acuerdo al criterio del gerente del hostel, pero no se cuenta con un documento para justificar el mismo.

6.1.3.5. Requerimientos de infraestructura

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico, los hostales considerados de 1 estrella deben cumplir con ciertos requerimientos para poder ser denominados de esa forma, esos requerimientos.

El Hostel Inca se encuentra considerado como un hostel de 1 estrella, por lo cual se detallará a continuación cada uno de los requerimientos antes mencionado para verificar su cumplimiento de acuerdo al reglamento:

Instalaciones generales

El establecimiento cuenta con las siguientes instalaciones generales:

- Un servicio las 24 horas del día
- Agua caliente en lavados de cuartos de baño y aseo en áreas comunes las 24 horas.
- Cuenta con áreas de uso exclusivo para el personal, detallado a continuación:

Tabla 10. Áreas de uso exclusivo para el personal

| Cantidad | Servicio |
|----------|-----------------------|
| 1 | Cuarto de baño y aseo |
| 1 | Área administrativa |

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

- No cuenta con una encuesta de satisfacción por el servicio brindado, para verificar si su servicio cumplió con las expectativas del huésped.

El establecimiento no cuenta con las siguientes instalaciones generales:

- Un área de fumadores
- Dentro del área de uso exclusivo del personal no cuenta con un área de comedor.

Accesos

El establecimiento cuenta con los siguientes accesos:

- Cuenta con una entrada principal de clientes al área de recepción

El establecimiento no cuenta con los siguientes indicadores:

- Ascensores
- Garaje en el establecimiento, para ello tienen convenio con un estacionamiento privado.

Áreas de clientes

Áreas de clientes – General

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios generales:

- Cuenta con servicio de internet las 24 horas

El establecimiento no cuenta con los siguientes servicios generales:

- La recepción no cuenta con facilidades necesarias para prestar atención a personas con discapacidad.

Áreas de clientes - Habitaciones

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios en las habitaciones:

- Con habitaciones con cuarto de baño y aseo privado

- Con internet en todas las habitaciones
- Cerradura de puerta de acceso en la habitación
- Con closet o armario
- Escritorios
- Sillas
- Luz de velador
- Cuenta con cortinas dobles
- Con televisiones de tubo antiguas

El establecimiento no cuenta con los siguientes servicios en las habitaciones:

- Con habitaciones insonorizadas
- Con acondicionamiento térmico en cada una de las habitaciones
- Caja de seguridad en la habitación, pues la única que existe está ubicada en recepción
- Servicio telefónico, ya que este se encuentra en recepción únicamente
- Con portamaletas
- Con fundas de lavandería
- Teléfono en habitaciones

Áreas de clientes – Cuarto de baño y aseo privado

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

- Agua caliente disponible en duchas de cuartos de baño y aseo privado las 24 horas en todas las habitaciones.
- Espejo sobre el lavamanos en cada una de las habitaciones
- Juego de toallas de cuerpo y manos por huésped
- Amenities de limpieza como:

Tabla 11. Amenities de limpieza que tiene el hostel

| Amenities | Observaciones |
|-----------------|---|
| Shampoo | Depende del N° de huéspedes a utilizar la habitación. |
| Jabón | |
| Papel higiénico | |

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

El establecimiento no cuenta con los siguientes servicios:

- Amenities de limpieza como:

Tabla 12. Amenities de limpieza que no tiene el hostel

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

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

- Amenities de cuidado personal:

Tabla 13. Amenities de cuidado personal que no tiene el hostel

| Amenities | Observaciones |
|----------------------|-----------------|
| Crema | De uso personal |
| Pañuelos desechables | |
| Algodón | |
| Cotonetes | |

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

- Amenities adicionales:

Tabla 14. Amenities adicionales que no tiene el hostel

| Amenities | Observaciones |
|---------------|---------------|
| Gorro de baño | |

| | |
|----------------------|-----------------|
| Peinilla | De uso personal |
| Lustrador de zapatos | |

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

Servicios

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios para el huésped:

Tabla 15. *Servicios que ofrece el hostel*

| Servicio | Observaciones |
|--|----------------------|
| Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación | A pedido del cliente |
| Servicio de lavandería | En agua |
| Cuenta con un circuito de cámaras de seguridad | Las 24 horas |

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

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

Tabla 16. *Personal calificado del hostel*

| Indicadores | Observaciones |
|---|---|
| Con personal profesional en competencias laborales, en áreas operativas y administrativas en el establecimiento | Todo el personal que labora en el hostel, son personas con título de bachiller únicamente |

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

El establecimiento no cuenta con los siguientes servicios:

Tabla 17. *Servicios que no tienen el hostel*

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

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Vargas

6.1.3.6. Área financiera

Los ingresos del hostel provienen de: hospedaje. En esta área se realiza la ejecución de actividades: pago a proveedores, sueldo de personal, contratos de trabajo y declaración de impuestos.

6.1.3.7. Área de talento humano

El hostel cuenta con dos empleados con contrato fijo, que se ocupan de la administración, recepción y limpieza del hostel. Los mismos trabajan en horarios alternados uno de mañana y tarde y el otro en horario de la noche, para ser más justo y equitativo. No cuenta con personal en cada área, al contrario, son los mismos recepcionistas los encargados de todas las áreas.

6.1.3.8. Clientes

El Hostel “Inca”, tiene identificado como clientes a las personas que se registran en la instalación para disfrutar de sus servicios y ofertas. Su afluencia se define en dos temporadas.

Dentro de la demanda, se encuentran los turistas locales, provinciales y nacionales e internacionales, de género femenino y masculino, que son importantes para la economía del hostel, especialmente, en temporada alta, en el mes de agosto, debido a las festividades en Honor a la Virgen del Cisne, y en noviembre, debido a el festival de Artes Vivas, las mismas que contaban con gran afluencia de turistas, demanda que ha disminuido debido a la situación actual de pandemia por COVID-19.

6.1.3.9. Proveedores

El Hostel “Inca”, hace la adquisición del producto de acuerdo a los requerimientos de las áreas de habitaciones, escogiendo a los proveedores de acuerdo a la calidad y seriedad, contando con una variedad de proveedores entre los más importantes están:

Tabla 18. Proveedores.

| Nombre de proveedores | Producto |
|---|------------------------------|
| Distribuidora de productos de limpieza Fabian Andrade | Shampoo Jabones hoteleros |
| Clean Forte | Desinfectantes Fragancias |

| | |
|-----------|--|
| Global Tv | Televisión por cable |
| CNT | Internet Servicio de telefonía fija |

Fuente: Hostal "Inca"

Elaboración: Jessica Vargas

6.1.3.10. Competencia

El Hostal "Inca", tiene como competencia directa a empresas de la localidad, que ofrecen los mismos servicios, entre ellos están:

Tabla 19. Competencia Directa

| Empresas turísticas de alojamiento de la parroquia Malacatos | | | | | | | | |
|--|--------------------|------------|--------|-------------|----------------------------------|-----------|-----------------|--------------------|
| # | Empresa | Categoría | Tipo | Actividad | Ubicación | N° plazas | N° Habitaciones | Precio por persona |
| 1 | Hostal "Quinara" | 1 estrella | Hostal | Alojamiento | Av. Universitaria y 10 de agosto | 25 | 13 | \$12 |
| 2 | Hostal "Mendoza" | 1 estrella | Hostal | Alojamiento | Av. Universitaria y 10 de agosto | 24 | 12 | \$14 |
| 3 | Hostal "La Rivera" | 1 estrella | Hostal | Alojamiento | Av. Universitaria y 10 de agosto | 18 | 9 | \$13 |

Fuente: Castro turístico 2021

Elaboración: Jessica Vargas

Hostal "Quinara", tiene un numero de 13 habitaciones y un total de 25 plazas; todas con baño privado y ofrece servicios de: alojamiento, wi-fi gratis, con un precio de \$12 aproximadamente por persona, contando con habitaciones simple, matrimonial, doble y triple.

Hostal "Mendoza", tiene un numero de 12 habitaciones y un total de 24 plazas; todas con baño privado y ofrece servicios de: alojamiento, wi-fi gratis, con un precio de \$14 aproximadamente por persona, contando con habitaciones simple, matrimonial, doble y triple.

Hostal "La Rivera", tiene un numero de 9 habitaciones y un total de 18 plazas; todas con baño privado. El servicio que ofrece es: alojamiento con wi-fi gratis, con un precio de \$13 aproximadamente por persona, contando con habitaciones simple, matrimonial, doble y triple.

Análisis de la competencia: En la comparación con el hostal "Inca", se evidencio que entre los hostales se encuentra similar frente al hostal "Quinara" y el hostal "Mendoza" lo que se refleja en una fuerte competencia existente para el hostal, y en situación de ventaja frente al

hostal “La Rivera”, es decir poseen servicios similares, pero existen menor número de plazas y habitaciones en el caso del hostal “La Rivera” y ante toda la competencia el hostal “Inca” tiene precios más accesibles y económicos, pero se necesita mejorar en la calidad para que este se posicione de mejor manera en el mercado.

6.1.3.11. Grupos de interés

Tabla 20. Grupos de interés del Hostal “Inca”

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

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Jessica Vargas

6.1.4. Normativa de establecimientos turísticos.

Una vez aplicada la Matriz de diagnóstico se determinó lo siguiente con respecto a los requisitos que cumple y no cumple el hostal, en cuanto a los requisitos de entidades reguladoras:

Tabla 21. Normativa de establecimientos turísticos

| LEVANTAMIENTO DE INFORMACION DE EMPRESAS NORMATIVA HOSTALES | | | |
|--|---|---------------|-----------|
| VARIABLES | DEFINICION | CUMPLE | |
| | | SI | NO |
| PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO | | | |
| Registro Único de Contribuyente para empresas. RUC Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI). | | | |
| Facturas | Pago de IVA 12% | X | |
| | Pago de servicios 10% | X | |
| | F. Electronica | | X |
| | F. Papel | X | |
| | Factura automáticamente | | X |
| MUNICIPIO DE LOJA | | | |
| Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales | | X | |
| Carnet de salud de todo el personal | | X | |
| Permiso del cuerpo de bomberos | | X | |
| AGENCIA DE REGULACION Y CONTROL HIDROCARBURIFERO (ARCH) | | | |
| Gas industrial | Cilindros de 45 kg. Utilizarán en conjunto técnico industrial autorizado por el INEN. | | X |
| | Cantidad de carga | | X |
| | tiempo de carga | | X |
| | permiso de transporte | | X |
| | Señalética (Peligro gas inflamable, Prohibido fumar, Prohibida la entrada sin autorización, Colocar arresta llamas. | | X |
| | Infraestructura de almacenamiento | | X |
| SECRETARIA GESTION DE RIEGOS | | | |
| Plan de contingencia | Botiquin de primeros auxilios. | X | |
| | Lamparas de emergencia o internas. | | X |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | Vías de evacuación señalizadas. | X | |
| | Puertas de emergencia funcionales. | | X |
| | Senalética | X | |
| | Sistema de alarma/sirena/timbre/campana. | X | |
| | Zonas de seguridad. | | X |
| | Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios). | | X |
| | Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas). | X | |
| | Riesgos estructurales (instalaciones eléctricas, estructura del edificio) | X | |
| AGENCIA NACIONAL DE REGULACION, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA) | | | |
| | Vestimenta adecuada | | X |
| | Condiciones sanitarias para el personal | | X |
| MINISTERIO DEL INTERIOR – INTENDENCIA | | | |
| Controles rutinarios por parte de la intendencia de policía | Registro del establecimiento en la pagina de Ministerio del Interior. | | X |
| | Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas | | X |
| | Permiso de cuerpo de bomberos | | X |
| | Nro. de clausura | | X |
| CONADIS | | | |
| Accesibilidad | Rampas para silla de ruedas. | | X |
| | Sistema braille. | | X |
| | Banos adecuados. | | X |
| | Espacios adecuados para alojarse. | | X |
| Personal capacitado | Porcentaje de personal capacitado para atender necesidades especiales. | | X |
| MINISTERIO DEL AMBIENTE | | | |
| Reconocimiento de las buenas prácticas ambientales | Registro ambiental | | X |
| | Gestion de desechos. | | X |
| | Gestion de papel. | | X |
| | Consumo de agua. | | X |
| | Energía y transporte. | | X |
| | Gestion de compras responsables. | | X |
| | Capacitación del personal en aspectos ambientales. | | X |
| | Manejo de aguas residuales | | X |
| MINISTERIO DEL TRABAJO | | | |
| Art. 42 del Código de trabajo Obligaciones del empleador | Pago de sueldos | X | |
| | Seguridad en el trabajo | X | |
| | Registro de los trabajadores | | X |
| | Proporciona adecuadas herramientas para desarrollar el trabajo | X | |
| | Permisos por ausencia sujetas al reglamento | X | |
| | Trato adecuado | X | |
| | Otorgamiento de certificados relativos a su trabajo | X | |
| | Atiende reclamos | X | |
| | Facilita la inspección y vigilancia de autoridades competentes | X | |
| | Vestimenta adecuada | X | |
| Art. 69.- Vacaciones anuales .15 días de vacaciones | X | | |
| Art. 86.- A quién y dónde debe pagarse. - Rol de pagos con firmas de los trabajadores | X | | |
| Art. 87.- Pago en moneda de curso legal. Efectivo | X | | |
| Art. 96.- Pago en días hábiles. - Pago a inicio del mes | X | | |
| 111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideno -Rol de pagos | X | | |
| Afiliación al seguro | Aporte patronal 12,15%. | X | |
| | Aporte personal 9,45%. | X | |

Fuente: Reglamento de MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas.

6.1.5. Requisitos para un hostel de una estrella

Se determinó lo siguiente con respecto a los requisitos para una hostería de segunda categoría:

Tabla 22. Requisitos para un hostel

| LEVANTAMIENTO DE INFORMACION DE EMPRESAS | | | |
|--|-------------|--------------|----|
| REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA | | | |
| VARIABLE | DESCRIPCIÓN | CUMPLIMIENTO | |
| | | SI | NO |
| CONDICIONES MINIMAS. | | X | |
| REQUISITOS GENERALES | | | |
| Cuenta con sistema de iluminación de emergencia | | | X |
| Zonas de evacuación | | | X |
| Puntos de encuentro | | | X |
| Salidas de emergencia | | | X |
| Extintores y mangueras | | | X |
| Señalética identificadas y señalizadas, según las disposiciones de la Autoridad competente | | | X |
| Cuenta en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente | | | X |
| Cuenta con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes | | X | |
| Cuenta, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento | | | X |
| En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento | | | X |
| Cuenta con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos | | X | |
| Cuenta con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas | | | X |
| Cuenta con áreas con facilidades para personas con capacidades especiales debidamente identificadas | | | X |
| Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal | | | X |
| Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal | | | X |
| Cuenta con el número de piso debidamente identificado y señalizado | | X | |
| Cuenta con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas | | | X |
| Cuenta con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas | | X | |
| Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción | | | X |
| Cuenta con personal uniformado (con distintivo o atuendo) | | X | |
| Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped | | | X |
| Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo | | | X |
| Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911 | | X | |
| Cuenta con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo | | X | |
| Cuenta con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se preverá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato | | X | |

| Cuenta con filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera | | | X |
|--|-------------|--------|----|
| INFRAESTRUCTURA SERVICIOS | | | |
| Cuenta con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con capacidades especiales. Se sujeta a la normativa de accesibilidad universal vigente | | | X |
| Cuenta con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento | X | | |
| Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas. | X | | |
| Cuenta con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento | X | | |
| Cuenta con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con capacidades especiales. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deben contar con personal entrenado que permita dar el servicio. | | | X |
| Cuenta con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor | X | | |
| En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco | | | X |
| Cuenta con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros) | X | | |
| Cuenta con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros | X | | |
| Cuenta con servicio de agua las veinticuatro horas | X | | |
| Cuenta con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio | X | | |
| Cuenta con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento | X | | |
| Cuenta con servicio de recepción, conserjería o guardiana las 24 horas | X | | |
| Cuenta con servicio diario de limpieza | X | | |
| HABITACIONES | | | |
| Cuenta con un mínimo de 5 habitaciones | X | | |
| Contar con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso | X | | |
| Cuenta con camas de acuerdo a las dimensiones determinadas por el Reglamento. | X | | |
| Las habitaciones deben contar con el siguiente equipamiento: | | | |
| Colchón; Protector de colchón; Sábanas; Cobija(s); Cubrecama, edredón o plumón duvet; Almohada(s) por plaza; Protector de almohada; Al menos un velador o mesa de noche; Basurero, Contar con cobija extra a petición del huésped Contar con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes | X | | |
| Cuenta con teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico. | | | X |
| Cuenta con informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación | X | | |
| REQUISITOS PARA HOSTALES | | | |
| VARIABLE | DESCRIPCION | CUMPLE | |
| | | SI | NO |
| INSTALACIONES GENERALES | | | |
| Cuenta con estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. | | | X |
| Cuenta con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural | | | X |
| El establecimiento debe contar con áreas de uso exclusivo para el personal: | | | |
| 1) Cuartos de baño y aseo | | | X |
| 2) Área de almacenamiento de artículos personales | | | X |
| 3) Área de comedor | | | X |

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

Fuente: Reglamento de MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas.

6.1.6. Matriz FODA

Para el hostel "Inca", se hace necesario monitorear constantemente las variables que pueden beneficiar, o perjudicar el desenvolvimiento de sus actividades, es decir tener claro cuáles son sus fortalezas, debilidades (factor interno).

Tabla 23. Matriz FODA, factores internos

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| F1. La empresa posee varios años de experiencia en el servicio de alojamiento. | D1. No cuenta con una infraestructura moderna |
| F2. Precios accesibles y cómodos | D2. No cuenta con diseño organizacional de la empresa |
| F3. Atención las 24 horas. | D3. No tiene definido sus objetivos, misión, visión y valores, carece de cultura organizacional documentada. |
| F4. Tiene una marca establecida. | D4. Limitado personal de servicio, para atención al cliente |
| F5. Buena relación empleado-empendedor | D5. El personal no es profesional en el área de turismo u hospitalidad |
| F6. Buena ubicación | D6. No tiene alianzas estratégicas empresariales. |
| F7. Registrado en el Ministerio de Turismo | D7. Débil posicionamiento de la imagen en el mercado |
| F8. Buena relación con los proveedores | D8. No cuenta con una infraestructura física |
| F9. Clientes frecuentes y leales | |
| F10. Uso adecuado de las normas de bioseguridad | |

| | |
|--|--|
| | <p>amplia.</p> <p>D9. No cuenta una amplia variedad de servicios turísticos.</p> <p>D10. Carece de evaluaciones formales de servicio al cliente.</p> <p>D11. Falta publicidad en diferentes plataformas digitales.</p> <p>D11. Deficiente cumplimiento de la normativa ambiental.</p> <p>D12. No se cumple las facilidades para las personas con capacidades especiales.</p> |
|--|--|

Fuente: Hostal Inca

Elaboración: Jessica Vargas

6.2 Evaluación de la calidad del servicio que ofrece el Hostal “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”.

6.2.1. Tamaño de la muestra

Para evaluar la calidad de servicio que ofrece el hostal Inca se procedió a la realización de las encuestas según el modelo Servqual, con una muestra de 140, obtenida mediante la fórmula de la población finita de 2250 clientes que se registraron en el hostal en 2019.

La aplicación de la encuesta (Ver Anexo 7) se realizó en dos momentos la medición de la expectativa se aplicó en el momento de llegada al hostal que es el check in y la otra parte que es la percepción, después de haber recibido los servicios que ofrece el establecimiento, durante el check out; el cliente señaló con una calificación en base a la escala de Likert de 1 a 5 puntos, esta escala fue utilizada para ampliar la medición con un valor más alto el cual permitió señalar un rechazo o una total aceptación por el servicio prestado.

Se procedió a realizar una tabulación de los resultados de forma estadística, donde primeramente se verificó mediante un análisis de fiabilidad de Cronbach las calificaciones obtenidas, para confirmar que sean respuestas validas; seguidamente se realizó un cuadro para obtener la frecuencia y calificación de las respuestas de cada ítem de la encuesta.

Mediante un cuadro de detección de problemas se encontró las falencias de cada dimensión, determinando el área del hostel donde ocurrió el problema o falencia; y la causa que género estos inconvenientes en el hostel. Para la expectativa de los clientes se utilizó una escala como se describe en el cuadro detallado a continuación:

Tabla 24. Escala a utilizar para la expectativa del cliente

| Nivel de Likert | Escala a utilizar | Significado |
|-----------------|--------------------------|------------------------|
| 1 | Totalmente desacuerdo | Nada Importante |
| 2 | Muy en desacuerdo | Mínimamente Importante |
| 3 | En desacuerdo | Indiferente |
| 4 | Moderadamente de Acuerdo | Importante |
| 5 | Totalmente de acuerdo | Muy Importante |

Fuente: Escala de Likert de 5 puntos.

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

El significado para la expectativa del cliente es la importancia que tiene las diferentes afirmaciones expuestas en las 5 dimensiones.

Para la percepción de los clientes se utilizó una escala como se describe en el cuadro detallado a continuación:

Tabla 25. Escala a utilizar para la percepción del cliente

| Nivel de Likert | Escala a utilizar | Significado |
|-----------------|--------------------------|--------------------------------|
| 1 | Totalmente desacuerdo | Totalmente Insatisfecho |
| 2 | Muy en desacuerdo | Insatisfecho |
| 3 | En desacuerdo | Ni satisfecho, Ni insatisfecho |
| 4 | Moderadamente de Acuerdo | Satisfecho |
| 5 | Totalmente de acuerdo | Totalmente Satisfecho |

Fuente: Escala de Likert de 5 puntos.

