



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

TITULO:

**“ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA EL
HOTEL BOMBUSCARO DE LA CIUDAD DE LOJA”**

Tesis previa a obtener el título
de Ingeniero en Administración
Turística

AUTOR:

JANDRY RAMIRO LLIVICURA ESPINOSA

1859
DIRECTORA:

ING MARÍA FERNANDA NARVÁEZ PEÑA MG.SC

LOJA – ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS

Ingeniera.

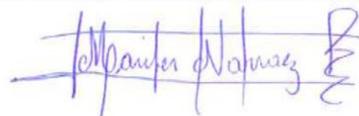
María Fernanda Narváez Mg. Sc.

**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 CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL BOMBUSCARO DE LA CIUDAD DE LOJA**”, de la autoría del **Señor. Jandry Ramiro Llivicura Espinosa**, 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 Ingeniero en Administración Turística.

Loja, Agosto de 2019



Ing. María Fernanda Narváez Mg. Sc.

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Jandry Ramiro Llivicura Espinosa declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Autor: Jandry Ramiro Llivicura Espinosa



Firma

C.I. 1104769607

Fecha: Loja, agosto de 2019

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

Yo, Jandry Ramiro Llivicura Espinosa, declaro ser el autor de la tesis titulada "ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL BOMBUSCARO DE LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para obtener el grado de: Ingeniero en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines Académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 06 días del mes de agosto de dos mil diecinueve. Firma el autor

Autor: Jandry Ramiro Llivicura Espinosa

Firma: 

C.I: 1104769607

Dirección: Loja, Av. Chuquiribamba entre Lago Salado y Av. 8 de Diciembre

Correo electrónico: jandry.llivicura@unl.edu.ec

Teléfono: 0997225566

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Ing. María Fernanda Narváez Mg. Sc.

DIRECTORA DE TESIS

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc.

Dr. Agustín Nicolás Arias Riofrío, Mg. Sc.

Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz, Mg. Sc.

Presidente de tribunal

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mi madre que con su amor, comprensión y apoyo han sido fundamentales para que logre culminar mis metas y cumplir un sueño más, gracias por inculcarme los valores y a que no me dé por vencido a pesar de las adversidades, también dedico mi trabajo a mi tío Jhon David Arizaga quien me ha ayudado constantemente en mi vida personal y académica, a mis hermanas que me han dado su apoyo y me han motivado para seguir adelante con sus palabras de aliento.

Finalmente quiero dedicar mi trabajo a mi esposa Katherine Aidé que desde que empezamos como novios me dio todo su apoyo hasta llegar a la meta propuesta y para terminar quiero agradecer a todas las personas que me han ayudado de una u otra manera con su apoyo a mis amigos y amigas que siempre me dieron aliento para poder seguir y cumplir una meta más.

Jandry Ramiro Llivicura Espinosa

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, que con su bendición he logrado cumplir las metas que me he propuesto y con su ayuda he terminado el presente trabajo pues me ha dado fuerzas para continuar y poder cumplir todos mis objetivos tanto académicos como personales.

Agradecer a mi madre que siempre ha estado con su apoyo incondicional a mi tío Jhon David Arizaga que me ha apoyado en todo momento, a mis hermanas tíos y amigos que siempre me han dado aliento para seguir y no flaquear, por todos los consejos valores y principios que me han servido de base para poder cumplir mis metas.

Finalmente quiero agradecer a mis docentes que me han inculcado dentro de la rama turística, en especial a la Ing. Mariuxi Loarte, a mi directora de tesis María Fernanda Narváez quien me ha brindado su apoyo dentro de mi proyecto de tesis, también quiero extender mi agradecimiento a la empresa que me abrió sus puertas y me permitió realizar el trabajo de investigación y finalmente quiero dar mis agradecimientos a la Institución Universitaria y a la carrera de Administración Turística por haberme brindado la oportunidad de poder culminar una meta más al realizar mis estudios universitarios en esta prestigiosa institución.