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

El significado para la percepción del cliente es la satisfacción que tienen las diferentes afirmaciones expuestas en las 5 dimensiones.

La investigación se desarrolló en base al método ServQual, el cual es la brecha que engloba a las demás brechas, esta permitió realizar afirmaciones, al cual el cliente podrá calificar si está de acuerdo o no con lo expresado en la encuesta. La quinta brecha está basada en las

expectativas versus las percepciones del cliente con ello lograremos identificar problemas con la calidad del servicio.

Para determinar las afirmaciones se realizó en el cuestionario de expectativa y percepción que comprende cada dimensión como se detalla a continuación:

Elementos tangibles: representan las características físicas y apariencia del hotel, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio, se determinó 4 afirmaciones como se muestra a continuación:

Tabla 26. Afirmaciones de la dimensión de tangibilidad

| TANGIBILIDAD |
|--|
| 1. Los equipos que se emplea en el servicio del hotel tienen aspecto moderno. |
| 2. Las instalaciones físicas del servicio son atractivas |
| 3. El personal del servicio tiene una apariencia pulcra. |
| 4. Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos |

Fuente: Método ServQual

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

Empatía: representa la capacidad de sentir y comprender las emociones de otros, mediante un proceso de identificación y atención individualizada al cliente, se determinó 5 afirmaciones como se muestra a continuación:

Tabla 27. Afirmaciones de la dimensión de empatía

| EMPATÍA |
|---|
| 1. El hotel presta atención individualizada a sus requerimientos. |
| 2. El hotel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes. |
| 3. El hotel se preocupa por sus intereses. |
| 4. El personal atiende a sus necesidades específicas. |
| 5. El hotel tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes. |

Fuente: Método ServQual

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

Fiabilidad: representa la habilidad para desempeñar el servicio prometido de manera precisa, fiable y constante, se determinó 5 afirmaciones como se muestra a continuación:

Tabla 28. Afirmaciones de la dimensión de fiabilidad

| FIABILIDAD |
|--|
| 1. Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen. |
| 2. Cuando tiene un problema, el personal demuestra interés en resolverlo |
| 3. El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez. |

| |
|--|
| 4. El hostel proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo. |
| 5. Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos. |

Fuente: Método ServQual

Elaboración: Jessica Vargas

Capacidad de respuesta: se refiere a la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido, se determinó 4 afirmaciones como se muestra a continuación:

Tabla 29. Afirmaciones de la dimensión de capacidad de respuesta

| CAPACIDAD DE RESPUESTA |
|--|
| 1. El hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. |
| 2. El personal del hostel da un servicio rápido. |
| 3. El personal, está dispuesto a ayudar. |
| 4. El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen. |

Fuente: Método ServQual

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

Seguridad: son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad para inspirar confianza y credibilidad. Representa al cliente el hecho de estar protegido en sus actividades y/o en las transacciones que realiza mediante el servicio, se determinó 4 afirmaciones como se muestra a continuación:

Tabla 30. Afirmaciones de la dimensión de seguridad

| SEGURIDAD |
|---|
| 1. El comportamiento del personal, infunde confianza en Ud. |
| 2. El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel. |
| 3. El personal, es cortés de manera constante con Uds. |
| 4. El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes. |

Fuente: Método ServQual

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

Las encuestas se analizaron de la siguiente forma:

- Se analizó la fiabilidad de las respuestas a través del programa SPSS statistics.
- Realizó un cuadro con frecuencia de cada respuesta de cada cliente tanto para la expectativa como para la percepción.
- Se realizó la ponderación de la frecuencia por el valor de la escala de Likert tanto para la expectativa como para la percepción.

- Se obtuvo el promedio de cada afirmación tanto para la expectativa como para la percepción.

En base al método ServQual la satisfacción del cliente es lograda cuando la percepción es igual o superior a las expectativas del cliente ante un servicio ofrecido, de tal forma nos muestra una fórmula para determinar la satisfacción, a continuación:

$$\text{Satisfacción} = \text{Percepción (P)} - \text{Expectativa (E)}$$

Los resultados negativos de esta operación matemática (resta) se tomaron como problemas o deficiencias que tuvo el hostel las cuales se deberán dar una solución. El instrumento que se utilizó fue una encuesta realizada a 140 clientes del hostel, la muestra se calculó en base a las personas que utilizaron todos los servicios del hostel.

6.2.2. Análisis e interpretación de datos.

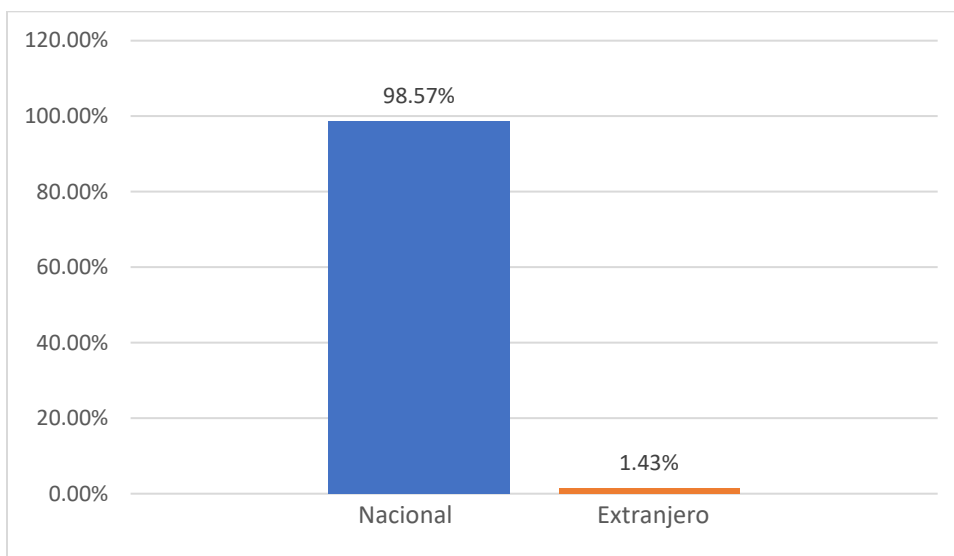
6.2.2.1 Datos generales.

Una vez que se obtuvieron los datos de los 140 clientes del hostel, estos se analizaron en el programa Excel, para tabular las preguntas de la primera a la octava y el programa estadístico SPSS, para las preguntas del modelo Servqual.

1. Nacionalidad.

El primer resultado obtenido fue la nacionalidad, se observó que la mayoría son ecuatorianos, con una representación del 98,57%; y el restante representan ser de origen extranjero.

Figura 2. Nacionalidad del encuestado

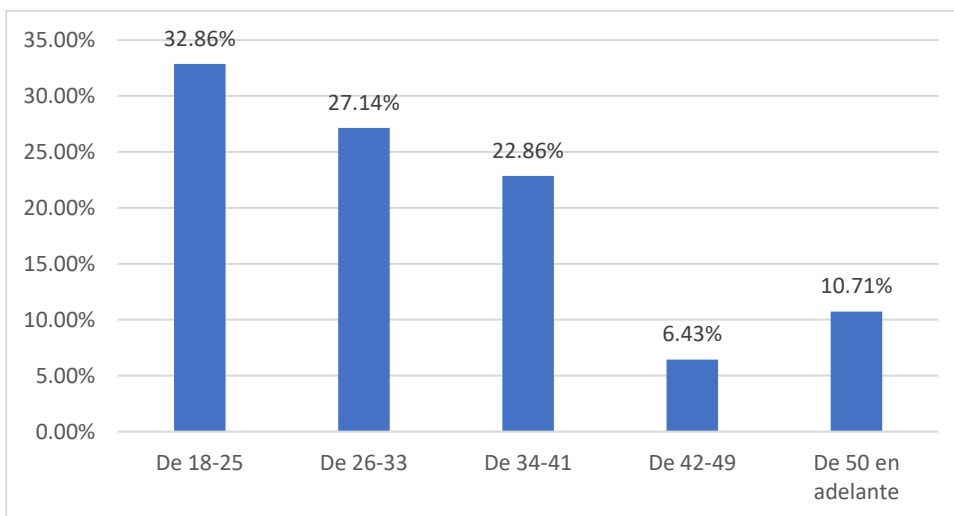


Fuente: Elaboración propia en base al programa estadístico Excel.

2. Edad.

El mayor número de clientes que tiene el hostel Inca, oscila en las edades de entre los 18 y 25 años, con una representación del 32,86%; seguidos del grupo entre 26 y 33 años, que representa el 27,14% del total, y en menor cantidad con 6.43% las edades están entre 42 a 49 años.

Figura 3. Edad

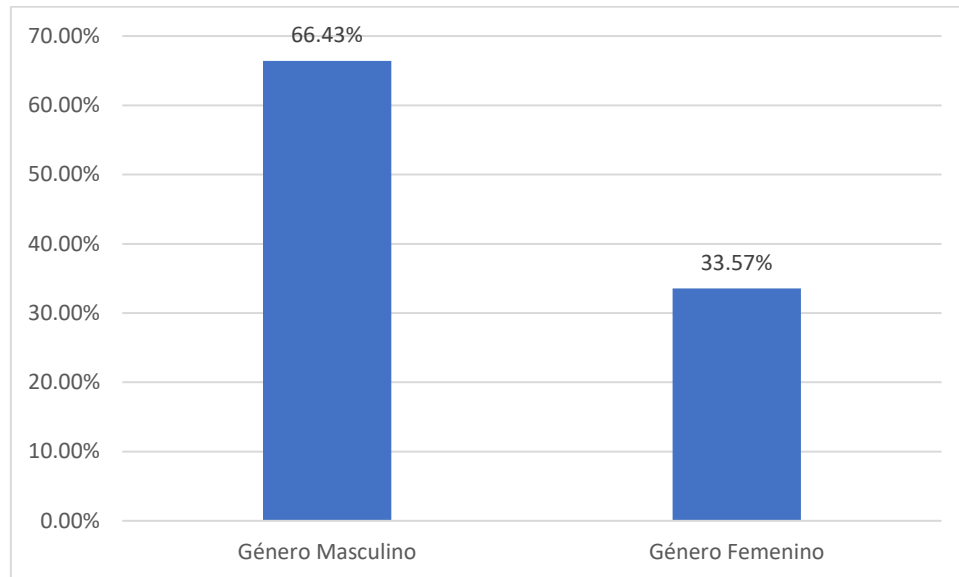


Fuente: Elaboración propia en base al programa Excel.

3. Género

Respecto al género, el 66,43% de los encuestados son de género masculino, mientras que el restante es de género femenino.

Figura 4. Género del encuestado

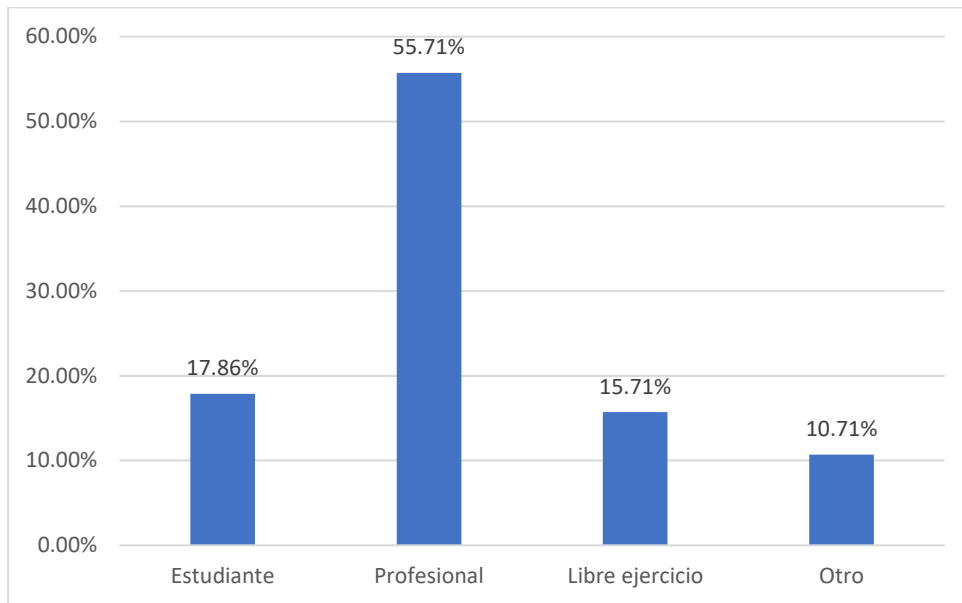


Fuente: Elaboración propia, basado en encuesta realizada.

4. Ocupación

Según la ocupación, se indica que el 55,71% de los encuestados, son profesionales, mientras que el 17,86% son estudiantes, y con un 10,71% manifestaron que se encuentran en otra ocupación diferente.

Figura 5. Ocupación de los encuestados

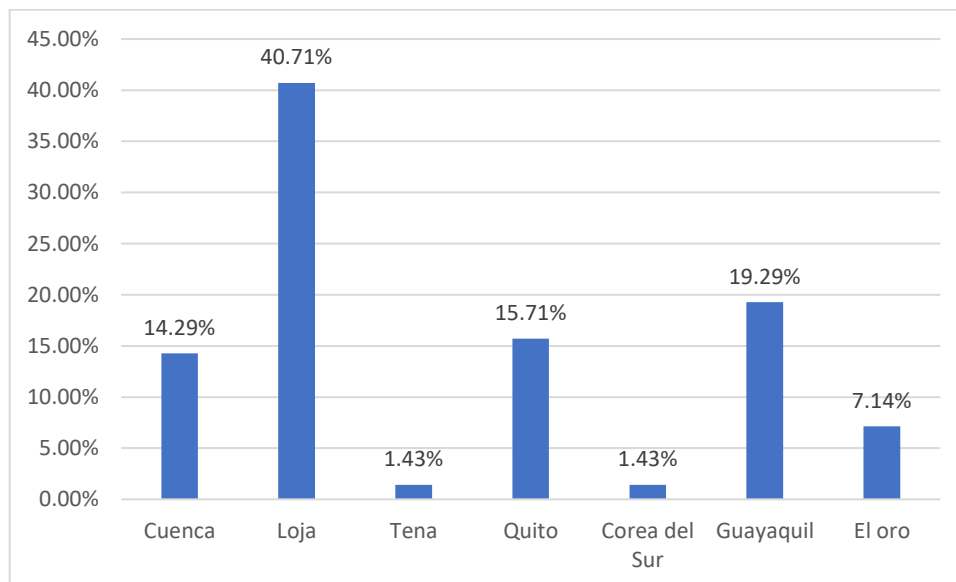


Fuente: Elaboración propia, basado en encuesta realizada.

5. Lugar de residencia

Con una representación del 40.71% son de la Ciudad de Loja, mientras que el 14,29%, son de la ciudad de Cuenca y con porcentaje empatado de 1,43%, son de la ciudad de Tena y extranjeros provenientes del país de Corea del Sur.

Figura 6. Lugar de residencia

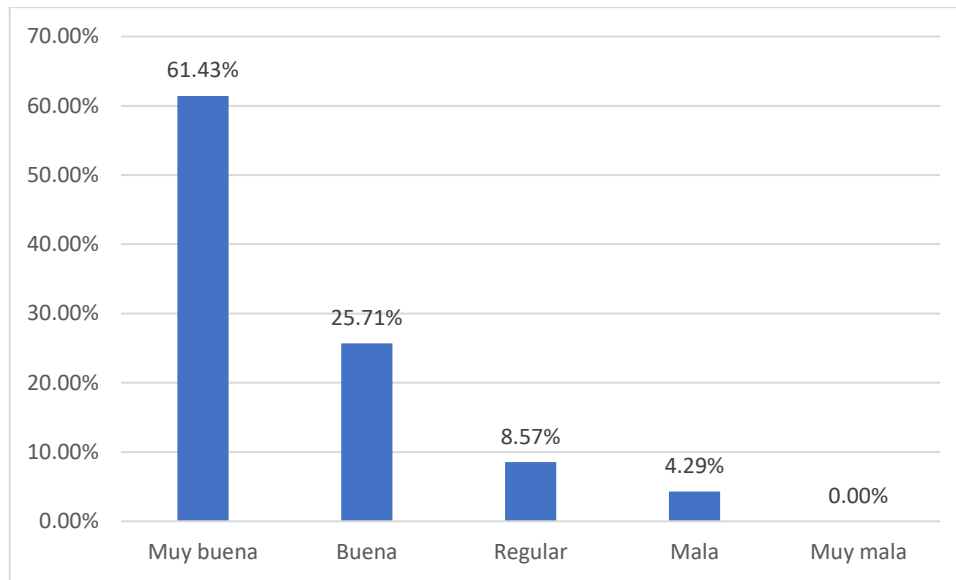


Fuente: Elaboración propia en base al programa estadístico SPSS y Excel.

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

En cuanto a calificación de los servicios turísticos existentes en el hostel, se obtuvo que la mayor parte de los encuestados con un porcentaje del 61,43% creen que son muy buenos, mientras que nadie piensa que son muy malos.

Figura 7. Calificación de los servicios turísticos del hostel Inca

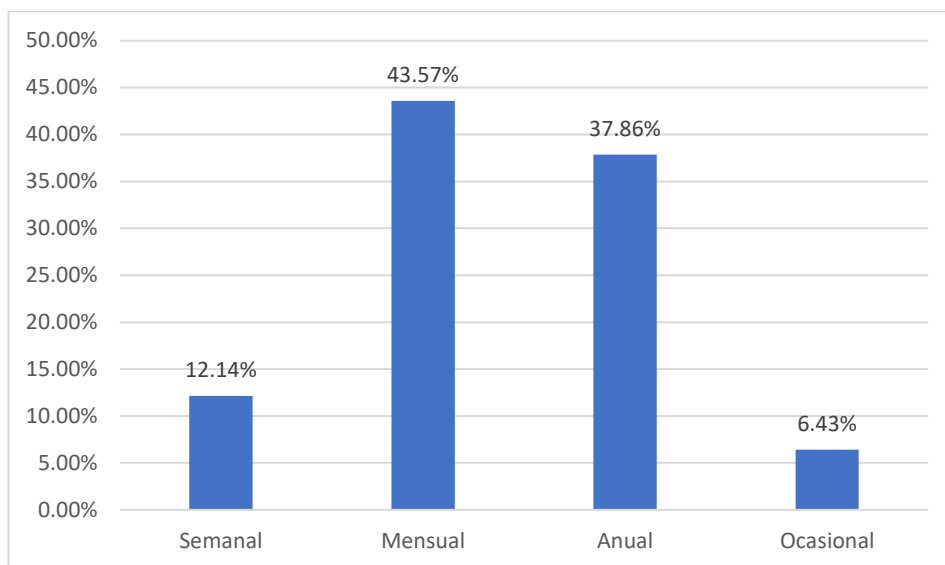


Fuente: Elaboración propia en base al programa estadístico SPSS y Excel.

7. ¿Con qué frecuencia visita el hostel Inca?

Los clientes del hostel Inca con un valor del 43,57% dicen que lo visitan mensualmente, seguido del 37,86%, que lo realiza anualmente y por último con 6,43% lo visitan ocasionalmente.

Figura 8. Frecuencia de visita al hostel

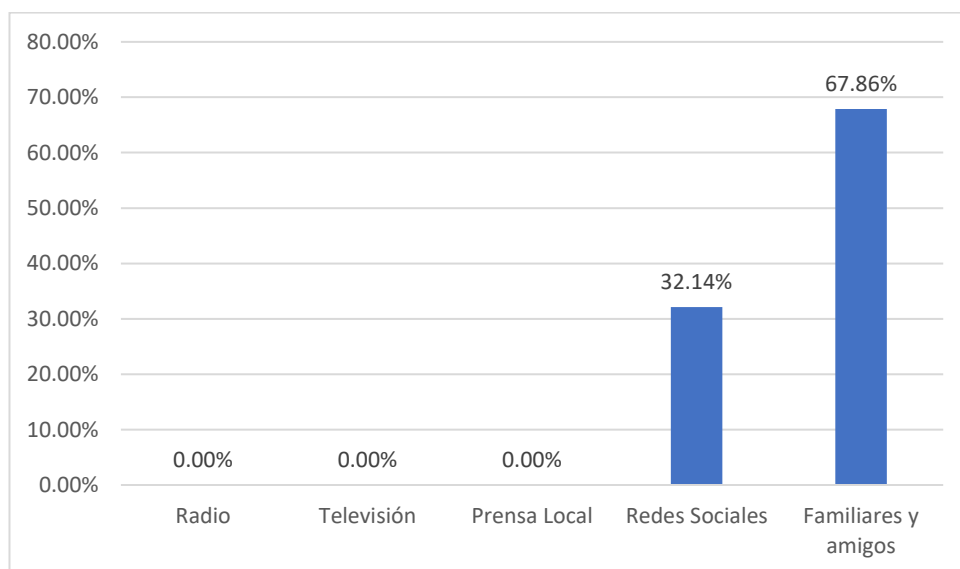


Fuente: Elaboración propia en base al programa estadístico SPSS y Excel.

8. ¿A través de que medios obtiene información de los servicios que oferta el hostel?

Se indica que los clientes obtienen información de los servicios del hostel, a través de amigos y familiares, que representa un 67,86% y un 32,14% obtiene mediante las redes sociales, mientras que en los demás aspectos no se encuentra que los clientes obtengan información.