Jandry Ramiro Llivicura Espinosa

1 TITULO

**“ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL
BOMBUSCARO DE LA CIUDAD DE LOJA”**

2 RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general **“Analizar la calidad del servicio que presta el Hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja”**, para el cumplimiento de este objetivo se plantearon tres objetivos específicos. El primero consistió en **“Diagnosticar la situación actual del Hotel Bombuscaro”**, para ello se realizó el levantamiento de información aplicando el método descriptivo utilizando una matriz describiendo los bienes, obligaciones, servicios y valores de la empresa, se realizaron entrevistas a los empleados. Para el segundo objetivo que tuvo como finalidad **“Evaluar la calidad del servicio que presta el Hotel Bombuscaro”** se aplicó una encuesta a 100 clientes utilizando el método Servqual como modelo logrando obtener datos sobre los requerimientos de los clientes y falencias de la empresa. Para el tercer objetivo cuya finalidad fue **“Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio del Hotel Bombuscaro”**, se determinaron propuestas para el desarrollo de los objetivos estratégicos encontrados en el diagnóstico, encuestas y entrevistas del trabajo de la investigación.

Para poder realizar la investigación se utilizó computador, cámara fotográfica y materiales de oficina, se aplicaron los métodos descriptivo, cuantitativo y sintético, también se aplicaron técnicas como la de la entrevista, observación directa y la encuesta. Entre los principales resultados dentro del primer objetivo se determinó que el hotel cuenta con los permisos de funcionamiento para la prestación de servicios, no cumple con los requisitos de un hotel de cuatro estrellas según la ley de turismo, no cuenta con un reglamento interno, dentro del segundo objetivo los resultados determinaron que el hotel debe poner énfasis en la seguridad, sensibilidad y elementos tangibles para poder satisfacer las requerimientos de los clientes y brindar un servicio de calidad, realizar capacitación al personal dentro de sus áreas y finalmente para el tercer objetivo se realizaron las propuestas de los objetivos estratégicos con planteamientos sobre los problemas encontrados dentro de los dos objetivos.

Se concluye que el hotel cuenta con los permisos de funcionamiento, no cuenta con los requerimientos para ser catalogado como un hotel de cuatro estrellas dentro de la ley de turismo, es una empresa con años de experiencia, no ha mejorado su mobiliario y equipo tampoco se capacita al personal dentro de sus áreas dejando vacíos dentro de su prestación de servicios, la empresa a pesar de que cuenta con experiencia tiene deficiencias las cuales deben ser corregidas para brindar una mejor calidad dentro de los servicios que oferta.

ABSTRACT

The general objective of the present investigation was **"to analyze the quality of the service provided by the Hotel Bombuscaro of the city of Loja"**, for the fulfillment of this objective three specific objectives were raised. The first consisted of **"Diagnosing the current situation of the Bombuscaro Hotel"**, for this purpose the information was collected by applying the descriptive method using a matrix describing the company's assets, obligations, services and values, interviews were conducted with employees. For the second objective that aimed to **"Evaluate the quality of the service provided by the Hotel Bombuscaro"** a survey was applied to 100 customers using the Servqual method as a model, obtaining data on the requirements of the clients and the company's failures. For the third objective whose purpose was **"Propose strategies for the improvement of the quality of service of the Hotel Bombuscaro"**, proposals were determined for the development of the strategic objectives found in the diagnosis, surveys and interviews of the research work.

In order to carry out the investigation, a computer, camera and office supplies were used, descriptive, quantitative and synthetic methods were applied, techniques such as the interview, direct observation and the survey were also applied. Among the main results within the first objective it was determined that the hotel has operating permits for the provision of services, does not meet the requirements of a four-star hotel according to tourism law, does not have an internal regulation, within From the second objective, the results determined that the hotel should place emphasis on security, sensitivity and tangible elements to be able to meet customer requirements and provide quality service, train personnel within their areas and finally for the third objective they made the proposals of the strategic objectives with approaches on the problems found within the two objectives.

It is concluded that the hotel has the operating permits, it does not have the requirements to be classified as a four-star hotel within the tourism law, it is a company with years of experience, it has not improved its furniture and equipment It trains the personnel within its areas leaving gaps in its service provision, although the company has experience has deficiencies which must be corrected to provide better quality within the services offered.

3 INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio ha estado evolucionando a través del tiempo esta se ha ido adaptando a los esquemas y lógicamente a las transformaciones del mundo actual. La calidad de servicio, la satisfacción del cliente son factores estratégicos que en la actualidad toman en cuenta las empresas que prestan servicios. La gestión de calidad dentro de ellas se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más los que tratan de definirla, medirla y finalmente mejorarla para buscar un progreso continuo en los procesos y de esta manera prestar un servicio eficiente y eficaz que permitan alcanzar sus propósitos (Villacis, 2016).

El concepto de calidad no se refiere solamente a un bien, también se refiere a un servicio, solo que la calidad en este caso es intangible. Debido al interés mostrado por las empresas por cumplir la calidad y las necesidades de los clientes en cuanto al servicio que se les brinde, surgió la necesidad de definir el término “calidad en el servicio” (Choque, 2018).

Al plantearse un control de calidad en un establecimiento hotelero, las expectativas del cliente se encontrarán en el confort, limpieza y prestación esmerada del servicio de alojamiento y servicios complementarios (El sector hotelero, 2019).

En la ciudad de Loja, se puede evidenciar una creciente actividad turística, sin embargo, actualmente dentro de los hoteles no constan estudios sobre la calidad de servicio que brindan las empresas de hospedaje (Municipio de Loja, 2018). Esto se debe por diferentes aspectos tales como la falta de interés por parte de los empresarios o dueños de las empresas, inexistencia de control de la calidad por parte de los entes reguladores además a esto se suma la carencia de importancia que se le debe dar a este tema dentro de la prestación de servicios.

Teniendo en cuenta que la oferta de alojamiento es un factor complementario de la actividad turística, es imprescindible brindar un servicio de calidad a los turistas que hacen uso de estos establecimientos.

Los hoteles dentro del sector turístico son muy importantes, pues su capacidad de carga, infraestructura y servicios traen consigo el desarrollo de la localidad donde se encuentran situados, sin embargo, el cliente es quien califica a la empresa según sus necesidades y expectativas.

En la actualidad es importante la información para poder llevar a cabo cualquier actividad económica. Tanto los usuarios o consumidores como las empresas, intercambian información constantemente. Los consumidores, para conocer mejor los servicios y los productos que nos pueden interesar y así poder tomar mejor nuestra decisión de compra.

Hoy en día las empresas han presentado una serie de falencias, que se han dado a lo largo del tiempo, las mismas que impiden el desarrollo de la localidad. La falta de calidad de atención al cliente de la agencia de viajes, disminuye la demanda del servicio de las personas, en temporadas bajas, las ventas de paquetes turísticos, así como las ventas de boletos aéreos, por ende, el desgaste económico, financiero y humano de la empresa, se ven perjudicados debido al decrecimiento de las ventas.

En Ecuador existen investigaciones sobre la calidad del servicio que presta un hotel, entre ellos se puede mencionar a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador “Análisis de la gestión de calidad del Hotel Sebastián y diseño de un plan mejora en la ciudad de Quito” la investigación va en relación a la satisfacción del cliente a cerca de sus expectativas y necesidades, las cuales determinan un déficit o falta de calidad en el servicio de atención e información del hotel San Sebastián.

También existe otro estudio en la Universidad de Cuenca en relación a “los sistemas de calidad dentro de los hoteles de cuatro estrellas en Ecuador”, según (Huamaní, 2012), piensa que los resultados que presenta la

investigación en relación a la satisfacción del cliente a cerca de perspectivas y percepciones determinan un déficit o falta de calidad en el servicio de atención e información del hotel.

En consecuencia, es importante para la carrera de Administración Turística que se realicen estudios acerca de la calidad que ofrece una empresa en el sector hotelero, ya que de esta manera aporta al desarrollo del turismo en la ciudad de Loja permitiendo al estudiante tener la oportunidad de poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante su periodo académico y obtener un título, aprobando los parámetros exigidos por la carrera, el proyecto permitirá cumplir con uno de los requisitos previo a la obtención del título, con estos antecedentes antes expuestos se justifica los motivos por los cuales se desarrollara la presente investigación.

Para el cumplimiento de la presente investigación se desarrollaron los siguientes objetivos: el objetivo general consistió en analizar la calidad del servicio que presta el Hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja, como objetivos específicos se establecieron, diagnosticar la situación actual del Hotel Bombuscaro, evaluar la calidad del servicio que presta el Hotel Bombuscaro, proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio del Hotel Bombuscaro, con la finalidad de dar a conocer el desarrollo de la investigación a los entes involucrados.

El alcance de la investigación del Hotel Bombuscaro permite mejorar la calidad de los servicios que son brindados a los clientes de la empresa, aporta al desarrollo socioeconómico de la localidad, empleados y dueños del hotel.