Figura 9. Medios de obtención de información del hostel Inca



Fuente: Elaboración propia en base al programa estadístico SPSS y Excel.

6.2.3. Modelo SERVQUAL

6.2.3.1 Análisis de fiabilidad.

Tabla 31. Alfa Cronbach

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|------------------|
| 0,967 | 44 |
| Servqual | Alfa de Cronbach |
| Expectativas | 0,966 |
| Percepciones | 0,962 |

Fuente: Programa estadístico SPSS

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

En la tabla 19, se puede apreciar que el Alfa de Cronbach de los 44 ítems es de 0,967; lo que significa que el instrumento utilizado tiene excelente adecuación muestral, por lo tanto, es aceptable, confiable, y tiene un alto grado de confiabilidad. Además, del análisis de coeficiente de fiabilidad del total poblacional de las preguntas de las expectativas y percepciones, que fueron analizadas individualmente, arrojaron valores mayores a 0,90, es decir, tiene alta fiabilidad, considerando un resultado aceptable a partir de 0,70.

6.2.3.2 Cuestionario de expectativas

Tabla 32. Resultados de la expectativa de los clientes

| Cuestionario de expectativas | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--|--------------------------|-------------|------------------------|-------------|---------------|-------------|--------------------------|-------------|----------------|-------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| Significado de la Escala de Likert | | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | Total, Frecuencia | Ponderación Total | Calificación Obtenida |
| Expectativa = Importancia | | Totalmente en desacuerdo | | Muy en desacuerdo | | En desacuerdo | | Moderadamente de acuerdo | | De acuerdo | | | | |
| | | Nada importante | | Mínimamente importante | | Indiferente | | Importante | | Muy importante | | | | |
| Di m. | Preguntas | Frecuencia | Ponderación | Frecuencia | Ponderación | Frecuencia | Ponderación | Frecuencia | Ponderación | Frecuencia | Ponderación | | | |
| 1 | P.1 Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno. | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 9 | 45 | 180 | 92 | 460 | 140 | 649 | 4,63 |
| | P.2 Las instalaciones físicas del servicio son atractivas | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 36 | 96 | 384 | 32 | 160 | 140 | 580 | 4,60 |
| | P.3 El personal del servicio tiene una apariencia pulcra. | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 62 | 248 | 76 | 380 | 140 | 634 | 4,53 |
| | P.4 Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 48 | 192 | 92 | 460 | 140 | 652 | 4,66 |
| 2 | P.5 El hostel presta atención individualizada a sus requerimientos | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 12 | 48 | 127 | 635 | 140 | 686 | 4,90 |
| | P.6 El hostel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes. | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 12 | 18 | 72 | 118 | 590 | 140 | 674 | 4,81 |
| | P.7 El hostel se preocupa por sus intereses. | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 22 | 88 | 116 | 580 | 140 | 674 | 4,81 |
| | P.8 El personal atiende a sus necesidades específicas. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 | 60 | 125 | 625 | 140 | 685 | 4,89 |
| | P.9 El hostel tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 20 | 135 | 675 | 140 | 695 | 4,96 |
| 3 | P.10 El comportamiento del personal, infunde confianza en Ud. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18 | 72 | 122 | 610 | 140 | 682 | 4,87 |
| | P.11 El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 32 | 132 | 660 | 140 | 692 | 4,94 |
| | P.12 El personal, es cortés de manera constante con Uds. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 16 | 136 | 680 | 140 | 696 | 4,97 |
| | P.13 El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes. | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 32 | 32 | 128 | 100 | 500 | 140 | 660 | 4,71 |
| | P.14 El hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 36 | 112 | 448 | 16 | 80 | 140 | 564 | 4,03 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|----|----|----|-----|-----|-----------------------------|------|-------|--------|
| 4 | P.15 El personal del hostel da un servicio rápido. | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 30 | 64 | 256 | 71 | 355 | 140 | 641 | 4,58 |
| | P.16 El personal, está dispuesto a ayudar. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 140 | 700 | 140 | 700 | 5,00 |
| | P.17 El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen. | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 21 | 41 | 164 | 92 | 460 | 140 | 645 | 4,61 |
| 5 | P.18 Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen. | 0 | 0 | 0 | 0 | 24 | 72 | 73 | 292 | 43 | 215 | 140 | 579 | 4,14 |
| | P.19 Cuando tiene un problema, el personal demuestra interés en resolverlo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 66 | 264 | 74 | 370 | 140 | 634 | 4,53 |
| | P.20 El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez. | 0 | 0 | 0 | 0 | 26 | 78 | 59 | 236 | 55 | 275 | 140 | 589 | 4,21 |
| | P.21 El hostel proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 62 | 248 | 78 | 390 | 140 | 638 | 4,56 |
| | P.22 Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos. | 0 | 0 | 0 | 0 | 32 | 96 | 75 | 300 | 33 | 165 | 140 | 561 | 4,01 |
| | | | | | | | | | | | TOTAL | 3080 | 14210 | 101,49 |
| | | | | | | | | | | | TOTAL DE EXPECTATIVA | | 4,61 | |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

6.2.3.3 Cuestionario de percepción

Tabla 33 Resultados de la percepción de los clientes

| Cuestionario de percepción | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--|--------------------------|-------------|-------------------|-------------|--------------------------------|-------------|--------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| Significado de la Escala de Likert | | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | Total, Frecuencia | Ponderación Total | Calificación Obtenida |
| | | Totalmente en desacuerdo | | Muy en desacuerdo | | En desacuerdo | | Moderadamente de acuerdo | | De acuerdo | | | | |
| Percepción=Satisfacción | | Totalmente insatisfecho | | Insatisfecho | | Ni satisfecho, ni insatisfecho | | Satisfecho | | Totalmente Satisfecho | | Total, Frecuencia | Ponderación Total | Calificación Obtenida |
| Dim. | Preguntas | Frecuencia | Ponderación | Frecuencia | Ponderación | Frecuencia | Ponderación | Frecuencia | Ponderación | Frecuencia | Ponderación | | | |
| 1 | P.1 Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno. | 0 | 0 | 0 | 0 | 43 | 129 | 56 | 224 | 41 | 205 | 140 | 558 | 3,98 |
| | P.2 Las instalaciones físicas del servicio son atractivas | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 18 | 44 | 176 | 90 | 450 | 140 | 644 | 4,14 |
| | P.3 El personal del servicio tiene una apariencia pulcra. | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 78 | 312 | 60 | 300 | 140 | 618 | 4,41 |
| | P.4 Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos | 0 | 0 | 0 | 0 | 32 | 96 | 67 | 268 | 41 | 205 | 140 | 569 | 4,06 |
| 2 | P.5 El hostel presta atención individualizada a sus requerimientos | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 98 | 392 | 40 | 200 | 140 | 598 | 4,27 |
| | P.6 El hostel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes. | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 12 | 64 | 256 | 72 | 360 | 140 | 628 | 4,49 |
| | P.7 El hostel se preocupa por sus intereses. | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 35 | 140 | 103 | 515 | 140 | 661 | 4,72 |
| | P.8 El personal atiende a sus necesidades específicas. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 62 | 248 | 78 | 390 | 140 | 638 | 4,56 |
| | P.9 El hostel tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 48 | 128 | 640 | 140 | 688 | 4,91 |
| 3 | P.10 El comportamiento del personal, infunde confianza en Ud. | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 6 | 24 | 132 | 660 | 140 | 690 | 4,93 |
| | P.11 El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel. | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 18 | 58 | 232 | 76 | 380 | 140 | 636 | 4,54 |
| | P.12 El personal, es cortés de manera constante con Uds. | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 24 | 66 | 264 | 66 | 330 | 140 | 618 | 4,41 |
| | P.13 El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 64 | 256 | 76 | 380 | 140 | 636 | 4,54 |
| | P.14 El hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 30 | 52 | 208 | 78 | 390 | 140 | 628 | 4,49 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|----|----|-----|----|----------------------------|------|-------|-------|
| 4 | P.15 El personal del hostel da un servicio rápido. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 54 | 216 | 86 | 430 | 140 | 646 | 4,61 |
| | P.16 El personal, está dispuesto a ayudar. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 45 | 180 | 95 | 475 | 140 | 655 | 4,68 |
| | P.17 El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen. | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 68 | 272 | 70 | 350 | 140 | 628 | 4,49 |
| 5 | P.18 Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen. | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 15 | 46 | 184 | 89 | 445 | 140 | 644 | 4,60 |
| | P.19 Cuando tiene un problema, el personal demuestra interés en resolverlo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 53 | 212 | 87 | 435 | 140 | 647 | 4,62 |
| | P.20 El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez. | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 12 | 63 | 252 | 73 | 365 | 140 | 629 | 4,49 |
| | P.21 El hostel proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 64 | 256 | 76 | 380 | 140 | 636 | 4,54 |
| | P.22 Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos. | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 9 | 67 | 268 | 70 | 350 | 140 | 627 | 4,48 |
| | | | | | | | | | | | TOTAL | 3080 | 13922 | 99,42 |
| | | | | | | | | | | | TOTAL DE PERCEPCION | | | 4,52 |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

Análisis:

En la tabla 20, se muestra la frecuencia con que los encuestados, respondieron a los ítems del Modelo ServQual, seguido de la ponderación, resultado de la multiplicación de la frecuencia por el valor de cada escala, para posterior determinar el total tanto de las frecuencias como de las ponderaciones, lo que se obtuvo la calificación final de cada afirmación, arrojando como resultado una calificación total del hostel de 4,61, que tiene un grado “moderadamente de acuerdo” con las afirmaciones planteados, antes de recibir el servicio.

Además, en la tabla 21 se muestra la frecuencia con que los encuestados, respondieron a los ítems del Modelo ServQual, seguido de la ponderación, resultado de la multiplicación de la frecuencia por el valor de cada escala, para posterior determinar el total tanto de las frecuencias como de las ponderaciones, lo que se obtuvo la calificación final de cada afirmación, arrojando como resultado una calificación total del hostel de 4,52, que tiene un grado de “satisfecho”, después de recibir el servicio.

6.2.3.4 Dimensión de elementos tangibles

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

Tabla 34. Dimensión de elementos tangibles

| Afirmaciones | EXPECTATIVA | | | | PERCEPCIÓN | | | |
|---|-------------|---------------|------------|---------|------------|---------------|------------|---------|
| | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media |
| Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno. | 4,63 | 5 | 0,37 | 92% | 3,98 | 5 | 1,02 | 79% |
| Las instalaciones físicas del servicio son atractivas | 4,6 | 5 | 0,4 | 92% | 4,14 | 5 | 0,86 | 82% |
| El personal del servicio tiene una apariencia pulcra. | 4,53 | 5 | 0,47 | 90% | 4,41 | 5 | 0,59 | 88% |

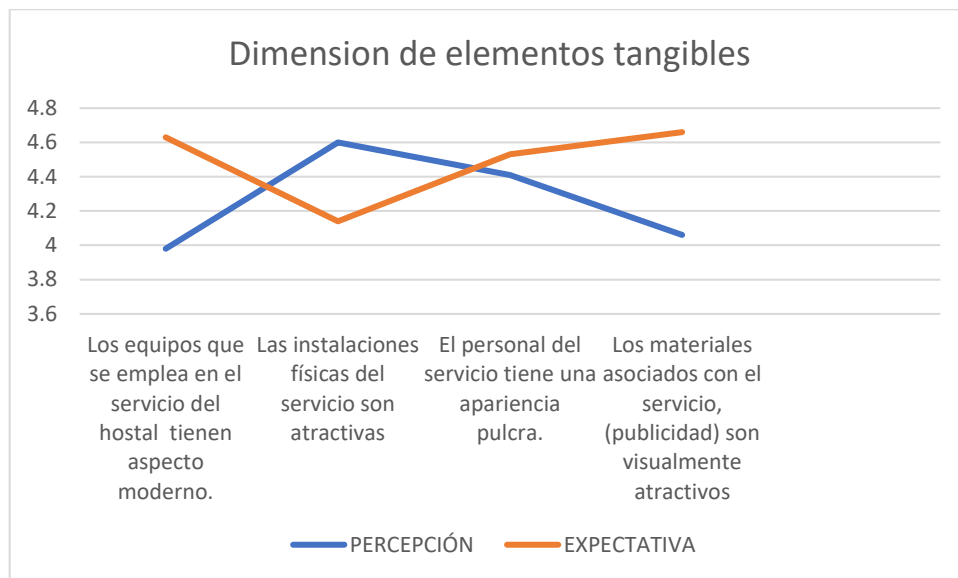
| | | | | | | | | |
|---|------|---|------|-----|------|---|------|-----|
| Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos | 4,66 | 5 | 0,34 | 93% | 4,06 | 5 | 0,94 | 81% |
| Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno. | 4,63 | 5 | 0,37 | 92% | 3,98 | 5 | 1,02 | 79% |

Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

A continuación, en la figura, se observa que las expectativas de los clientes del hostel “Inca”, son prácticamente de un mismo nivel en todas las dimensiones. Ocurre lo mismo en las percepciones, ya que hay una disminución de sus puntuaciones en todas las dimensiones, excepto en la 2.

Figura 10. Escala de resultado de la dimensión de elementos tangibles.



Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual

Elaboración: Jessica Vargas

6.2.3.5 Dimensión de empatía

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

Tabla 35. Dimensión de empatía

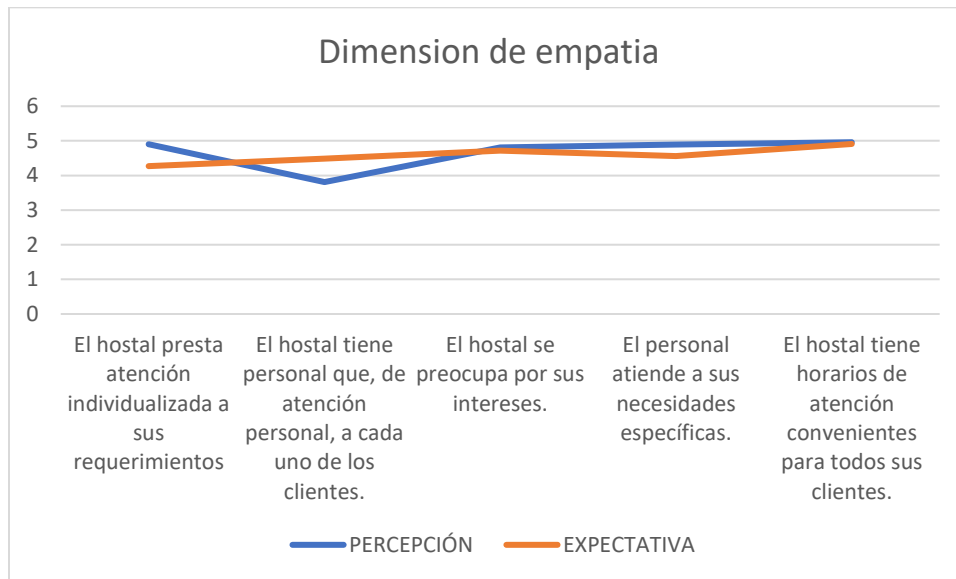
| Afirmaciones | EXPECTATIVA | | | | PERCEPCIÓN | | | |
|---|-------------|---------------|------------|---------|------------|---------------|------------|---------|
| | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media |
| Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno. | 4,9 | 5 | 0,1 | 98 % | 4,27 | 5 | 0,73 | 85% |
| Las instalaciones físicas del servicio son atractivas | 4,81 | 5 | 0,19 | 96 % | 4,49 | 5 | 0,51 | 89% |
| El personal del servicio tiene una apariencia pulcra. | 4,81 | 5 | 0,19 | 96 % | 3,72 | 5 | 0,28 | 74% |
| Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos | 4,89 | 5 | 0,11 | 97 % | 4,56 | 5 | 0,44 | 91% |
| Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno. | 4,96 | 5 | 0,04 | 99 % | 4,91 | 5 | 0,09 | 98% |

Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

A continuación, en la figura, se observa que las expectativas de los clientes del hostel "Inca", son prácticamente de un mismo nivel en todas las dimensiones. Ocurre lo mismo en las percepciones, que hay una disminución de sus puntuaciones en todas las dimensiones a excepción de la 1 y 2.

Figura 11. Escala de resultado de la dimensión de empatía.



Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

6.2.3.6 Dimensión de seguridad

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

Tabla 36. Dimensión de seguridad

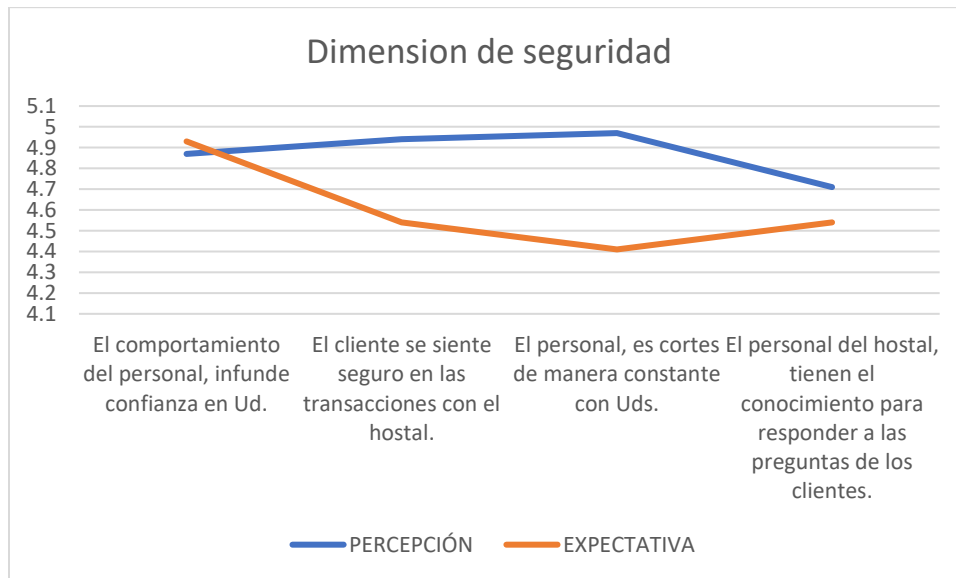
| Afirmaciones | EXPECTATIVA | | | | PERCEPCIÓN | | | |
|---|-------------|---------------|------------|---------|------------|---------------|------------|---------|
| | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media |
| El comportamiento del personal, infunde confianza | 4,87 | 5 | 0,13 | 97% | 4,93 | 5 | 0,07 | 98% |
| El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel. | 4,94 | 5 | 0,06 | 98% | 4,54 | 5 | 0,46 | 90% |
| El personal, es cortés de manera constante con Uds. | 4,97 | 5 | 0,03 | 99% | 4,41 | 5 | 0,59 | 88% |
| El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas | 4,71 | 5 | 0,29 | 94% | 4,54 | 5 | 0,46 | 90% |

Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas.

A continuación, en la figura, se observa que en las expectativas de los clientes del hostel “Inca”, son prácticamente existe una disminución del nivel en las dimensiones. Ocurre lo mismo en las percepciones, que hay un aumento de sus puntuaciones en todas las dimensiones, excepto en la última.

Figura 12. Escala de resultado de la dimensión de seguridad



Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

6.2.3.7 Dimensión de capacidad de respuesta

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

Tabla 37. Dimensión de capacidad de respuesta

| Afirmaciones | EXPECTATIVA | | | | PERCEPCION | | | |
|--------------|-------------|---------------|------------|---------|------------|---------------|------------|---------|
| | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media |
| | | | | | | | | |

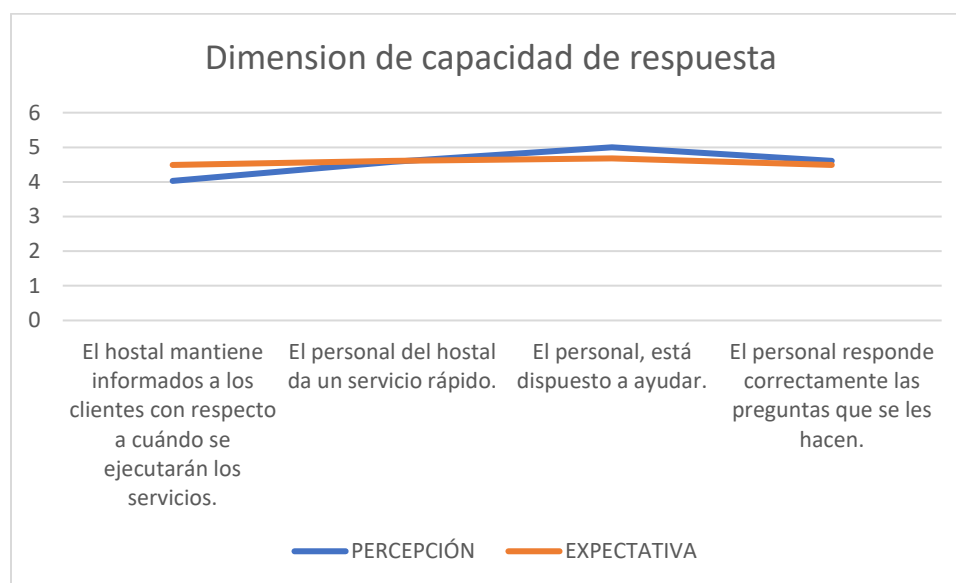
| | | | | | | | | |
|---|------|---|------|-------|------|---|------|-----|
| El hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. | 4,03 | 5 | 0,97 | 80 % | 4,49 | 5 | 0,51 | 89% |
| El personal del hostel da un servicio rápido. | 4,58 | 5 | 0,42 | 91 % | 4,61 | 5 | 0,39 | 92% |
| El personal, está dispuesto a ayudar. | 5,00 | 5 | 0 | 100 % | 4,68 | 5 | 0,32 | 93% |
| El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen. | 4,61 | 5 | 0,39 | 92 % | 4,49 | 5 | 0,51 | 89% |

Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

A continuación, en la figura, se observa que las expectativas de los clientes del hostel “Inca”, son prácticamente de un mismo nivel en todas las dimensiones. Ocurre lo mismo en las percepciones, que hay una disminución de sus puntuaciones en todas las dimensiones.

Figura 13. Escala de resultado de la dimensión de capacidad de respuesta



Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

6.2.3.8 Dimensión de fiabilidad

Para el proceso de medición de la dimensión de fiabilidad, se consideró el promedio de respuestas por pregunta, el máximo esperado es de 5, la diferencia del promedio por pregunta

y el máximo esperado y se concluye con el porcentaje de la media de las preguntas.

Tabla 38. Dimensión de fiabilidad

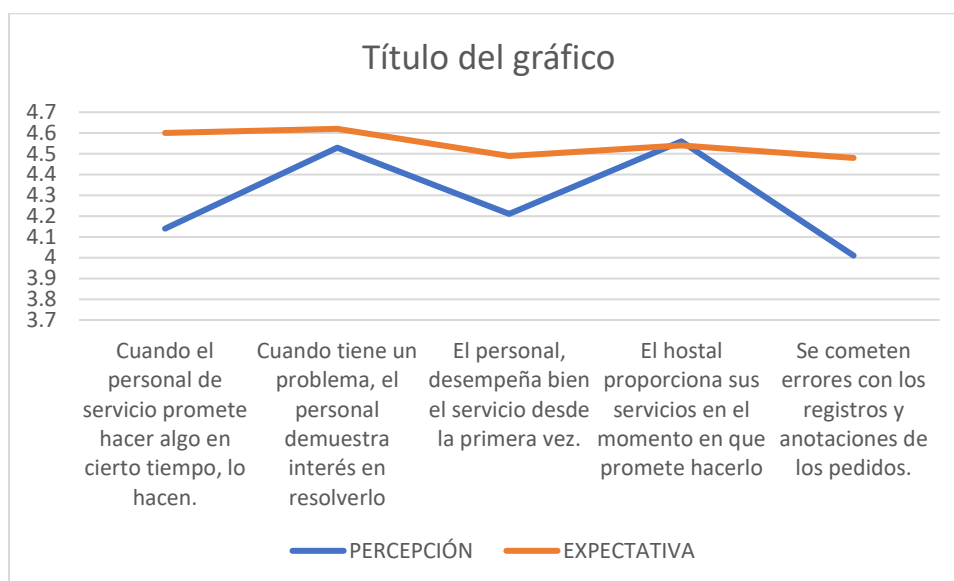
| Afirmaciones | EXPECTATIVA | | | | PERCEPCIÓN | | | |
|---|-------------|---------------|------------|---------|------------|---------------|------------|---------|
| | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media | Promedio | Máx. esperado | Diferencia | % Media |
| Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen. | 4,14 | 5 | 0,86 | 82% | 4,6 | 5 | 0,4 | 92% |
| Cuando tiene un problema, el personal demuestra interés en resolverlo | 4,53 | 5 | 0,47 | 90% | 4,62 | 5 | 0,38 | 92% |
| El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez. | 4,21 | 5 | 0,79 | 84% | 4,49 | 5 | 0,51 | 89% |
| El hostel proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo | 4,56 | 5 | 0,44 | 91% | 4,54 | 5 | 0,46 | 90% |
| Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos. | 4,01 | 5 | 0,99 | 80% | 4,48 | 5 | 0,52 | 89% |

Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

A continuación, en la figura, se observa que las expectativas de los clientes del hostel “Inca”, son prácticamente de un mismo nivel en todas las dimensiones. No ocurre lo mismo en las percepciones, ya que hay una disminución de sus puntuaciones en la pregunta 1 y 5.

Figura 14. Escala de resultado de la dimensión de fiabilidad.



Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

Una vez que se obtuvieron las mediciones de las expectativas y percepciones de los clientes, se realizó un análisis donde se compararon las expectativas y las percepciones de los 22 ítems del Modelo Servqual. A estas diferencias se les conoce como puntuaciones Servqual como se indica a continuación:

Tabla 39. Puntuaciones utilizadas por el modelo Servqual.

| Puntuación de Servqual: Percepción del Servicio – Expectativas del servicio | |
|---|--|
| Puntuación | =0 Existe calidad en el servicio |
| Puntuación | >0 Existe un excelente o extraordinario nivel de calidad |
| Puntuación | <0 Existe un déficit o falta de calidad (calidad deficiente) |

Fuente: Modelo Servqual

Elaboración: Jessica Vargas

Si dicho valor es positivo $P > E$, significara que la percepción supera a la expectativa y por lo tanto existe satisfacción en este ítem, por el contrario, si dicho valor es negativo $P < E$, significa que no se cumple con la expectativa y por lo tanto existe insatisfacción.

6.2.3.9 Análisis e interpretación de datos

Tabla 40. Análisis ServQual por dimensión

| Dimensiones | Afirmaciones | Percepción | Expectativa | Brecha |
|-------------------------------|---|------------|-------------|--------|
| Elementos Tangibles | Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno. | 4,63 | 3,98 | 0,65 |
| | Las instalaciones físicas del servicio son atractivas | 4,14 | 4,60 | -0,46 |
| | El personal del servicio tiene una apariencia pulcra. | 4,53 | 4,41 | 0,12 |
| | Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos | 4,66 | 4,06 | 0,6 |
| Empatía | El hostel presta atención individualizada a sus requerimientos | 4,90 | 4,27 | 0,63 |
| | El hostel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes. | 3,81 | 4,49 | -0,68 |
| | El hostel se preocupa por sus intereses. | 3,81 | 4,72 | -0,91 |
| | El personal atiende a sus necesidades específicas. | 4,89 | 4,56 | 0,33 |
| | El hostel tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes. | 4,96 | 4,91 | 0,05 |
| Seguridad | El comportamiento del personal, infunde confianza en Ud. | 4,87 | 4,93 | -0,06 |
| | El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel. | 4,94 | 4,54 | 0,4 |
| | El personal, es cortes de manera constante con Uds. | 4,97 | 4,41 | 0,56 |
| | El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes. | 4,71 | 4,54 | 0,17 |
| Capacidad de respuesta | El hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. | 4,03 | 4,49 | -0,46 |
| | El personal del hostel da un servicio rápido. | 4,58 | 4,61 | -0,03 |
| | El personal, está dispuesto a ayudar. | 5,00 | 4,68 | 0,32 |
| | El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen. | 4,61 | 4,49 | 0,12 |
| Fiabilidad | Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen. | 4,14 | 4,60 | -0,46 |
| | Cuando tiene un problema, el personal demuestra interés en resolverlo | 4,53 | 4,62 | -0,09 |
| | El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez. | 4,21 | 4,49 | -0,28 |
| | El hostel proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo | 4,56 | 4,54 | 0,02 |
| | Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos. | 4,01 | 4,48 | -0,47 |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

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

Las dimensiones resaltadas con rojo son aquellas donde existen mayores problemas.

6.2.3.10 Análisis de brechas por dimensiones

Tabla 41. Análisis ServQual

| Promedio | Elementos tangibles | Empatía | Seguridad | Capacidad de respuesta | Fiabilidad | TOTAL |
|-------------------|---------------------|---------|-----------|------------------------|------------|-------------|
| Percepcion | 4,48 | 4,59 | 4,87 | 4,38 | 4,29 | 4,52 |
| Expectativa | 4,26 | 4,67 | 4,60 | 4,56 | 4,54 | 4,54 |
| ICS | 0,22 | -0,08 | 0,27 | -0,18 | -0,25 | |
| ICS GLOBAL | -0,02 | | | | | |

Fuente: SPSS Statics

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

Se procedió a sacar una calificación promedio de cada dimensión tanto de la expectativa como la percepción del cliente, luego se procede a realizar la diferencia de los promedios obteniendo la brecha de las dimensiones del modelo Servqual.

Se observa que las percepciones en la gran mayoría no supera las expectativas; es decir, las expectativas no fueron alcanzadas en gran mayoría, se identifica como dimensión más crítica la fiabilidad con una brecha de -0,25, seguida de la capacidad de respuesta con -0,18, las dimensiones menos críticas son de seguridad y elementos tangibles con 0,22 y 0,27.

Se calculo el índice global de calidad de servicio a partir de la realización de los promedios, tanto de las expectativas como de las percepciones de cada una de las dimensiones donde se

aprecia que es de -0,02, al ser positivo, evidencia que las expectativas del cliente no están siendo cubiertas por la percepción que éste tiene del servicio que se le está brindando.

Por último, en el nivel de satisfacción, se muestra una prevalencia promedio de 4,52, lo que arroja en términos generales una percepción del servicio que se reconocen asumir estar “satisfechos” con el servicio recibido. No obstante, debe destacarse que no se cumplen las expectativas iniciales de los clientes.

6.2.3.11 Evaluación general del servicio brindado por el hostel “Inca”

Se consideró el promedio de respuestas por pregunta, para determinar un promedio global de cada dimensión, dividido para el máximo que es de 5, y se concluye con el porcentaje de la media de las dimensiones.

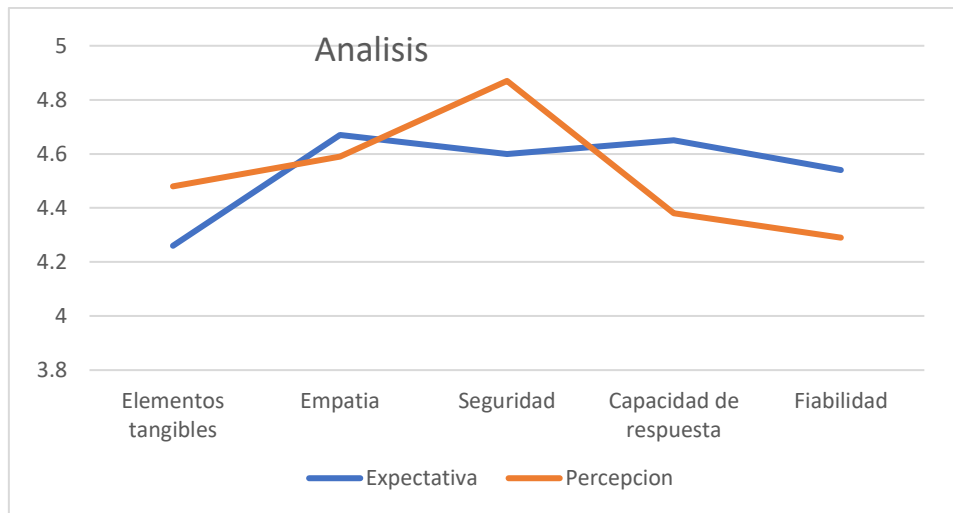
Tabla 42. *Análisis general de dimensiones.*

| DIMENSIONES | EXPECTATIVAS | | PERCEPCIONES | |
|-------------------------------|---------------------|--------------|---------------------|------------|
| ELEMENTOS TANGIBLES | 4,26 | 85,2% | 4,48 | 89,6% |
| EMPATÍA | 4,67 | 93,4% | 4,59 | 91,8% |
| SEGURIDAD | 4,60 | 92% | 4,87 | 97,4% |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | 4,56 | 91,2% | 4,38 | 87,6% |
| FIABILIDAD | 4,54 | 90,8% | 4,29 | 85,8% |
| TOTAL, GLOBAL | 4,54 | 90,8% | 4,52 | 90% |

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta del Modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

Figura 15. Escala de resultado del análisis general de dimensiones



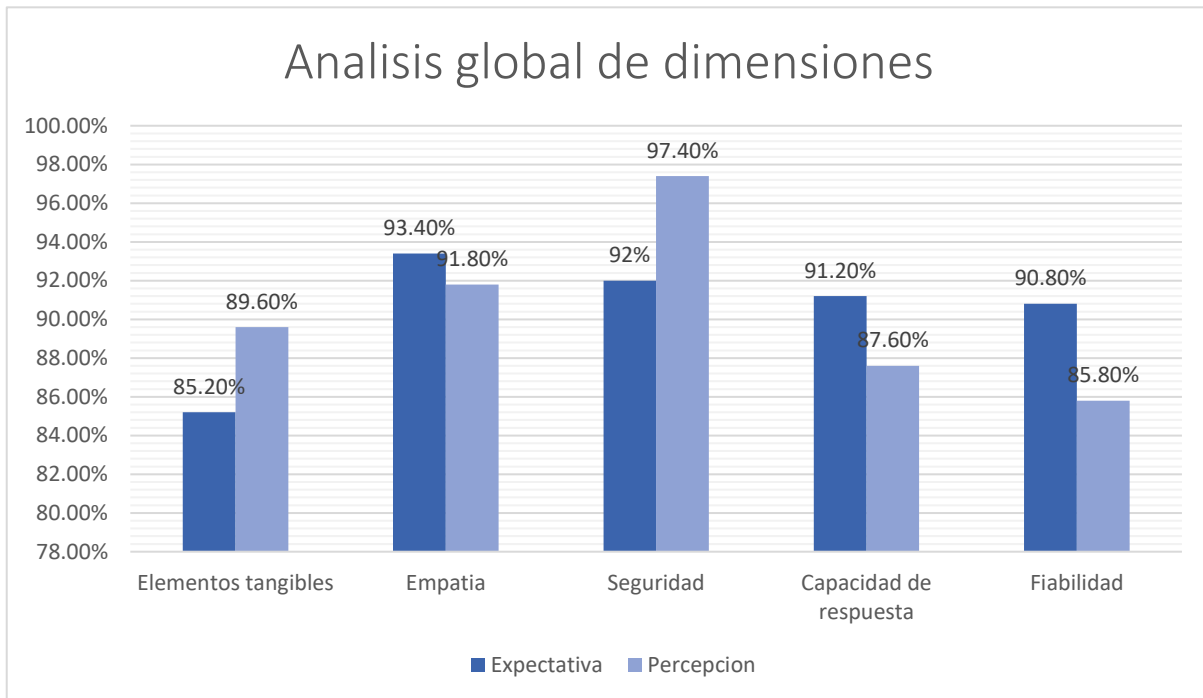
Fuente: Datos obtenidos de la encuesta del Modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

En la figura 15, se visualiza las dimensiones totales de la calidad del servicio del hostel “Inca”, de acuerdo a las expectativas de los clientes, las calificaciones promedio fueron: 4,26 para elementos tangibles; 4,67 para empatía; 4,60 para seguridad; 4,65 para capacidad de respuesta y 4,54 para fiabilidad. Se evidencia que los usuarios tienen una mejor expectativa de aquellos atributos que tienen que ver con la empatía y capacidad de respuesta.

Asimismo, se visualiza las dimensiones totales de la calidad del servicio del hostel “Inca”, de acuerdo a las percepciones de los clientes, las calificaciones promedio fueron: 4,48 para elementos tangibles; 4,59 para empatía; 4,87 para seguridad; 4,38 para capacidad de respuesta y 4,29 para fiabilidad. Se evidencia que los usuarios tienen una mejor percepción de aquellos atributos que tienen que ver con la seguridad y empatía.

Figura 16. Escala de resultado en porcentajes del análisis general de dimensiones-expectativas



Fuente: datos obtenidos de la encuesta del modelo Servqual.

Elaboración: Jessica Vargas

En la figura 16, las dimensiones superan el 80% que, de acuerdo a la escala de Likert, se encuentra “moderadamente de acuerdo” con las afirmaciones planteadas, y se encuentran “satisfechos”, con el servicio otorgado por el hostel, de acuerdo a los datos obtenidos de mediante el Modelo Servqual.

6.2.3.12 Análisis General

En el análisis, las variables fueron: elementos tangibles, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad. Los resultados obtenidos, muestran que las percepciones tienen una fiabilidad 0.962, de forma similar, las expectativas tienen 0.966, lo que indica que el instrumento de medición tiene una excelente adecuación muestral.

En cuanto a la dimensión de elementos tangibles, la afirmación más significativa de insatisfacción fue: -0,46; las instalaciones físicas del servicio son atractivas.

Para la dimensión de empatía, las afirmaciones más significativas en cuanto a insatisfacción

fueron: -0,68; el hostel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes; y -0,91, el hostel se preocupa por sus intereses.

En la dimensión que evaluó la seguridad, se obtuvo que la afirmación más significativa de insatisfacción fue: -0,06; el comportamiento del personal, infunde confianza en Ud.

Asimismo, en la dimensión de capacidad de respuesta las afirmaciones más significativas en cuanto a insatisfacción fueron: -0,46, el hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.; -0,03, el personal del hostel da un servicio rápido.

Y finalmente la dimensión de fiabilidad, las afirmaciones más significativas en cuanto a insatisfacción fueron: -0,46, cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen; -0,09, cuando tiene un problema, el personal demuestra interés en resolverlo; -0,28, El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez y -0.47, Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos. Es así que, en estos ítems, es en donde existen mayores problemas.

Por otro lado, tenemos que la dimensión más alejada del valor negativo es la seguridad, lo que significa que las principales variables de insatisfacción están en las dimensiones de elementos tangibles, empatía, fiabilidad, y capacidad de respuesta.

La aplicación del cuestionario para obtener las expectativas y percepciones de los clientes de la hostería, permitió evaluar la satisfacción global de los mismos en cuanto a la calidad del servicio brindado en la hostería, para lo cual, se obtuvo una calificación global de 82% de satisfacción.

6.2.4 Análisis de las entrevistas

En la entrevista dada por el Gerente General del Hostel Inca (Ver Anexo 8), nos supo manifestar que actualmente no cuentan con una forma correcta de medir la satisfacción del cliente, solamente les comunican o preguntan esto de manera verbal al momento del check out, lo cual nos hizo observar que esto se necesita bastante, ya que, aunque están conformes con

los servicios que esta brindado este mismo actualmente, tenemos que tener una constancia de que el cliente también está satisfecho con el mismo.

Actualmente los empleados del hostel manifestaron en la entrevista (Ver Anexo 9) que es un hostel de una sola estrella y que tampoco hay como pedirle mucho más de lo que ya posee a no ser que queramos que suba de categoría, por lo tanto, manifestaron que algo que si se quejan los clientes es de la falta de garaje ya que muchas veces no tienen donde dejar el carro, pero han optado por hacer un convenio con un garaje publico cercano al hostel. También manifestaron que no han recibido una capacitación con el tema de servicio al cliente por parte del hostel, que yo creo que es fundamental para mejorar el trato con los huéspedes.

Tabla 43. Matriz FODA, factores internos

| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---|--|
| <p>O1. Nuevas políticas gubernamentales encaminadas a favorecer a los sectores turísticos.</p> <p>O2. Vías de acceso en buen estado.</p> <p>O3. Alto ingreso de turismo por el desarrollo del festival internacional de artes vivas, que genera ingresos en el mes de noviembre.</p> <p>O4. Presencia de actividad comercial y de negocio</p> <p>O5. Desarrollo e Innovación tecnológica en el país.</p> <p>O6. Generación de fuentes de empleo a la comunidad.</p> <p>O7. Existencia en el medio empresas e instituciones que pueden brindar capacitaciones en temas turísticos.</p> <p>O9. Capacitaciones que brinda el MINTUR</p> <p>O10. Proyecto de regeneración urbana en proceso de inauguración</p> | <p>A1. Entrada de nuevos competidores.</p> <p>A2. Desempleo por la pandemia COVID.</p> <p>A3. Inestabilidad económica del país.</p> <p>A4. Incertidumbre del entorno por el COVID-19.</p> <p>A5. Migración.</p> <p>A6. Inflación.</p> <p>A7. Cambio climático.</p> <p>A8. Competidores con estructuras y servicios similares.</p> <p>A9. Nuevo perfil del turista.</p> <p>A10. Cambios en las decisiones políticas del estado.</p> <p>A11. Bajo crecimiento industrial, de la provincia de Loja.</p> <p>A12. No existe equipos modernos para la prestación del servicio.</p> <p>A13. El personal del hostel no brinda atención personal, a cada uno de los clientes.</p> <p>A14. Los empleados no prestan un servicio rápido a las atenciones del cliente, no desempeña correctamente sus funciones y no cumplen con el tiempo prometido para prestar el servicio.</p> |

Fuente: Proyecto de Investigación.