Las limitaciones de la presente investigación es que no se proporcionó la base de datos de los clientes, afectando en el avance del mismo, adicional a esto la investigación se la realizo en una temporada baja por lo cual se aplicó una formula con un margen de error del 0.10%, pero se pudo aplicar con éxito.

4 REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 Marco Teórico

4.1.1 Concepto de calidad

La calidad es un concepto que responde a las exigencias cambiantes de los clientes, y como tal no está contemplado en términos absolutos, habrá tantos niveles de calidad como clientes. Esta acepción del término está estrechamente vinculada a atributos intangibles y es ciertamente difícil, aunque sin duda, es un enfoque vital hacia la perfección de un producto o servicio. En resumen, podemos entender la calidad es un conjunto de características inherentes de un producto o servicio, satisfaciendo sus necesidades y expectativas (Castellucci, 2009).

La calidad es la descripción de algún producto o servicio, ya que no es un valor cuantificable, este se encuentra más ligado a la percepción de los consumidores, este es un problema ya que va a depender del consumidor para considerar su excelencia. Entender a la excelencia de la calidad es algo subjetivo y abstracto que varía entre individuo y con el transcurso del tiempo, ya que solo se puede lograr con la experiencia (Acosta, 2017).

La calidad de un servicio no se la puede ver sino sentir, esta se la puede demostrar en un servicio que es intangible y se puede medir según la percepción de los clientes de quienes satisfacemos una necesidad brindando un producto que sea de agrado o interés. El turismo no solo implica analizar la satisfacción de los turistas con los distintos servicios (calidad total), sino también la contribución del turismo al desarrollo sostenible e integral de las sociedades locales. Eso no es tarea fácil ya que integrar a la sociedad, la empresa, habitantes y mantener los recursos turísticos del lugar son fundamentales para mantener un desarrollo a través de esta vía.

4.1.2 Teorías de la calidad

Existen varias teorías sobre la calidad y autores, los cuales han contribuido de diversas maneras a dar un punto de vista adicional acerca este concepto que es bastante amplio dentro de su utilización; según (Deming 1989) (citado por Duque, 2005) define a la calidad como la traducción de las necesidades futuras de los usuarios en características medibles solo así un producto o servicio puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción.

De la misma manera (Zabala, 2014) refiere que la calidad permanece y no cambia, siempre es el mismo valor. La calidad no depende de la persona, pero la persona si depende de la calidad, el ser humano existe porque la calidad existe y así la manifieste. Ya que la calidad es un principio, también es causa y efecto al mismo tiempo, es decir el efecto es extensión de la misma causa. (p. 2)

4.1.3 La calidad del servicio

El concepto de la calidad de servicio al cliente se está reevaluando y considerando por compromiso con el cliente, centrado en las emociones, el reto como empresa es ofrecer “experiencias excepcionales” que hagan que los clientes se enamoren de la marca.

La prestación de elevados niveles de calidad de servicio constituye una estrategia esencial para el éxito. (Barquero, 2007), refiere que para la supervivencia de la empresa en el actual entorno competitivo la calidad de servicio se centra en alcanzar las necesidades y los requerimientos de los consumidores y en cómo el servicio prestado alcanza las expectativas de los clientes.

El sector hotelero se considera una parte esencial la actividad turística, pues su infraestructura, capacidad y servicio trae consigo el posicionamiento de la ciudad como destino, según Vargas Hernandez, Zazueta & Guerra Garcia (2010), refieren que el servicio se entiende como el conjunto de prestaciones que el cliente espera. El servicio constituye una

estrategia esencial para el éxito y para la estabilidad de la empresa en el entorno competitivo, el cual se presenta cada vez más especializado en las diferentes ramas de negocios.

Con estos antecedentes se puede concluir que la gestión que se realiza para ofertar calidad en el servicio considerados como pequeñas y medianas empresas se convierten en uno de los elementos con mayor relevancia en el desarrollo del turismo.