Elaboración: Jessica Vargas

6.2.5 Matriz FODA cruzado

Tabla 44. FODA Cruzado

| | | |
|---|--|---|
| <p>INTERNO</p> <p>EXTERNO</p> | <p>FORTALEZAS-F</p> <p>F1. La empresa posee varios años de experiencia en el servicio de alojamiento. F2. Precios accesibles y cómodos F3. Atención las 24 horas. F4. Tiene marca establecida. F5. Buena relación empleado-empleador F6. Buena ubicación F7. Registrado en el Ministerio de Turismo F8. Buena relación con los proveedores F9. Clientes frecuentes y leales F10. Uso adecuado de las normas de bioseguridad.</p> | <p>DEBILIDADES-F</p> <p>D1. No cuenta con una infraestructura moderna D2. No cuenta con diseño organizacional de la empresa D3. No tiene definido sus objetivos, misión, visión y valores, carece de cultura organizacional documentada. D4. Limitado personal de servicio, para atención al cliente D5. El personal no es profesional en el área de turismo u hospitalidad D6. No tiene alianzas estratégicas empresariales. D7. Débil posicionamiento de la imagen en el mercado D8. No cuenta con una infraestructura física amplia. D9. No cuenta una amplia variedad de servicios turísticos. D10. Carece de evaluaciones formales de servicio al cliente. D11. Falta publicidad en diferentes plataformas digitales. D11. Deficiente cumplimiento de la normativa ambiental. D12. No se cumple las facilidades para las personas con capacidades especiales.</p> |
| | <p>OPORTUNIDADES- O</p> <p>O1. Nuevas políticas gubernamentales encaminadas a favorecer a los sectores turísticos. O2. Vías de acceso en buen estado. O3. Alto ingreso de turismo por el desarrollo del festival internacional de artes vivas, que genera ingresos en el mes de noviembre. O4. Presencia de actividad comercial y de negocio O5. Desarrollo e Innovación tecnológica en el país. O6. Generación de fuentes de empleo a la comunidad. O7. Existencia en el medio empresas e instituciones que pueden brindar capacitaciones en temas turísticos. O9. Capacitaciones que brinda el MINTUR O10. Proyecto de regeneración urbana en proceso de inauguración</p> | <p>ESTRATEGIAS F-O</p> <p>Evaluar detenidamente el servicio que brinda el hostel, F2, O1, O4, O5. Diseñar de un tríptico de los servicios que oferta el hostel, F1, F2, F3, F4, O1, O2, O3, O6, O7. Participar en ferias y congresos de turismo, con el fin de que el hostel se dé a conocer, F1, F2, F3 F6, O1, O2, O3, O6, O7.</p> |

| AMENAZAS-A | ESTRATEGIAS F-A | ESTRATEGIAS D-A |
|---|--|---|
| <p>A1. Entrada de nuevos competidores. A2. Desempleo por la pandemia COVID. A3. Inestabilidad económica del país. A4. Incertidumbre del entorno por el COVID-19. A5. Migración. A6. Inflación. A7. Cambio climático. A8. Competidores con estructuras y servicios similares. A9. Nuevo perfil del turista. A10. Cambios en las decisiones políticas del estado. A11. Bajo crecimiento industrial, de la provincia de Loja. A12. No existe equipos modernos para la prestación del servicio. A13. El personal del hostel no brinda atención personal, a cada uno de los clientes. A14. Los empleados no prestan un servicio rápido a las atenciones del cliente</p> | <p>Realizar campañas publicitarias para adquirir posicionamiento en el mercado y poder competir en él, F1, F2, F3, F4, F6, A1. Implementar promociones de los servicios que ofrece para generar mayor demanda F2, A1, A8, A9.</p> | <p>Gestionar su funcionamiento acorde a las normativas y regulaciones vigentes, D9, D10. A13. Contratar personal profesional para la atención al cliente, D3, A8. Adecuar la infraestructura para personas con capacidades especiales, D10, A8, A13. Mejorar la calidad del servicio en las dimensiones de elementos tangibles, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad, D1, D2, D3, D4, D6, D7, D8, A13, A14.</p> |

Fuente: Observación directa

Elaboración: Vargas Carrión Jessica

6.2.6 Objetivos estratégicos

Tabla 45. *Objetivos estratégicos*

| Objetivos estratégicos resultados del FODA | Objetivos estratégicos para mejorar la calidad | Objetivos estratégicos para recomendaciones |
|---|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar material publicitario de los servicios que oferta el hostel. 2. Establecer una estructura organizacional de la empresa que le permita una mejor administración interna. 3. Diseñar la misión, visión, y valores del hostel. 4. Implementar un sistema de evaluación formal de servicio al cliente. 5. Realizar convenios con empresas públicas y privadas. 6. Crear una página web del hostel. 7. Potenciar la marca de la empresa mediante rótulos publicitarios. 8. Implementar un plan de capacitación al personal en atención al cliente 9. Realizar campañas publicitarias para ganar posicionamiento en el mercado y enfrentar a posibles nuevos competidores. 10. Implementar promociones de los servicios que ofrece para generar mayor demanda. 11. Gestionar su funcionamiento acorde a las normativas y regulaciones vigentes. 12. Adecuar la infraestructura para personas con capacidades especiales. 13. Contratar más personal para la atención al cliente. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer una estructura organizacional de la empresa que le permita una mejor administración interna. 2. Diseñar los objetivos, misión, visión, y valores de la hostería. 3. Implementar un sistema de evaluación formal de servicio al cliente. 4. Crear una página web del hostel. 5. Implementar un plan de capacitación al personal en atención al cliente | <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar material publicitario de los servicios que oferta el hostel. 2. Potenciar la marca de la empresa mediante rótulos publicitarios. 3. Realizar campañas publicitarias para ganar posicionamiento en el mercado y enfrentar a posibles nuevos competidores. 4. Implementar promociones de los servicios que ofrece para generar mayor demanda. 5. Gestionar su funcionamiento acorde a las normativas y regulaciones vigentes. 6. Adecuar la infraestructura para personas con capacidades especiales. 7. Contratar más personal para la atención al cliente. |

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Jessica Vargas

6.3 Desarrollo de un plan de mejora en la calidad de servicio turístico para el hostel “Inca” de la Ciudad, Cantón y Provincia de Loja”.

6.3.1. Detección de problemas

En este apartado se busca identificar los posibles problemas actuales del proceso del servicio del hostel “Inca”, que los clientes perciben, con el fin de proponer un plan de mejoras enfocado en el servicio, que se vea reflejado en el aumento del nivel de satisfacción del cliente.

A partir de los resultados obtenidos mediante la encuesta del Modelo Servqual, se procedió a determinar los problemas de cada dimensión, para lo cual se tomó en consideración los que tienen mayor insatisfacción.

Tabla 46. Detección de problemas

| Problemas dimensiones | | |
|-------------------------------|--|--|
| Dimensión | Problemas | Causas |
| Elementos Tangibles | <ul style="list-style-type: none"> Las instalaciones físicas del servicio no son atractivas | Falta de inversión. |
| Empatía | <ul style="list-style-type: none"> El hostel no tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes El hostel no se preocupa por suficiente por los intereses de los clientes. | Falta de personal para la atención al cliente. |
| Seguridad | <ul style="list-style-type: none"> El comportamiento del personal, no infunde confianza en los clientes. | Falta de capacitaciones. |
| Capacidad de Respuesta | <ul style="list-style-type: none"> El hostel no mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. El personal del hostel da un servicio rápido. | Falta de capacitaciones y creación de redes sociales del hostel. |
| Fiabilidad | <ul style="list-style-type: none"> Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, no lo hacen. Cuando el cliente tiene un problema, el personal no demuestra suficiente interés en resolverlo. El personal, desempeña bien el servicio desde la primera vez. | Falta de capacitaciones. |

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Jessica Vargas

A continuación, se estructuró el plan de mejoras de acuerdo a los resultados obtenidos, para dar solución a los problemas encontrados.

6.3.2. Principales causas del problema

Después del análisis de las fortalezas y debilidades y la encuesta en base al modelo ServQual, se llegó a la identificación de la causa principal de todas las deficiencias o problemas existentes es: la falta de capacitación al personal que labora en el hostel y la inexistencia de información en diferentes plataformas digitales, como redes sociales o página web propia del establecimiento.

6.3.3. Objetivos de mejora

1. Aumento en un 90% el desarrollo del personal de los trabajadores de la empresa y su inherencia a los valores de la misma.
2. Optimizar la gestión general y direccional de la empresa en un 20%.
3. Mejorar la imagen corporativa empresarial en un 60%.
4. Implementar una herramienta de medición de la calidad de servicio.

Objetivos específicos:

5. Fortalecer valores empresariales en un 30% analizando la cultura organizacional.
6. Fortalecer el desarrollo del personal.
7. Fortalecer el control de la gestión empresarial.
8. Mejorar y mantener la satisfacción del cliente en un 70%.

La consecución de estos aspectos puede suponer el aumento de ventajas competitivas con respecto a la competencia y la mejora de la percepción de imagen de la organización como preparada, eficaz, transparente, accesible a los usuarios, adaptada a los cambios del entorno y que apuesta por la mejora continua.

6.3.4. Propuestas de mejoramiento

Tabla 47. Propuesta de mejoramiento de calidad de servicio

| Problemas: | | | | | | |
|---|---|---------------|--|--------------------------------|----------------------------------|--------------------|
| - Las instalaciones físicas del servicio no son atractivas. | | | | | | |
| Estrategia: | | | | | | |
| - Modernizar el equipamiento de servicio del hostel | | | | | | |
| Actividades y subactividades | Indicador | Tiempo | Metas | Recursos | Responsable | Presupuesto |
| Contratación de un mejor internet, debido a que en la actualidad es una necesidad, algo indispensable. Adquisición de nuevos televisores más modernos en los que se pueda sintonizar bien los canales, para mejor estadía de los clientes. | El número de clientes que tienen opiniones positivas sobre el hostel. | Corto plazo | Lograr que el área de recepción sea atractiva para el cliente y que se sienta a gusto en su estadía. | Económico y Humano Tecnológico | Gerente y Propietario del hostel | \$1450 |

Fuente: Adaptación de la metodología del MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas

Problemas:

- El hostel no tiene personal que da atención personalizada.
- Cuando el personal de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, no lo logra.
- El personal, no desempeña bien el servicio desde la primera vez.

Estrategia Sugerida:

- Realizar capacitaciones continuas para los empleados del hostel.

| Actividades y subactividades | Indicador | Tiempo | Metas | Recursos | Responsable | Presupuesto |
|---|---|---------------|--|---|---|-------------|
| Realizar capacitaciones al personal de servicio, en temas como: Atención al cliente, Presentación personal, Hospitalidad, etc, con ayuda de un convenio con el MINTUR | Cuatro capacitaciones al año, cada tres meses, al 100% del personal de servicio. 100% del personal capacitado | Mediano Plazo | El personal pueda brindar una atención personalizada Generar una mejor percepción de los clientes acerca del servicio prestado por el personal de la empresa. | Económico. Humanos. Tecnológicos. | Gerente del hostel. Ministerio de Turismo. | Gratis |

Fuente: Adaptación de la metodología del MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas

Desarrollo de la propuesta:

Mediante el plan de capacitaciones también se podrá mejorar las aptitudes de los empleados y asegurar que la información que se brinde es la correcta, debido a que se realizaran capacitaciones prácticas a los meseros para fortalecimiento de sus conocimientos y capacidades.

Tabla 48. Plan de capacitación

| Temática | Dirigido | Mes | Tiempo y duración | Horario | Forma teórico/practico | Lugar | Entidad convenio | Conferencia | Precio por capacitación |
|--|------------------------|-----------|--|--|------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Expresión oral y escrito, con orientación al sector hotelero • Ética profesional y liderazgo • Control y toma de decisiones • Pasos y coordinación para el trabajo en equipo • Seguridad en el trabajo | Todo el personal | noviembre | 1 hora diaria (martes a viernes) durante 1 mes Total, 16 horas. | En horarios que no dificulte el normal desarrollo de las actividades | Teórico y practico | Salón de la cámara de turismo | Convenio con empresas públicas | Curso otorgado por el MINTUR. | Gratuito para todo el personal |
| <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos de la administración estratégica aplicados al sector hotelero • Técnicas para el desarrollo organizacional en centros de aojamiento. | Gerente Administrativo | diciembre | 1 hora diaria (martes a viernes) durante 1 mes Total, 16horas. | En horarios que no dificulte el normal desarrollo de las actividades | Teórico y practico | Salón de la cámara de turismo | Convenio con empresas públicas | Curso otorgado por el MINTUR. | Gratuito para todo el personal |
| <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas para la aplicación del check in check out. • Manejo de páginas de internet de servicios y atractivos locales | Recepcionista | enero | 1 hora diaria (martes a viernes) durante 1 mes Total, 16 horas. | En horarios que no dificulte el normal desarrollo de las actividades | Teórico y practico | Salón de la cámara de turismo | Convenio con empresas públicas | Curso otorgado por el MINTUR. | Gratuito para todo el personal |

Fuente: Observación directa

Elaboración: Jessica Vargas

| Problema: | | | | | | |
|---|--|---------------|---|---------------------|--------------------------------|--------------------|
| - El hostel no se preocupa por los intereses de los clientes. | | | | | | |
| Estrategia Sugerida: | | | | | | |
| - Proponer un plan de fidelización para los clientes del hostel. | | | | | | |
| Actividades y subactividades | Indicador | Tiempo | Metas | Recursos | Responsable | Presupuesto |
| Realizar promociones para fidelizar a los clientes. Dirigido a los servicios de alojamiento que ofrece el hostel. Ofrecer precios accesibles y cómodos para el bienestar del cliente. | Aumentar la cantidad de Clientes fidelizados en el hostel. Al cabo de 12 meses aumentar las utilidades el número de ventas. | Largo plazo | Lograr que el cliente se sienta más cómodo con el servicio del hostel y se pueda aumentar ventas en el mismo. | Económico Humano | Gerente Personal del hostel | \$550 |

Fuente: Adaptación de la metodología del MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas

Desarrollo del plan de descuentos para fidelización

Tabla 49. Plan de descuentos para fidelización

| AREA O PROTOTIPO | PRODUCTO | SEGMENTOS | MERCADOS | CANALES PROMOCION | CANALES DE DISTRIBUCION |
|--------------------|--|---|---|---|---|
| ALOJAMIENTO | Descuentos del 10% grupos mayores de 10 personas en habitación estándar, doble o triple. | Estudiantes Grupos familiares Solteros Empleados públicos y privados Turistas | Colegios y universidades de la ciudad Loja Empresas privadas y públicas de la ciudad de Loja | - Anuncios en la radio - Afiche en terminales aéreas y terrestres - página privada del hostel. - Agencias de turismo local - Redes sociales | - Portal web - Terminales de Loja y Cuenca. - blogs - agencias de turismo receptivo. |

Fuente: Observación directa

Elaboración: Vargas Jessica

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

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

- Servicio Alojamiento

Alcanzar una ocupación promedio de 4 Hab/día, con una tarifa promedio de \$ 15,0

Estrategia

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

Tabla 50 Presupuesto referencial por año

| MES | ACTIVIDAD | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|-----------------------|---|---------------|-------------|
| Enero hasta Diciembre | Publicar en página web del hostel. Anuncios en la radio (luz y vida) Publicaciones en redes sociales del hostel Elaboración de Afiches | \$ 45.8 | \$ 550 |

Fuente: observación directa-cotización

Elaboración: Jessica Vargas

Tabla 51 Presupuesto de medios publicitarios

| PLAN DE MEDIOS DEL HOSTAL INCA | | |
|--------------------------------|-----------------------|--|
| LUGAR | CANAL | DESCRIPCIÓN |
| LOJA | Página web | Solo se lo realizara en la página oficial de la institución. Actualización cada mes. |
| | Radio | Cuña radio en la radio luz y vida 88.1 Costo \$3.50 más IVA. Duración: 45 segundos 1 cuña por semana: 50 cuñas. \$ 150 al año más IVA. |
| | Redes sociales | Publicaciones en Instagram (página propia) Anuncios en Facebook (\$30 mensuales) para llegar a un aproximado de 10.000 personas. \$ 360 al año |
| LOJA Y CUENCA | Afiches | Publicidad en los terminales de Loja y Cuenca 1 diseño de afiche: \$20 Impresión de 100 Afiches: \$25 |

Fuente: observación directa-cotización

Elaboración: Jessica Vargas

| Problema: | | | | | | |
|---|--|---------------|---|----------------------|--------------------|--------------------|
| - El comportamiento del personal, no genera confianza en los clientes. | | | | | | |
| Estrategia: | | | | | | |
| - Realizar programas para motivar a los empleados del Hostal "Inca". | | | | | | |
| Actividades y subactividades | Indicador | Tiempo | Metas | Recursos | Responsable | Presupuesto |
| Elegir el mejor empleado cada mes. Dirigida a todos los empleados del hostel para otorgar incentivos. Horas extras bien remuneradas. Vacaciones correspondientes, para que así los empleados ofrezcan la mayor satisfacción al cliente | El número de clientes satisfecho con el servicio personalizado. Al cabo de 6 meses el 50% de los trabajadores aumenten su rendimiento en el trabajo. El número de empleados que permanecen prestando sus servicios en el hostel | Mediano plazo | Lograr el compromiso de los empleados con la empresa. Clientes satisfechos | Económico Humanos | Gerente | \$300 |

Fuente: Adaptación de la metodología del MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas

Desarrollo de la propuesta

Este va dirigido a los empleados que desempeñan un mayor rendimiento en sus actividades desempeñadas las condiciones se detallan a continuación:

Tabla 52 *Incentivo de mejor empleado del mes*

| Área | Actividades | Meta a alcanzar | Recompensa |
|----------------------------|---|--|--------------------------------------|
| Camarera Lavandería | y Limpieza de habitaciones y lencería de las mismas | No tener quejas del mal arreglo de las habitaciones y limpieza de la lencería. | Reconocer al mejor empleado del mes. |
| Recepción | Atención al cliente | Lograr que el cliente se sienta satisfecho desde el primer día. | Reconocer al mejor empleado del mes. |

Fuente: Observación directa

Elaboración: Vargas Jessica

Tabla 53 *Incentivos de elección*

| Nombre del empleado | Meta | Supervisor | Recompensa |
|---------------------|--|---------------|---|
| Empleado 1 | Tener mayor reconocimiento de empleado del mes | Administrador | <ul style="list-style-type: none"> - Elección de vacaciones - Viaje con todo pagado - Reconocimiento de mejor empleado del mes - Bono económico |

Fuente: Observación directa

Elaboración: Vargas Jessica

| Problema: | | | | | | |
|---|--|---------------|--|---|--|--------------------|
| - El hostel no mantiene informados a los clientes acerca de sus servicios. | | | | | | |
| Estrategia Sugerida: | | | | | | |
| - Diseñar un plan estratégico de comunicación digital mediante redes sociales y página web | | | | | | |
| Actividades y subactividades | Indicador | Tiempo | Metas | Recursos | Responsable | Presupuesto |
| <p>Crear una página web en la que destaque fechas de atención al cliente y diferentes ofertas que pueda tener el hostel para atraer a los clientes.</p> <p>Crear redes sociales para promocionar y dar a conocer los servicios que presta el hostel</p> | <p>Al cabo de 3 meses poder ubicarse en las diferentes redes sociales para posicionar el hostel de mejor manera. El número de visitas a la página web, el número de comentarios, el número de reacciones positivas</p> | Corto plazo | <p>Posicionar a la empresa en internet y diferentes redes sociales.</p> <p>Informar a los clientes sobre los servicios y promociones del establecimiento hotelero.</p> <p>Interactuar con los clientes del hostel.</p> | <p>Económico</p> <p>Tecnológico</p> <p>Humano</p> <p>Materiales</p> | <p>Gerente</p> <p>Personal para manejar las redes sociales</p> | \$456 |

Fuente: Adaptación de la metodología del MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas

Desarrollo de la propuesta

Para cumplir con este objetivo se realizó una cotización de todos los medios publicitarios y se detalla a continuación:

Tabla 54 *Presupuesto referencial por año*

| MES | ACTIVIDAD | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|-----------------------|---|---------------|-------------|
| Enero hasta Diciembre | Crear y publicar en página web sobre los servicios que brinda el hostel. Publicaciones y creación de redes sociales para el hostel. | \$ 59.17 | \$ 710 |

Fuente: observación directa-cotización

Elaboración: Jessica Vargas

Tabla 55 *Presupuesto de medios publicitarios*

| PLAN DE MEDIOS DEL HOSTAL INCA | |
|--------------------------------|--|
| CANAL | DESCRIPCIÓN |
| Página web | Se realizará en la página oficial de la institución por un diseñador. \$100 Actualización cada mes. |
| Redes sociales | Publicaciones y anuncios en Instagram (página propia) para llegar a 25000 personas. \$250 |
| | Anuncios en Facebook (30 dólares mensuales) para llegar a un aproximado de 10.000 personas. \$ 360 al año |
| | Twitts en Twitter acerca de las promociones y servicios que brinda el hostel |

Fuente: observación directa-cotización

Elaboración: Jessica Vargas

| Problema: | | | | | | |
|---|---|------------------------------|--|--|--------------------------------------|--------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - El personal del hostel no da un servicio rápido. | | | | | | |
| Estrategia Sugerida: | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la gestión administrativa empresarial - Crear un sistema de evaluación de la calidad de servicio que presta el hostel | | | | | | |
| Actividades y subactividades | Indicador | Tiempo | Metas | Recursos | Responsable | Presupuesto |
| <p>Construir manuales de funciones de puesto en ejecución el proyecto. Se debe detallar el perfil necesario para cumplir cada puesto, la dependencia y las funciones que debe realizar, para satisfacer al cliente con calidad y calidez. Implementar un sistema de medición de la calidad de servicio.</p> | <p>Tener el manual de funciones al cabo de 6 meses, para que los clientes obtengan la satisfacción con el servicio prestado. El número de clientes satisfechos.</p> | <p>Mediano y largo Plazo</p> | <p>Lograr que el empleado conozca sus funciones para dar un mejor servicio al cliente. Tener documentado los aspectos importantes los aspectos importantes de la gestión administrativa del hostel</p> | <p>Humano Material Económico</p> | <p>Gerente y personal del hostel</p> | <p>\$150</p> |

Fuente: Adaptación de la metodología del MINTUR

Elaboración: Jessica Vargas

Desarrollo de la propuesta mejorar la gestión administrativa empresarial

Los manuales son desarrollados en base al perfil, requisitos de formación, funciones a desarrollar y dependencia, los manuales son desarrollados para el gerente, recepción. A continuación, se detalla los manuales realizados:

Tabla 56 Manual de funciones del gerente

| MANUAL DE FUNCIONES PARA EL GERENTE | |
|--|---|
| PERFIL DE CARGO | |
| NOMBRE DEL CARGO | Gerente |
| DEPENDENCIA | Gerente |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | Título profesional ing. Administración de Empresas, Hotelería y turismo o carreras afines. Tener títulos de postgrados relacionados con administración y gerencia de empresas turísticas. |
| PÉRFIL | Persona encargada de planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención Contar como mínimo de 5 años de experiencia en cargos gerenciales en los que haya manejado empresas del sector turístico o afines. |
| FUNCIONES ESCENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none">- Planear y desarrollar metas a mediano y largo plazo junto con los objetivos anuales del hostel.- Evaluar periódicamente el desempeño y cumplimiento de los objetivos de cada una de las áreas del establecimiento.- Representar a la organización frente a los clientes, proveedores y demás importantes colaboradores de la empresa.- Identificar áreas de oportunidad dentro y fuera de la empresa, que le permita ser más competitiva en el mercado. | |

Fuente: Observación directa

Elaboración: Jessica Vargas

Tabla 57 Manual de funciones de recepcionista

| MANUAL DE FUNCION PARA LA RECEPCIONISTA | |
|--|---|
| PERFIL DE CARGO | |
| NOMBRE DEL CARGO | Recepcionista |
| DEPENDENCIA | Administrador |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | Profesional en administración turística Por lo menos 1 año de experiencia certificada no mayor a 1 año en cargos como recepcionista. |
| PÉRFIL | Persona ágil, carismática, con actitud de servicio al cliente, que tenga conocimiento en realizar check-in y check-out tanto manual como sistemático. Debe ser organizada/o en sus labores. |
| FUNCIONES ESCENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Mantener una comunicación con el huésped. - Registro y control de ingresos y salidas del huésped (check in – check out). - Realizar cambios de habitaciones solicitados por los clientes. - Realizar bloqueos de habitaciones, autorizados por el administrador. - Autorizar la prolongación de estadías y realizar las reservas fuera del horario normal de atención. - Mantener una clara comunicación con otras áreas. - Realizar tareas de control. - La Recepcionista se encuentran disponibles las 24 horas. - Donde el huésped puede solicitar información o asistencia. - Es fundamental que la primera impresión que tenga el cliente sea positiva y que pueda ser asistido cada vez que lo solicite. - Lleva el control de llaves de las habitaciones. - Utilizar programas informáticos de gestión hotelera de manera correcta, aplicándolos a las tares del departamento. - Manejar la central telefónica de forma eficiente. - Comunicarse escrita y oral con su interlocutor en otro idioma interpretando y transmitiendo la información necesaria al huésped de manera correcta. - Redactará informes, mensajes, y comunicados sencillos en otros idiomas y el propio, así como escribir cartas tipos según las necesidades del hostel. | |

Fuente: Observación directa

Elaboración: Jessica Vargas

Tabla 58 Manual de funciones de la camarera

| MANUAL DE FUNCION PARA LA CAMARERA | |
|--|---|
| PERFIL DE CARGO | |
| NOMBRE DEL CARGO | Camarera |
| DEPENDENCIA | Recepcionista |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | Haber terminar el Bachillerato o título técnico certificado en administración hotelera. Mínimo 3 años de experiencia en cargos como camarera o supervisora de camareras en los que haya manejado empresas del sector turístico o afines. |
| PÉRFIL | Persona encargada de hacer la limpieza de las habitaciones, es responsable de velar por el perfecto estado de estas, cumpliendo con los estándares de calidad, siguiendo el paso a paso del manual de funciones estipulado en el establecimiento. Se requiere que sea atenta y organizada para el desarrollo de sus labores, además de ello debe tener conocimiento en suministro de aseo y limpieza. |
| FUNCIONES ESCENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Realizar la limpieza de las habitaciones - Verificar el estado de las habitaciones. - Colocar los amenities necesarios en las habitaciones. - Comunicar al administrador encargado cualquier situación anormal al momento de hacer la limpieza de las habitaciones - Mantener en perfecto estado y limpios los utensilios que se les suministran para el desarrollo de sus labores - Cuidar las pertenencias de los huéspedes - Adecuar las habitaciones para recibir al huésped - Ordenar las habitaciones ocupadas - Manejar los equipos de trabajos - Realizar montaje de camas. - Cuidar el material y equipamiento de limpieza. - Llevar las sábanas, toallas a la lavandería. | |

Fuente: Observación directa

Elaboración: Jessica Vargas

Desarrollo de la propuesta crear un sistema de calidad de servicio que presta el hostel

Para cumplir con este objetivo es necesario implementar un calificador de calidad de servicio con la cual se pueda medir la satisfacción de los clientes que visitan el hostel.

Figura 17. Calificador de atención al cliente



Fuente: digitalops.
Elaboración: Jessica Vargas

El calificador de servicios es un dispositivo que le permite conocer la percepción que tiene los clientes del servicio brindado por el hostel y evaluar la atención del personal de servicio.

Nivel de calificación

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

Características

- Entrada conexión USB.
- Su diseño y le permiten conectarse e instalarse fácilmente.
- Ubicación en un escritorio o una mesa.
- Sincronización con la PC.
- Software para PC.

Tabla 59 Presupuesto

| ACTIVIDAD | Unidades | COSTO |
|------------------------------------|----------|--------|
| Calificador de calidad de servicio | 1 | \$ 150 |

Fuente: observación directa-cotización

Elaboración: Jessica Vargas

6.3.5. Presupuesto del plan de mejoras

Tabla 60 Presupuesto total

| RUBROS | CANTIDA D | V/UNITARI O | SUBTOTAL |
|--------------------------------|--------------|----------------|-------------------|
| Problema 1. | | | |
| Rediseño del área de recepción | 1 | \$150,00 | \$1450,00 |
| Problema 2. | | | |
| Capacitación a los empleados | 4 | \$86,00 | \$00 |
| Problema 3. | | | |
| Plan de fidelización | 12 | \$45,80 | \$550,00 |
| Problema 4. | | | |
| Incentivos para empleados | 2 | \$150,00 | \$300,00 |
| Problema 5. | | | |
| Plan estratégico | 12 | \$59,16 | \$456,00 |
| Problema 6. | | | |
| Sistema de evaluación (App) | 1 | \$150,00 | \$150,00 |
| Otros gastos | | | |
| Imprevistos | 1 | \$100,00 | \$100,00 |
| TOTAL, GLOBAL | | | \$2.906,00 |

Fuente: Jessica Vargas

Elaboración: Jessica Vargas

6.3.6. Socialización de los resultados del proyecto de investigación

Luego de culminado los objetivos se procedió a socializar los resultados de la investigación, con el arrendatario del hostel "Inca", el Sr. Luis Orellana, Gerente Administrativo, que según su apreciación de la investigación realizada, es de gran utilidad para la empresa turística, ya que a través de esto se puede tener una idea clara de las falencias que tiene la empresa y sobre todo acerca del servicio brindado, con ello a través de las propuestas planteadas considerarlas para tratar de solucionar los problemas encontrados, poder cumplir con las expectativas de los clientes y aumentar el nivel de satisfacción del cliente.

7. Discusión

La calidad del servicio se ha convertido en un nuevo objetivo para muchas empresas que concibieron que es la clave de éxito de cualquier negocio y que en vez de competir por precio se compite en calidad y excelente servicio; en la actualidad los clientes buscan comodidad, buena atención, buen servicio, muchas veces sin importar el valor, el lema de muchos es si el servicio es bueno y el producto de calidad no importa lo que cueste, pero deseo salir satisfecho.

La aplicación del modelo Servqual resulto apropiado para evaluar la calidad del servicio y satisfacción del cliente, mediante las expectativas y percepciones que tienen los clientes sobre el servicio que ofrece el hostel. Si bien la escala Servqual ha sido útil para medir la calidad del servicio, también ha recibido críticas teóricas y operativas (Contreras Castañeda, 2021).

En la presente investigación realizada en el hostel Inca según los resultados obtenidos se puede determinar que están brindando un buen servicio a satisfacción del cliente en base a lo evaluado, pero como en todo negocio hay cosas que se pueden mejorar para lograr la completa satisfacción de los clientes y de igual manera poder posicionar el hostel en un puesto más elevado en el mercado hotelero.

De acuerdo con los resultados de la aplicación de la matriz de diagnóstico de la situación actual del hostel, se verificó que cumple la mayor parte de los requisitos y normativa para ofrecer un servicio de calidad, sin embargo, existen parámetros no obligatorios pero que sirven para diferenciar de la competencia como no tener un sistema braille. Al respecto Cáceres (2018), menciona que los turistas con discapacidad buscan servicios e infraestructura accesible para ellos, destacando la atención personalizada, servicios especiales y sistemas de comunicación favorables a la diversidad de discapacidades existentes. Del mismo modo la CONADIS (2018), menciona que el turismo inclusivo está generando tendencia en los mercados mundiales para lo cual se debe brindar todas las facilidades para que el cliente está completamente satisfecho.

Otro incumplimiento es no evaluar la satisfacción del cliente en relación a los servicios e instalaciones que ofrece. Al respecto Romero Fernández (2017), menciona que la satisfacción de los clientes debe estar concebida dentro de las principales estrategias de las empresas y esta debe ser evaluada, sobre todo aquellas cuyo producto final es el servicio, los clientes son los que deciden el futuro de las organizaciones, pues son su razón de ser y principal mecanismo de publicidad de sus productos y servicios.

En un análisis general el hostel Inca no supera las expectativas del cliente, con una calificación de la percepción de 4,52 puntos sobre 5, mientras la expectativa de 4,61 sobre 5 puntos. Se observa que la calificación de los servicios percibidos es correspondiente a muy satisfecho sin embargo posee aspectos. Al respecto Muñoz Benavides (2017), realiza una investigación con el fin de analizar la calidad del servicio del HOTEL PERLA VERDE de la ciudad de Esmeraldas, donde se identificó que el 53% de los clientes manifiesta que los servicios que ofrece no tienen calidad debido a deficiencia en la toma de decisiones de parte de la gerencia, una limitada planificación operativa, la falta de capacitación al personal del hotel, la inexistencia de funciones y la falta de calidad en la entrega del servicio al cliente, para lo cual se realizó estrategias de mejoramiento de la calidad buscando la satisfacción del cliente. La evaluación de la calidad del hostel Inca permitió definir los principales problemas que ocurren en la prestación del servicio. Al respecto Nieto Álvarez & Pacheco Quizhpilema (2015), redacta sobre su investigación realizada del Hotel Zahir 360 que los aspectos tangibles buscan mayor comodidad a los huéspedes en las habitaciones y con el propósito de brindar mayor confort a los clientes y que para cerrar la brecha deben colocarse los equipos y servicios tangibles en cada una de las habitaciones, siendo decisión del cliente el uso o no de las mismas.

Se puede desatacar la importancia de la utilización del Modelo Servqual en la presente investigación y ser de gran utilidad para medir la calidad del servicio, mediante 22 preguntas de cinco dimensiones: elementos tangibles, empatía, seguridad, capacidad de respuesta, y fiabilidad, para Ekinci, el modelo SERVQUAL, ha resultado de interés para un gran número de

investigadores. La escala de medida y los cinco atributos genéricos que definen la calidad de servicio han sido los elementos que han significado un uso generalizado de este modelo para estudiar la calidad de servicio en diferentes ámbitos del sector servicios (Mazón Paredes et al., 2020). Este modelo tiene características viables para la medición, ya que, al conocer las debilidades de la calidad del servicio de la hostería, le brinda herramientas para mejorar su servicio, y con el propósito de ofrecer servicios oportunos con calidad, responsabilidad, eficiencia, eficacia para la fidelización de los clientes.

El desarrollo es un proceso que implica cambios y crea una cultura que convierta a la calidad en valor permanente de la empresa. Analizar factores como el cambio constante del personal, la temporalidad de operación, el nivel de liderazgo de sus administradores, etc. que pueden prolongar la asimilación del proceso, siendo conveniente plantearse e ir cumpliendo metas de corto plazo, en lugar de objetivos de largo plazo.

8. Conclusiones

Al finalizar el trabajo de investigación se obtuvo las siguientes conclusiones:

- El hostel cumple con los requisitos en cuanto a algunas entidades reguladoras, pero no cuenta con una estructura organizacional bien definida, y no tiene documentación escrita.
- La empresa si cumple con la mayor parte de los requisitos para poder elaborar sus funciones con normalidad, pero aún tiene deficiencia en ciertos indicadores como es el caso de la Normativa de Gobernación, la CODANIS que dentro de sus indicadores enfocados a la accesibilidad, solicita contar con rampas para sillas de ruedas y un sistema braille, situación que el hostel en la actualidad no cumple y eso llegaría ser una debilidad para el establecimiento.
- En la evaluación a los clientes la dimensión de elementos tangibles tiene una calificación general positiva promedio de 0,4; sin embargo, en la afirmación sobre las instalaciones físicas del servicio son atractivas es la única que se produce una brecha negativa de -0.46 la cual está directamente afectada por la apariencia del área de recepción que no es acorde con el hostel. Respecto de la dimensión de fiabilidad se muestra una calificación negativa de esta dimensión en términos generales, esto sucede porque las afirmaciones de atención del personal al cliente no cumplen las expectativas, debido a la falta de capacitación continua. La dimensión de seguridad a pesar de tener una calificación general positiva de 0,3 en el análisis general de la dimensión, muestra un resultado negativo de -0.06 en la brecha de percepción-expectativa de los clientes; “el comportamiento del personal, infunde confianza en los clientes”, denotan que puede ser un problema ya que la misma están relacionadas con la confianza que tiene el cliente con la empresa, esto sucede por la falta de motivación del personal al momento de ofrecer el servicio.
- A través de la evaluación a los clientes se concluye que en la dimensión de capacidad de respuesta tiene una calificación negativa en un análisis en general esto es causa por que las expectativas de los clientes no fueron superadas en las afirmaciones de que los distintos

servicios funcionan con rapidez y el hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios, esto demuestra que el personal no comprende las necesidades del cliente, esta afectación es por la falta de un manual de funciones dentro del hostel personal y la falta de redes sociales o de una página web para mediante estas mantener informados a los clientes de los servicios que se ofrecen y las ofertas que existan.

- A través de la evaluación a los clientes se concluye que en la dimensión de empatía tiene una calificación negativa en dos de las afirmaciones de la encuesta las cuales son el hostel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes y el hostel se preocupa por sus intereses, lo cual se debe principalmente a la falta de capacitación a el personal del hostel y a la falta de fidelización a los clientes con ofertas especiales u descuentos especiales.
- El Hostel tiene una expectativa de 4.61 sobre 5, superior a las percepciones de 4.52 sobre 5 del cliente. Se observa que la calificación de la mayoría de las dimensiones de la percepción es calificada como muy satisfecho.
- Finalmente, evaluando la calidad del servicio que ofrece el hostel, se pudo determinar los problemas existentes en las dimensiones, y poder realizar un plan de mejoras enfocado en el servicio, que servirá de apoyo en la toma de decisiones, para dar solución a las falencias detectadas por los clientes en el servicio brindado, a su vez mejorar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

9. Recomendaciones

En base a la investigación realizada se recomienda:

- Al propietario que tome en consideración el presente trabajo de investigación que esto contribuirá directamente a mejorar la calidad del servicio brindado por el hostel.
- Al gerente general se recomienda enfocarse en mejorar las percepciones, especialmente en las dimensiones, de fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta, ya que estas son las dimensiones con brechas negativas, y también considerar la dimensión de seguridad y elementos tangibles, al no resultar negativo, sin embargo, tiene ítems de insatisfacción. Es así que debe de tomar la consideración el plan de mejoras planteado, con el propósito de establecer las diferentes observaciones levantadas durante el proceso de investigación y con el fin de visibilizar el cumplimiento de las soluciones a los problemas
- Al recepcionista realizar llamadas telefónicas para medir la satisfacción del cliente, se debe realizar después de dos o tres días de que el cliente utiliza los servicios permitiendo mayor claridad de su respuesta, esto permite a la empresa tener un medidor de la calidad de sus servicios, para la ejecución se debe tener un adecuado acierto para lograr obtener datos sin errores.
- Se recomienda al gerente general del hostel que tome en cuenta capacitar a su personal para que pueda brindar un mejor trato y servicio al cliente y así lograr su satisfacción, también se le recomienda modernizar un poco la apariencia del hostel ya que algunos equipos son antiguos como los televisores y mejorar el internet, ya que en la actualidad con la crisis sanitaria por COVID 19, se ha vuelto una herramienta indispensable.
- Al Ministerio de Turismo se recomienda verifique el cumplimiento documentado de lo que dice el Reglamento de alojamiento turístico en las empresas turísticas del sector, ya que ello contribuirá a que se fortalezca la calidad del servicio del sector.

10. Bibliografía

- AHOTEC. (2017). *hotelesecuador*. Obtenido de ORIGEN / RESEÑA HISTORICA:
<https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=1&submenu1=7&idio>
- Antonietti, B. (2017). *SERVICIOS TURÍSTICOS I*. Obtenido de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Ballina, F. J. (2017). *Marketing turístico aplicado*. ESIC EDITORIAL. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hrZiDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT12&dq=marketing&ots=vxKW4J4TXE&sig=p1ZWtl3CsV9HvddvouGzBFD4zWQ#v=onepage&q&f=false>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *BCE*. Obtenido de Gobierno del encuentro:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Bonilla, D., Guerrero, A., & López, O. E. (2018). Métodos para medir la calidad del servicio turístico en empresas de alojamiento. *Revista Ciencia Y Tecnología*, 18(19), 165-180.
doi:<http://181.39.139.66/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/view/186/294>
- Borja, G. F., Chaguay, L. A., Flores, J. J., & Bayas, e.´. (2017). El sistema de gestión de calidad en base a las normas ISO 9001 y su relación con los niveles de satisfacción de los clientes. *REVISTA DE PRODUCCIÓN, CIENCIAS E INVESTIGACIÓN*, 1(2), 8-11.
doi:<http://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/9/269>
- Buisness school. (2019). *euroinnova*. Obtenido de Los tipos de alojamientos turísticos:
<https://www.euroinnova.ec/blog/cuales-son-los-tipos-de-alojamiento-turistico>
- Bustamante U, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO, EL MODELO SERVQUAL. *Revista Empresarial*, 13(2), 1-15.
doi:[file:///C:/Users/Alex/Downloads/Dialnet-FundamentosDeCalidadDeServicioEIModeloServqual-7361518%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Alex/Downloads/Dialnet-FundamentosDeCalidadDeServicioEIModeloServqual-7361518%20(3).pdf)

- Cid, M. C. (2018). LA CALIDAD COLABORATIVA: UN NUEVO CONCEPTO PARA LA CALIDAD TURÍSTICA. *Cuadernos de Turismo*, 42, (2018), 47-70. *Cuadernos de Turismo*(42), 47-70. doi:<http://dx.doi.org/10.6018/turismo.42.02>
- Comision Economica para America Latina y el Caribe. (2020). *Naciones unidas* . Obtenido de CEPAL: <https://www.cepal.org/es>
- Congreso Nacional del Ecuador. (2007). *LEY DE SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_sistema.pdf
- Consumoteca. (2021). *consumoteca*. Obtenido de Establecimiento de alojamiento turístico : <https://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/alojamiento-turistico/>
- Definición ABC. (2015). *Turismo*. Obtenido de Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/general/turismo.php>
- Díaz, H. O. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 3, 72-83. doi:http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad_servicio.pdf
- Ecuador 2030. (2021). *Ecuador 2030*. Obtenido de Por un Ecuador productivo y Sostenible: <https://ecuador2030.org/>
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia . (2014). *El turismo*. Obtenido de AulaSenior: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Gadotti, S., & França, A. (2008). La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(2), 175-186. doi:C:/Users/Alex/Downloads/Dialnet-LaMedicionDeLaCalidadDeServicio-2879656.pdf
- García Sánchez, J., Aguilera Terrats, J. R., & Castillo Rosas, A. (2011). Guía técnica para la construcción de escalas de actitud. *Odiseo. Revista Electronica de Pedagogía*, 8(16). doi:<https://www.odiseo.com.mx/2011/8-16/pdf/garcia-aguilera-castillo-guia-construccion-escalas-actitud.pdf>

- García, M., & Romero, M. (2016). edición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. 110-117.
doi:<https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- González, M., Frías, R., & Gómez, O. (2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniería Industrial*, 37(3).
doi:http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300004
- Guadalupe, S. M., & Ramon, M. V. (2018). *CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS*. Obtenido de UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10296/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-493.pdf>
- Medina, F. L., Díaz, A. d., & Cardenas, C. R. (2017). SISTEMA DE GESTIÓN ISO 9001-2015: TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE INGENIERÍA DE CALIDAD PARA SU IMPLEMENTACIÓN. *Revista Ingeniería, Investigación y Desarrollo*, 17(1), 59-69.
doi:[file:///C:/Users/Alex/Downloads/Dialnet-SistemaDeGestionISO90012015-6096091%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Alex/Downloads/Dialnet-SistemaDeGestionISO90012015-6096091%20(1).pdf)
- MINTUR. (2017). *"Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador"*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Proyecto-Innovacion.pdf>
- Moreira, A. J., Barcia, A. V., Vélez, I. V., & Andrade, J. E. (2020). Medición de la calidad de servicios hoteleros de Manta, Ecuador a través del modelo HOTELQUAL. *ECA Sinergia*, 11(2), 155-165.
doi:<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1755/2648>
- Nacional, C. (2002). *LEY DE TURISMO*. LEXIS. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

- Normativa, C. J. (2011). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS*. LEXIS. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/3.Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>
- Organizacion Mundial de Turismo. (2021). *UNWTO*. Obtenido de OMT: <https://www.unwto.org/es>
- Parra, M. E. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. Un pilar en la gestión empresarial. *Buzon de Pacioli. Revista del Departamento de contaduría y Finanzas publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora*(82), 36. doi:<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- PDyOT Parroquial Malacatos. (2019). *Plan de desarrollo y Ordenamiento territorial de la parroquia Rural malacatos 20192023*.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2012). *Definicion de Turismo*. Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/turismo/>
- Porto, J. P. (2020). *definicion*. Obtenido de Hostería: <https://definicion.de/hostal/>
- REPUBLICA DE ECUADOR. (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. LEXIS. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Sarli, R., Gonzalez, S., & Ayres, N. (2015). Análisis foda. Una herramienta necesaria. 9(1). doi:https://tesisenfermeria.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf
- Serrano, A. L., & Pucha, E. V. (2017). INDICADORES TURÍSTICOS: OFERTA Y DEMANDA DE LA CIUDAD PATRIMONIAL DE CUENCA -ECUADOR. *REVISTA LATINO AMERICANA DE TURISMOLOGIA / RELA*, 3(1), 58-68. doi:<https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/10027/4601>
- Tripadvisor. (2021). *Tripadvisor*. Obtenido de Tripadvisor: <https://www.tripadvisor.es/>
- Vargas, P. (2017). *Scielo*. Obtenido de Las TICs: http://www.scielo.org.bo/pdf/rcti/v15n16/v15n16_a03.pdf

- Veloz, C., & Vasco, J. (2016). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría. *Revista Ciencia UNEMI*, 9(18), 1925. doi:<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3127/1/CALIDAD%20EN%20EL%20SERVICIO%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20HOTELERAS%20DE%20SEGUNDA%20CATEGOR%C3%8dA.pdf>
- Villacis, J. L., & Martínez, M. C. (2018). La calidad de servicio y desarrollo sostenible del turismo en Santa Cruz-Galápagos. *Negotium. Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*(40), 77-86. doi:C:/Users/Alex/Downloads/Dialnet-LaCalidadDeServicioYDesarrolloSostenibleDelTurismo-7007272%20(1).pdf
- Zambrano, N. (2015). UCSG. Obtenido de Diseño de un plan para mejorar la calidad de los servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/4091>
- Zamora Roselló, R. (2019). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 299-312. doi:http://www.pasosonline.org/Publicados/17219/PS219_04.pdf

11. Anexos

Anexo 1: Autorización de la empresa



Loja, 17 de junio de 2021

Tesista
Jessica Anahí Vargas Carrión

De mi consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted para darle respuesta a su oficio, considerando que el tema del proyecto de titulación denominado **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO QUE OFRECE EL HOSTAL INCA DEL CANTON, CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA”**.

Contribuirá de manera positiva a fortalecer la calidad del servicio del hostel, por lo cual se brindará el apoyo total por parte del hostel Inca, para la ejecución del proyecto de titulación, presentado por parte de la tesista JESSICA ANAHI VARGAS CARRION, estudiante del X ciclo de la carrera de Administración Turística.

 RUC: 0101420024001
2571415
099 368 1063
AVENIDA UNIVERSITARIA
Y 10 DE AGOSTO - LOJA - ECUADOR


Sr. Luis Orellana
C.I. No. 0101420024
GERENTE GENERAL DEL HOSTAL INCA

Av. Universitaria 0824 y 10 de Agosto  jose_521@hotmail.com  2571415



Anexo 2: Oficio de designación de director del trabajo de titulación



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Carrera de Administración Turística
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

Presentada el día de hoy, 14 de junio de 2021, a las 09h00.- Evacuada la diligencia otórguese lo solicitado por la persona interesada e incorpórese al expediente académico.- **LO CERTIFICO.**

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2021.06.23 17:46:53
-05'00'

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

Loja, 14 de junio de 2021, a las 09h05.- En cumplimiento a las competencias otorgadas en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por corresponder a su campo de conocimiento y especialista en la materia. Designese a ella **Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, para que el término que establece la normativa (ocho días), informe de pertinencia sobre la estructura y coherencia del proyecto de tesis intitulado: "ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO EN LA HOSTAL "INCA" DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA", previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Administración Turística, de/la aspirante: **VARGAS CARRION JESSICA ANAHI** estudiante del Décimo Ciclo Paralelo A periodo académico Abril - Septiembre 2021 de la Carrera de Administración Turística.- **NOTIFIQUESE**, para que surta los efectos de ley que corresponde.

CESAR
AUGUSTO
NEIRA
HINOSTROZA

Firmado
digitalmente por
CESAR AUGUSTO
NEIRA HINOSTROZA
Fecha: 2021.06.23 17:47:30

Lic. Cesar Augusto Neira Hinostroza
**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Loja, 14 de junio de 2021, a las 09h10.- Notifico con el Decreto y la providencia que antecede con la designación legal y formal para que emita el informe de pertinencia de estructura y coherencia, al/la Docente: **Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.** para el efecto deberá observarse estrictamente los términos y plazos establecidos en los artículos 134 del RRA-UNL.- Para constancia firman en unidad de acto, para los fines que se persiguen.

CESAR AUGUSTO
NEIRA
HINOSTROZA

Firmado digitalmente
por CESAR AUGUSTO
NEIRA HINOSTROZA
Fecha: 2021.06.23

Lic. Cesar Augusto Neira Hinostroza, Mg. Sc.
DIRECTOR DE LA CAT

GLADYS
ALEXANDRA
SUÁREZ
JARAMILLO

Firmado digitalmente por
GLADYS ALEXANDRA SUÁREZ
JARAMILLO
Fecha: 2021.06.23 17:38:24

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

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente
por ENA REGINA PELAEZ
SORIA
Fecha: 2021.06.23
17:47:14 -05'00'

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

Anexo 3: Oficio de pertinencia de directora de tesis



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA**

**Loja, 23 de junio de 2021
Ofi. 009-GASJ-CAT-UNL**

**Ingeniero
César Augusto Neira Hinostroza
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO DE LA UNL**

Ciudad. -

De mis Consideraciones:

Junto con saludarle, me permito atender la solicitud de pertinencia del estudiante **JESSICA ANAHÍ VARGAS CARRIÓN** con el tema de Tesis: **"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO EN EL HOSTAL INCA DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA"**, revisado el documento presentado, emito la **PERTINENCIA** para el trabajo de investigación, con la sugerencia de la presentación de autorización de la empresa, para el estudio, esto para evitar inconvenientes posteriores en el desarrollo de la tesis.

Agradezco de antemano la atención y aplicación que se sirva dar a la presente.

GLADYS
ALEXANDRA
SUAREZ
JARAMILLO
Ing. Alexandra Suárez J
DOCENTE DE LA CAT

Firmado digitalmente por
GLADYS ALEXANDRA
SUAREZ JARAMILLO
Fecha: 2021.06.23
17:27:02 -05'00'

Anexo 4: Certificado del Abstract

Loja, 20 de junio de 2022

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, Jessica Anahi Vargas Carrión, con cedula 1104421852 y con título B2 en Inglés, realizado en el instituto de idioma "Fine Tuned English" y avalado por el Ministerio de Trabajo en certificado de capacitación continua en nivel intermedio B2-Inglés en julio de 2021.


CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del presente estudio investigativo denominado "Análisis de la calidad de servicio turístico que ofrece el hostel "Inca" de la ciudad, cantón y provincia de Loja" de mi persona, Jessica Anahi Vargas Carrión, con cedula 1104421852, estudiante de la carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja. Dicho estudio se encontró bajo la dirección de la Ing. Alexandra Suarez Mgs. Sc., previo la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística.

En todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que este creyera conveniente.

Atentamente,

JESSICA
ANAHI
VARGAS
CARRION



Firmado digitalmente
por JESSICA ANAHI
VARGAS CARRION
Fecha: 2022.06.20
16:01:21 -05'00'

Jessica Anahi Vargas Carrión

C.I: 1104421852

Anexo 5: Ficha de levantamiento de información del hostel

Tabla 61. Ficha para levantamiento de información de las empresas.

| FICHA PARA LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS | | | | | | | | | |
|---|--|--|-------------------------|-----------------------------|---|------------------------------------|---|-------------|-------|
| DATOS DEL ESTABLECIMIENTO | | | | | | | | | |
| Nombre comercial de establecimiento: Hostel "Inca" | | | | | | | | | |
| Nombre legal de la empresa: Hostel Inca | | | | | | | | | |
| Dirección del establecimiento: | | Provincia: Loja | | | Cantón: Loja | | Parroquia: El Sagrario | | |
| Calle principal: Av. Universitaria y 10 de Agosto | | | | | N°: s/n | | Calle secundaria: s/n | | |
| Longitud: 79° 14' 1.37" O | | | Latitud: 4° 13' 1.48" S | | | Referencia: cerca de los bomberos | | | |
| Teléfono: 07-2571415 | | Correo electrónico: hostalinca@gmail.com | | | Página web: No cuenta | | | | |
| Redes sociales: | | Facebook: Hostel Inca. | | | Twitter: No cuenta | | Otros: Instagram: No cuenta | | |
| RUC/RISE: 0101420024001 | | Nombre quien emite información: Luis Orellana | | | Cargo: Gerente Administrativo | | | | |
| Nombre del propietario: Sra. Hortensia López | | | | | Nombre del representante legal: Luis Orellana | | | | |
| Tipo de establecimiento: | Privada: <input checked="" type="checkbox"/> | | Pública: | | Asociada: | Otro (especificar) | | | |
| Año de inicio de actividades: | 23/10/ 2013 | | Actividad económica | | SI <input checked="" type="checkbox"/> | NO | Si no es actividad económica detallar a continuación: | | |
| ¿El establecimiento es? | Único: <input checked="" type="checkbox"/> | Matriz: | | Sucursal: | | Franquicia: | | Otro: | |
| Número de empleados: 2 empleados | Mujeres: 1 mujer | | Hombres: 1 hombre | | Eventuales: No | | Discapacidad Ninguno | | |
| INFORMACION SOBRE EL PRODUCTO QUE OFERTA | | | | | | | | | |
| Descripción del principal bien o servicio producido o comercializado: | | | | | | | | | |
| Producto elaborado: | | Servicio ofrecido: Alojamiento | | | Producto comercializado: | | | | |
| Descripción de información de proveedores: | | | | | | | | | |
| Numero de proveedores: | | # proveedores locales: 2 | | # proveedores nacionales: 2 | | # proveedores extranjeros: ninguno | | | |
| Su principal cliente es: niños, jóvenes, adultos y familias. | | | | | | | | | |
| Local: | Moradores de los barrios | Provincial: | Loja | Nacional: | | Cuenca | Extranjero: | | China |
| Alojamiento | Hotel: | Hostal: <input checked="" type="checkbox"/> | Hacienda: | Lodge: | Hostería: | Resort: | Refugio: | Campamento: | |
| | Casa de huéspedes: | Otros: | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|----------------|-------------------------------|---|-------------------------------------|---------------------------|---|
| | # habitaciones: 14 habitaciones. | Simplees: 4 | Dobles: 4 | Triplées: 2 | Familiares: 0 | Matrimoniales: 2 | Suite: Ninguna |
| | Los huéspedes vienen: | Cuenca Loja | Grupos en tour: | | X | Reservaciones en línea: X | |
| | Número de plazas: | 25 | | Número de clientes en el último año: | | | En el año 2019 tuvo un total de 350 huéspedes. |
| Departamentos | Recepción | X | | Cocina | | | |
| | RRHH | | | Lavandería X | | | |
| | Marketing | | | Bodega X | | | |
| | Reservas | | | Compras | | | |
| | Conserjería | | | Mantenimiento | | | |
| | Otro: | | | | | | |
| Operación intermediación turística | Mayorista: | Internacional: | | Operador: Agencia de Viajes y Operadora de Turismo StarTourism. | | Dual: | Otros: |
| Transportación T. | Número de vehículos: | 0 | Capacidad total de pasajeros: | | Número de clientes en el último año | | |
| Certificaciones | Ministerio de turismo | | | | | | |
| Convenios | | | | | | | |

Fuente: Hostal Inca

Elaboración: Jessica Vargas

Anexo 6: Fichas de levantamiento de información normativa Hostales

Tabla 62. Normativa de establecimientos turísticos

| LEVANTAMIENTO DE INFORMACION DE EMPRESAS NORMATIVA HOSTAL | | | | | | | |
|--|--|-------------|--------|----|---------------------|-------------|--------------|
| VARIABLES | DEFINICIÓN | INDICADORES | CUMPLE | | PERIODO DE DURACION | | OBSERVACIÓN |
| | | | SI | NO | FECHA INICIO | FECHA FINAL | |
| PERMISOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA HOSTAL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS | | | | | | | |
| RUC Registro Único de Contribuyente para empresas. | Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI). | X | | | 26-01-2021 | 31-12-2021 | |
| Facturas Documento que se entrega por la compra y la venta de un producto o servicio. | Pago de IVA 12% | X | | | | | |
| | Pago de servicios 10% | X | | | | | |
| | F. Electrónica | | X | | | | |
| | F. Papel | X | | | | | |
| | Factura automáticamente | | X | | | | |
| MUNICIPIO DE LOJA | | | | | | | |
| Pago de patente municipal de impuestos a los activos totales Contribución impuesta y cobrada por el municipio sobre el volumen de negocios (ingreso bruto) a toda empresa desde a la prestación de cualquier servicio. | El pago de un valor en dólares cada 12 meses sobre el ingreso bruto de los establecimientos. | X | | | 11-01-2021 | 31-12-2021 | |
| Carnet de salud de todo el personal Examen clínico de aptitud laboral, obligatoria, para que todo ciudadano/a ejerza su actividad laboral. | Certificado otorgado por la dirección provincial de salud | X | | | 29-01-2021 | | |
| Permiso del cuerpo de bomberos Sirven para dar fe que las instalaciones cumplen con todos los requisitos legales y reglamentarios orientados hacia la prevención de incendios. | Plan de contingencia. | X | | | | | |
| | Extintor Y mangueras. | X | | | | | 4 extintores |
| | Pago anual de permiso de funcionamiento. | X | | | 31-05-2021 | | |
| | Señalética en caso de emergencia. (Números de emergencia). | X | | | | | |
| Registro generador de desechos sanitarios Manejo adecuado de tipos de residuos. | Basureros para residuos orgánicos. | X | | | | | |
| | Basureros para residuos inorgánicos. | X | | | | | |
| AGENCIA DE REGULACION Y CONTROL HIDROCARBURIFERO (ARCH) | | | | | | | |
| 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. | | X | | | | |
| | Cantidad de carga | | X | | | | |
| | tiempo de carga | | X | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|---|---|--|------------|------------------|
| | permiso de transporte | | X | | | |
| | Señalética (Peligro gas inflamable, Prohibido fumar, Prohibida la entrada sin autorización, Colocar arresta llamas. | | X | | | |
| | Infraestructura de almacenamiento (ubicación adecuada de bombonas, tener montículo, roció de agua, regulador de presión, las redes externas libres, la unión de tuberías por soldadura o acero forjado, distancia de tubería de 20 cm de otras instalaciones, mantenimiento de tuberías. | | X | | | |
| SECRETARIA GESTION DE RIEGOS | | | | | | |
| 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. | X | | | | |
| | Megáfono. | | X | | | |
| | Lámparas de emergencia o internas. | | X | | | |
| | Vías de evacuación señalizadas. | X | | | | |
| | Puertas de emergencia funcionales. | | X | | | |
| | Señalética | X | | | | Informativa |
| | Sistema de alarma/sirena/timbre/campana. | | X | | | |
| | Zonas de seguridad. | | X | | | |
| | Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios). | | X | | | |
| | Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas). | X | | | | Policía nacional |
| Riesgos estructurales (instalaciones eléctricas, estructura del edificio) | X | | | | Señalética | |

| MINISTERIO DEL INTERIOR – INTENDENCIA | | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|--|
| Controles rutinarios por parte de la intendencia de policia Según acuerdo ministerial 887 considera que los permisos de funcionamiento locales y establecimientos dentro de su categorización N°8 para hospedajes estos podrán funcionar las 24 horas todos los días de la semana. | Registro del establecimiento en la página de Ministerio del Interior. | | X | | | |
| | Permiso de uso de suelo | | X | | | |
| | Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas | | X | | | |
| | Permiso de cuerpo de bomberos | | X | | | |
| | Nro. de clausura | | X | | | |
| | Vende bebidas alcohólicas a los clientes | | X | | | |
| CONADIS | | | | | | |
| Accesibilidad Grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física o de sus facultades cognitivas, puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura. | Rampas para silla de ruedas. | | X | | | |
| | Sistema braille. | | X | | | |
| | Baños adecuados. | | X | | | |
| | Espacios adecuados para alojarse. | | X | | | |
| Personal capacitado Capacitación, o desarrollo en actividades que mejoren a una organización. | Porcentaje de personal capacitado para atender necesidades especiales. | | X | | | |
| MINISTERIO DEL AMBIENTE | | | | | | |
| Reconocimiento de las buenas prácticas ambientales Acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan los procesos productivos a través de cambios en la organización de los procesos y las actividades. | Registro ambiental | | X | | | |
| | Gestión de desechos. | | X | | | |
| | Gestión de papel. | | X | | | |
| | Consumo de agua. | | X | | | |
| | Energía y transporte. | | X | | | |
| | Gestión de compras responsables. | | X | | | |
| | Capacitación del personal en aspectos ambientales. | | X | | | |
| | Manejo de aguas residuales | | X | | | |

| MINISTERIO DEL TRABAJO | | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|--|
| Art. 42 del Código de trabajo Obligaciones del empleador | Pago de sueldos | X | | | | Los pagos se realizan inicio de cada mes. |
| | Seguridad en el trabajo | X | | | | |
| | Registro de los trabajadores | | X | | | |
| | Proporciona adecuadas herramientas para desarrollar el trabajo | X | | | | |
| | Permisos por ausencia sujetas al reglamento | X | | | | |
| | Trato adecuado | X | | | | |
| | Otorgamiento de certificados relativos a su trabajo | X | | | | |
| | Atiende reclamos | X | | | | |
| | Facilita la inspección y vigilancia de autoridades competentes | X | | | | |
| Vestimenta adecuada | X | | | | | |
| Art. 69.- Vacaciones anuales Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de descanso, incluidos los días no laborables. | 15 días de vacaciones | X | | | | |
| Art. 83 Plazo para pagos. El plazo para el pago de salarios no podrá ser mayor de una semana, y el pago de sueldos, no mayor de un mes. | Rol de pagos | X | | | | |
| Art. 86.- A quién y dónde debe pagarse. - Los sueldos y salarios deberán ser pagados directamente al trabajador o a la persona por él designada, en el lugar donde preste sus servicios, salvo convenio escrito en contrario. | Rol de pagos con firmas de los trabajadores | X | | | | |
| Art. 87.- Pago en moneda de curso legal. Las remuneraciones que deban pagarse en efectivo se pagarán exclusivamente en moneda de curso legal, y se prohíbe el pago con pagarés, vales, cupones o en cualquier otra forma que se considere representativa de la moneda de curso legal, y que excedan a períodos de un mes. | Cheque | | | | | |
| | Efectivo | X | | | | |
| Art. 96.- Pago en días hábiles. - El salario o el sueldo deberán abonarse en días hábiles, durante las horas de trabajo y en el sitio del mismo. | Pago a inicio del mes | X | | | | |
| | Pago a final del mes | | | | | |
| | Pagos realiza la contadora | | X | | | |
| 111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideño Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen mensualmente, la parte proporcional a la doceava parte de las remuneraciones que perciban durante el año calendario. | Rol de pagos | X | | | | |

| | | | | | | |
|--|--------------------------------|----------|--|--|--|--|
| <p>Art. 113.- Derecho a la décimo cuarta remuneración Los trabajadores percibirán, además, sin perjuicio de todas las remuneraciones a las que actualmente tienen derecho, una bonificación mensual equivalente a la doceava parte de la remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general.</p> | <p>Rol de pagos</p> | <p>X</p> | | | | |
| <p>Afiliación al seguro Aportes del pago mensual a una afiliación para un seguro médico y de retiro.</p> | <p>Aporte patronal 12,15%.</p> | <p>X</p> | | | | |
| | <p>Aporte personal 9,45%.</p> | <p>X</p> | | | | |

Fuente: Hostal Inca

Elaboración: Jessica Vargas

Anexo 7: Fichas de levantamiento de información, requisitos del hostel

Tabla 63. Ficha de Levantamiento de información de empresas

| LEVANTAMIENTO DE INFORMACION DE EMPRESAS | | | | |
|--|--|--------|----|--|
| REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGIAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORIA UNICA | | | | |
| VARIABLE | DESCRIPCIÓN | CUMPLE | | OBSERVACIONES |
| | | SI | NO | |
| CONDICIONES MINIMAS | Cuenta con infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento | | X | |
| | Cuenta con condiciones básicas de limpieza e higiene | X | | |
| REQUISITOS GENERALES | Cuenta con sistema de iluminación de emergencia | | X | |
| | Zonas de evacuación | X | | |
| | Puntos de encuentro | | X | |
| | Salidas de emergencia | | X | |
| | Extintores y mangueras | X | | Extintor |
| | Señalética identificadas y señalizadas, según las disposiciones de la Autoridad competente | X | | |
| | Cuenta en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente | | X | |
| | Cuenta con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes | X | | |
| | Cuenta, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento | | X | Realiza a través de conversación directa con el cliente luego del check out. |
| | En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento | | X | |
| | Cuenta con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos | X | | |
| | Cuenta con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas | | X | |
| | Cuenta con áreas con facilidades para personas con capacidades especiales debidamente identificadas | | X | |
| | Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal | | X | |
| | Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal | | X | |
| | Cuenta con el número de piso debidamente identificado y señalizado | X | | |
| | Cuenta con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas | X | | |
| | Cuenta con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas | X | | |
| | Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción | | X | |
| | Cuenta con personal uniformado (con distintivo o atuendo) | X | | Falta el distintivo |
| Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped | | X | | |
| Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo | | X | | |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| | Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911 | X | | |
| | Cuenta con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo | X | | |
| | Cuenta con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se preverá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato | X | | Botón de pánico |
| | Cuenta con filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera | | X | |
| | Cuenta con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos | | X | |
| | Cuenta con instalaciones eléctricas cuyo voltaje es de 110V y 220V, debidamente señalizado | | X | Solamente 110 V |
| | Cuenta con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con capacidades especiales. Se sujeta a la normativa de accesibilidad universal vigente | | X | |
| | Cuenta con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento | X | | Iluminación artificial y natural |
| | Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas, y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación) | X | | Ventilación natural |
| | Cuenta con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento | X | | |
| | Cuenta con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con capacidades especiales. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deben contar con personal entrenado que permita dar el servicio. | | X | No cuenta con el personal capacitado para dar el servicio. |
| | 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) | | X | |
| | 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) | X | | |
| | Cuenta con áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes | X | | |
| | En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco | | X | |
| | Cuenta con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos | | X | |
| | Cuenta con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros) | X | | |
| | Cuenta con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros | X | | |
| | Cuenta con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos | X | | |
| | Cuenta con servicio de agua las veinticuatro horas | X | | |
| | Cuenta con servicio de custodia de equipaje | X | | |
| | Cuenta con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio | X | | |
| | Cuenta con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento | X | | |

**INFRAESTRUCTURA
SERVICIOS**

| | Cuenta con servicio de recepción, conserjería o guardiana las 24 horas | X | | |
|---|--|--------|----|---|
| | Cuenta con servicio diario de limpieza | X | | |
| | Cuenta con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente | | X | |
| HABITACIONES | Cuenta con un mínimo de 5 habitaciones | X | | 12 habitaciones |
| | Contar con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso | X | | |
| | Cuenta con camas de acuerdo a las dimensiones determinadas por el Reglamento. | X | | Cama de una plaza y media 105x190 cm. Cama de dos plazas (full) 135x190 cm Cama de dos y media plazas (queen) 156x200 cm. |
| | Las habitaciones deben contar con el siguiente equipamiento: | | | |
| | Colchón; | X | | |
| | Protector de colchón; | X | | |
| | Sábanas; | X | | |
| | Cobija(s); | X | | |
| | Cubrecama, | X | | |
| | edredón o plumón duvet; | X | | Edredón |
| | Almohada(s) por plaza; | X | | |
| | Protector de almohada; | X | | |
| | Al menos un velador o mesa de noche; | X | | |
| | Basurero | X | | |
| | Contar con cobija extra a petición del huésped | X | | |
| | Contar con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes | X | | |
| Cuenta con teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico. | | X | | |
| Cuenta con informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación | X | | | |
| Cuenta con agua para consumo en la habitación | X | | | |
| REQUISITOS PARA HOSTALES | | | | |
| VARIABLE | DESCRIPCION | CUMPLE | | OBSERVACIONES |
| | | SI | NO | |
| INSTALACIONES GNERALES | Cuenta con estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. | X | | Tienen convenio con un estacionamiento privado cercano al hostal |
| | Cuenta con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natura | | X | |
| | El establecimiento debe contar con áreas de uso exclusivo para el personal: | | | |
| | 1) Cuartos de baño y aseo | | X | |
| 2) Área de almacenamiento de artículos personales | | X | | |
| 3) Área de comedor | | X | | |
| ACCESOS | Cuenta con áreas de uso exclusivo para el personal: Cuartos de baño y aseo. Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros). | | X | |
| AREAS DE CLIENTES GENERAL | Cuenta con una entrada principal al área de recepción para clientes, y otra entrada de servicio | | X | |
| | Cuenta con área de vestíbulo y recepción (con mobiliario) | X | | |

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

Fuente: Hostal Inca

Elaboración: Jessica Vargas

Anexo 8: Análisis Interno y externo del hostel “Inca”

Tabla 64. Análisis interno y externo del hostel “Inca”

| Análisis del Hostel Inca | | | |
|---------------------------------|---|----------------------|--|
| Externo | | Interno | |
| Factor Político | La política del estado ecuatoriano se constituye una oportunidad para el hostel “Inca”, debido a que se encuentra respaldado por normas técnicas y políticas que promueven y fomentan la actividad turística, además de la preocupación por una pronta recuperación y crecimiento en los próximos años, impulsando el turismo interno que tiene un potencial inigualable, creando incentivos y programas que promuevan las visitas a sitios turísticos, generando ingreso de un alto número de turistas nacionales y extranjeros, atraídos por estos sitios turísticos, por lo cual surge la necesidad de satisfacer la demanda mediante la creación de varias alternativas de hospedaje para los turistas. | Situación | El Hostel “Inca”, cuenta con 12 años de experiencia, inscrita en el catastro del Ministerio de Turismo, como un Hostel de 1 estrellas, tiene un número de 12 habitaciones, y un total de 25 plazas, en actividad de alojamiento, se encuentra ubicada en un sector de gran afluencia de personas como es el casco céntrico de la ciudad de Loja. |
| Factor Económico | La industria del turismo es una de las actividades económicas más importantes en el Ecuador, por lo que se constituye una oportunidad para el hostel, por el número de turistas que ingresan al país, a realizar diferentes actividades, adquiriendo los servicios turísticos que se ofertan. Además de la participación del sector turístico y hotelero en el incremento del PIB, contribuye favorablemente a la economía del país, existiendo mayor consumo, por lo tanto, generando trabajo e ingresos, y por ende existirá mayor movimiento turístico. También, se constituye una amenaza debido al surgimiento de la enfermedad COVID- 19, en donde se vio afectada la economía, dejando fuertes pérdidas en todos los sectores del turismo especialmente, ya que no hubo movilizaciones ni actividades turísticas de ningún tipo por motivos de riesgo y contagios. | Planificación | La planificación está asumida por el gerente general, la empresa no ha desarrollado las metas, los valores, misión y visión. Políticas para huéspedes <ul style="list-style-type: none"> • Esta es su casa; por favor no destruya para que, siempre este usted bien atendido. • Cualquier daño ocasionado por usted será pagado. • Su derecho a permanecer en la habitación es hasta las 13 horas; pasada de esta hora se cobrará por otro día. • Encomiende su dinero u objetos de valor en gerencia. • No se fía, no aceptamos cheques. • No se permite planchar dentro de la habitación • Si desea hacer llamada telefónica marque el 0 y solicítela. Importante: Su llamada no debe exceder de 10 minutos. • No se permite consumir licor. • Cerciórese de que porte la llave al salir de la habitación. • Le suplicamos consignarnos sus sugerencias y reclamos. |
| Factor Social Cultural | Este factor constituye una amenaza para el hostel por los problemas sociales que afectan al país como la pobreza, migración, desempleo, por lo cual debe haber mayor preocupación a esto. Además, que el crecimiento poblacional, se constituye una oportunidad para el hostel, debido a que, la oferta productos y servicios son útiles para toda la población, que incrementara sus ventas por las | Organización | <ul style="list-style-type: none"> • El gerente no posee una estructura orgánica definida, no se tiene una descripción de los cargos, ni las funciones de cada uno, lo que constituye una debilidad para la empresa. • Se determina las actividades que se van a realizar, delegando a quien las va a cumplir. |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | necesidades del mercado. También a través de la incorporación de alternativas de alojamiento, se crea fuentes de empleo, contribuyendo al crecimiento económico, y aportando a la reducción de la pobreza y disminución de la migración. Por lo cual es necesario fomentar el turismo interno debido a la riqueza de tradiciones, cultura y diversidad que posee el Ecuador. | | |
| Factor Tecnológico | La creciente sensibilización y preocupación ambiental de las personas, las nuevas exigencias legales en materia de ambiente, de la actividad turística, se constituye una oportunidad para la empresa de convertirse en un hostel sostenible, aplicando buenas prácticas ambientales, y reconociendo los impactos ambientales que causa sus actividades al medio, de esta manera aportara a proteger el medio ambiente y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad, a su vez también el sector turístico es una importante fuente de ingresos para la conservación de la biodiversidad. | Infraestructura | El hostel "Inca", cuenta con una infraestructura conformada por 12 habitaciones; además un área de recepción y lavandería. La infraestructura actualmente es arrendada. Cuenta con el departamento financiero, de front desk y el de house keeping. No cuenta con alianzas o convenios con otros hostales u hoteles, pero está afiliado a la cámara de turismo. |
| Factor Legal | El Ecuador cuenta con el Ministerio de Turismo, órgano que regula y controla las actividades turísticas, mismas que están sujetas a disposición mediante leyes, y reglamentos, por lo cual es preciso tener presente este factor para el hostel, debido a que existe una normativa legal que regula este sector de hospedaje y así como también de otras de entidades, que debe de cumplir los requisitos de manera obligatoria para su correcto funcionamiento y esto no afecte a la actividad del hostel. | Reglamento de la empresa turística | Licencia única anual de funcionamiento (Cumple) Registro único de contribuyentes (Cumple) Hidrocarburos (No cumple) Gestión de Riesgos (En parte) Agencia nacional de regulación control y vigilancia sanitaria (No cumple) Ministerio de trabajo (Cumple) Gobernación (No cumple) Municipio (Cumple) CONADIS (No cumple) Ministerio del Ambiente (No cumple) |
| Fuente: Hostel Inca Elaboración: Jessica Vargas | | Servicios | El servicio que brinda este hostel es únicamente de alojamiento, con habitaciones simples a \$11, doble a \$26, triple a \$33 y matrimonial a \$22, cada una de estas con baño privado, wi-fi, televisión y teléfono |
| | | Área Financiera | Los ingresos del hostel provienen de: hospedaje. En esta área se realiza la ejecución de actividades: pago a proveedores, sueldo de personal, contratos de trabajo y declaración de impuestos |
| | | Clientes | El Hostel "Inca", tiene identificado como clientes a las personas que se registran en la instalación para disfrutar de sus servicios y ofertas. Su afluencia se define en dos temporadas, alta y baja. |
| | | Proveedores | El Hostel "Inca", hace la adquisición del producto de acuerdo a los requerimientos de las áreas de habitaciones, escogiendo a los proveedores de acuerdo a la calidad y seriedad. |

Anexo 9: Modelo de encuesta



unl

Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ENCUESTA DE EVALUACION DE LOS SERVICIOS DEL HOSTAL “INCA”

Estimado Señor (a):

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

Datos Generales

1. Nacionalidad

Ecuatoriano () Extranjero ()

2. Edad:

De 18-25 ()

De 26-33 ()

De 34-41 ()

De 42-49 ()

De 50 en adelante ()

3. Género:

Masculino () Femenino ()

4. Ocupación:

Estudiante ()

Profesional ()

Libre ejercicio ()

Otro ()

5. Lugar de residencia: _____

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

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

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

Si () No ()

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

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

9. ¿Con qué frecuencia visita el hostel Inca?

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

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

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

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

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

| Afirmaciones | Expectativa (lo que espera del hostel) | | | | | Percepción (lo que recibió del hostel) | | | | | |
|---|---|----------|----------|----------|----------|---|----------|----------|----------|----------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Elementos tangibles | | | | | | | | | | | |
| Los equipos que se emplea en el servicio del hostel tienen aspecto moderno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Las instalaciones físicas del servicio son atractivas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El personal del servicio tiene una apariencia pulcra. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|
| Los materiales asociados con el servicio, (publicidad) son visualmente atractivos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Empatía | | | | | | | | | | | |
| El hostel presta atención individualizada a sus requerimientos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El hostel tiene personal que, de atención personal, a cada uno de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El hostel se preocupa por sus intereses. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El personal atiende a sus necesidades específicas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El hostel tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Seguridad | | | | | | | | | | | |
| El comportamiento del personal, infunde confianza en Ud. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El cliente se siente seguro en las transacciones con el hostel. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El personal, es cortés de manera constante con Uds. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El personal del hostel, tienen el conocimiento para responder a las preguntas de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Capacidad de respuesta | | | | | | | | | | | |
| El hostel mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El personal del hostel da un servicio rápido. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El personal, está dispuesto a ayudar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El personal responde correctamente las preguntas que se les hacen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Fiabilidad | | | | | | | | | | | |
| Cuando el personal de servicio promete | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

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

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 10: Entrevista al gerente general

Estimado Luis Orellana

Gerente General del Hostal Inca

Nuestra institución está realizando la investigación “ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE OFRECE EL HOSTAL INCA DE LA CIUDAD, CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”. Para lo cual le pedimos contestar con sinceridad las siguientes preguntas:

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

Mi nombre es Luis Orellana. La función que desempeño actualmente es gerente administrativo del Hostal Inca.

2. ¿Qué tipo de cliente visita el hostal?

Los tipos de clientes que visitan el hostal en su mayoría son comerciantes y los demás tipos de clientes que visitan el hostal lo hacen por motivos de estudio, trabajo, salud y turismo.

3. ¿Cree que la evaluación de la calidad de servicio es importante? ¿Por qué?

Es importante porque necesitamos determinar si los clientes se encuentran satisfechos con el servicio que le estamos ofreciendo, con la finalidad de mejorar cada día y saber las necesidades que ellos nos recomiendan.

4. ¿Usted mide la satisfacción del cliente?

Físicamente no medimos la satisfacción de nuestros clientes, recibimos comentarios positivos, negativos y recomendaciones de los mismos, que nos impulsan a mejorar el servicio de hospedaje que estamos ofreciendo.

5. ¿A través de qué medios mide la satisfacción de sus clientes?

A través del medio de la comunicación verbal que tenemos con nuestros clientes, sabemos si cumplieron con sus expectativas al momento de hospedarse en el hostal.

6. Identifica las debilidades del hostal, en cuanto al servicio en:

Elementos tangibles: En cuanto a lo que hace referencia a infraestructura e instalaciones físicas.

El hostel cuenta con muy buena infraestructura e instalaciones físicas en cuanto a las habitaciones que son amplias y confortables.

Empatía: Hace referencia a la presencia y atención del personal con los clientes

El personal laboral del hostel muestra empatía con la llegada de nuestros clientes, lo que genera confianza y amabilidad al momento de hospedarse.

Seguridad: Se trata de que si el personal brinda la confianza con los clientes y si las instalaciones del hostel cuentan con seguridad.

El hostel cuenta con cámaras de seguridad para garantizar el bienestar de los huéspedes como del personal laboral.

Capacidad de respuesta: El hostel mantiene informados a sus clientes, su personal tiene la capacidad de resolver rápidamente los problemas de los clientes.

Si. Responde adecuadamente y en tiempo oportuno las necesidades que requieren los clientes en el hostel.

Fiabilidad: Se cumplen los tiempos en los que se va a realizar alguna actividad, si algo se olvida en la habitación tiene la confianza que será devuelto.

Exacto. Nuestro personal de aseo y limpieza conjuntamente con la recepcionista notifican acerca de las pertenencias que se han olvidado los clientes, lo que garantiza de manera segura que las pertenencias olvidadas serán devueltas a los clientes al momento de su regreso.

7. ¿El hostel aplica alguna forma de evaluar el desempeño del personal?

No. En el hostel no aplicamos ninguna forma de evaluación acerca del desempeño laboral que tienen nuestros trabajadores.

8. ¿Con qué frecuencia y en qué temas o áreas se capacita al personal?

En un principio capacitamos verbalmente a nuestro personal laboral acerca del buen trato y atención al cliente que deben brindar. Actualmente no han recibido más capacitaciones en cuanto a diferentes áreas que se requieran.

9. ¿Cuáles son los elementos diferenciadores del Hostal “Inca” frente a la competencia (establecimientos que prestan el mismo servicio)?

Lo que nos diferencia de la competencia es el buen trato que tenemos con los clientes y por los precios competitivos que manejamos actualmente por la pandemia, ofreciendo de cortesía café o aguas aromáticas para lograr la fidelización de nuestros clientes y lo hemos logrado.

10. ¿Existen ofertas o promociones para atraer mayor afluencia de público?

Si. Tenemos ofertas para nuestros clientes por el día del amor y la amistad ofrecemos descuentos a las parejas y también cuando tenemos grupos grandes como son familias, estudiantes o comerciantes realizamos un descuento en nuestros precios para mejorar su estadía en el hostal.

¡Gracias por su tiempo!

Anexo 11: Entrevista al personal de servicio

Estimados Laura Morocho y Franklin González

Personal de Servicio del Hostal Inca

Nuestra institución está realizando la investigación “ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE OFRECE EL HOSTAL INCA DE LA CIUDAD, CATÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”. Para lo cual le pedimos contestar con sinceridad las siguientes preguntas:

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

Laura Morocho y Franklin González son recepcionistas en el hostal Inca.

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

Elementos tangibles: manifestaron que la falta de garaje es un aspecto negativo en el hostal ya que la mayor parte de los huéspedes llegan en auto, para lo que ellos han realizado un convenio con un parqueadero privado.

Empatía: no existe un aspecto negativo en esta dimensión.

Seguridad: manifestaron que en esta dimensión se encuentra todo en orden y correcto, ya que tratan de dar el mejor servicio al cliente e igual el hostal cuenta con cámaras de seguridad por cualquier percance.

Capacidad de respuesta: también dijeron que todo en este aspecto está bien, ya que tratan de darle solución a todos los problemas que los clientes les presenten de la mejor manera y lo más rápido que puedan.

Fiabilidad: acotaron que todo en regla por este aspecto, ya que tratan de dar la mejor apariencia al cliente y las pertenencias si se pierden u ocurre cualquier percance se las mantiene en recepción hasta que el cliente regrese por ellas.

3. ¿Ha recibido capacitaciones por parte del hostel?

No, pero si les gustaría, ya que no está demás seguir aprendiendo día a día. Les gustaría capacitaciones en temas de atención al cliente, servicio al cliente, contabilidad, marketing y apariencia personal.

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

Piensan que, si es la adecuada, ya que cuentan con un uniforme que es una camiseta polo azul con el logo del hostel.

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

Manifestaron que los mayores problemas son el alcance del internet, pero para que esto se solucione lo reinician, y el garaje que el hostel ya hizo un convenio con un garaje privado.

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

Dijo Laura: “La mayoría si considero que está satisfecho, a todos los clientes se les brinda pan con café de cortesía a la hora de llegada al hostel”.

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

Dijeron que sería conveniente un cambio de edredones, sabanas y cobijas, ya que están un poco desgastadas, y una actualización de televisores, debido a que son un poco viejos, y para entrar a más profundidad nos dijo que al hostel le hace falta una remodelación ya que igual la infraestructura es un poco vieja.

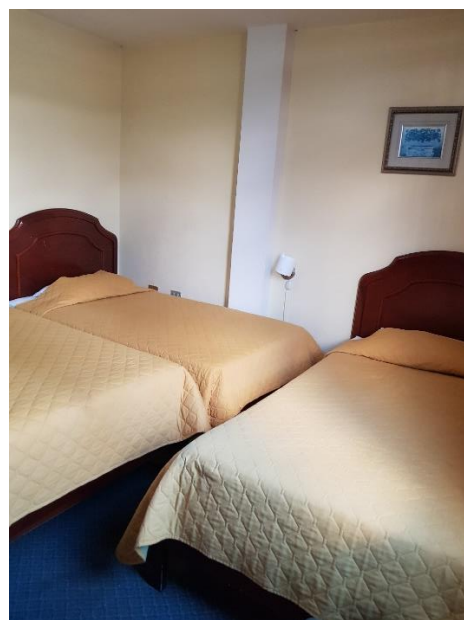
¡Gracias por su tiempo!

Anexo 12: Fotografías que respaldan el proceso de investigación

Figura 18. *Hostal Inca, estado actual*



Fuente: Hostal Inca
Elaboración: Jessica Vargas



Fuente: Hostal Inca
Elaboración: Jessica Vargas

Figura 19. *Encuesta a los clientes*



Fuente: Hostal Inca
Elaboración: Jessica Vargas

Figura 20. Entrevista Gerente General mediante correo institucional



Fuente: Hostal Inca

Elaboración: Jessica Vargas

Figura 21. Entrevista personal de servicio del hostel



Fuente: Hostal Inca

Elaboración: Jessica Vargas