4.1.4 Calidad turística

De la misma manera (Sousa, 2005), sostiene que abordar la problemática de la calidad del turismo implica analizar no sólo la satisfacción de los turistas con los distintos servicios (calidad total), sino también la contribución del turismo al desarrollo sostenible e integral de las sociedades locales. Ambos componentes constituyen la calidad global. Esta contribución al desarrollo ha de medirse por la contribución al enriquecimiento de los distintos subsistemas que forman la estructura social, con sus respectivos capitales: capital social, capital simbólico, 18 capital humano, capital financiero, capital infraestructural, capital patrimonial y capital medioambiental (Castellucci, 2009).

De otro lado Weiermair 1996, (como se citó en Romani, 2017) la calidad en el turismo como concepto de interrelación y holístico, considera las actividades relacionadas con la cadena de servicios turísticos y el consumo de estos aplica restricciones que van más allá de especificar la hora y vigilar la calidad global de estos; tanto tratándose de un destino turístico como de la experiencia de viaje desde la perspectiva del turista. (p.18).

4.1.5 Objetivos de la calidad

- Suscripción responsable
- Excelencia del servicio
- Satisfacción del cliente
- Innovación

- Mejoramiento continuo
- Recurso humano calificado
- Inversión en la capacitación del personal
- Mejoramiento en la excelencia de los procesos
- Motivación continua del personal

4.1.6 Modelos de calidad

Se presentan los modelos de calidad a fines Weimer (citado en Lizbeth, 2016).

4.1.7 El modelo Baldrige

El modelo Malcolm Baldrige lleva el nombre de su creador. El modelo está elaborado en torno a 11 valores que representan su fundamento e integran el conjunto de variables y criterios de Calidad:

- Calidad basada en el cliente.
- Liderazgo.
- Mejora y aprendizaje organizativo.
- Participación y desarrollo del personal.
- Rapidez en la respuesta.
- Calidad en el diseño y en la prevención.
- Visión a largo plazo del futuro.
- Gestión basada en datos y hechos.
- Desarrollo de la asociación entre los implicados.
- Responsabilidad social.
- Orientación a los resultados.

4.1.8 Modelo de excelencia de la fundación europea para la gestión de calidad (EFQM).

En el ámbito de la Unión Europea según está implantando el modelo EFQM de excelencia como modelo de referencia. Según (Cubino, 2001), afirma que el modelo EFQM surge en la década de los 80, en el ámbito de las

empresas, ante la necesidad de ofrecer a los clientes, productos y servicios de mayor calidad, como única forma de supervivencia ante la competencia internacional, procedentes sobre todo de Japón y Estados Unidos.

4.1.9 Dimensiones del servicio

- **Concepto Servicio**

Se puede definir como servicio el conjunto de actividades intangibles que se encuentran interrelacionadas. Gonzales Moreno, Del Rio Gomez, & Dominguez Martinez (2011), aseguran que las actividades de los servicios que pertenecen al sector terciario se suelen definir en un sentido muy general como las actividades de servicios públicos y privados, los proveedores de servicio, deben conocer cuáles son los elementos más importantes que toman en consideración los clientes al momento de optar por el consumo de un determinado servicio. (p12)

El servicio en si se lo puede percibir en diferentes aspectos, dentro de los servicios públicos y privados, existen diferentes tipos de servicios y se los percibe según el criterio y necesidades de cada persona, dependiendo de si cumple con las perspectivas y expectativas de cada persona para darle valoración del servicio recibido.

4.1.10 La calidad del servicio al cliente

Uno de los criterios sobre la calidad del servicio expresa que:

“La importancia de la calidad en el servicio se puede entender por las siguientes razones: crecimiento de la industria del servicio, crecimiento de la competencia, mejor conocimiento de los clientes, calidad de servicio hacia el cliente, quedando satisfecho según su perspectiva” (Lopez Parra, 2018).

La calidad del servicio es la satisfacción del cliente, son los deseos o expectativas que el cliente tiene con respecto a un servicio y que estas sobrepasan las percepciones de los mismos. “Esto hace referencia al

servicio de calidad, esta es una herramienta por la que se ofrece un valor añadido a los clientes, en relación con la oferta de otros competidores, de modo que logre diferenciar en el mercado en el que se desenvuelva” (Duque & Jair, 2005, p.67).

4.1.11 Características del servicio

Estos elementos descansan en las características fundamentales de los servicios: la intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega, y la inseparabilidad de la producción y el consumo. De las características diferenciadoras entre los productos tangibles y los servicios cabe destacar el hecho de ser causantes de las diferencias en la determinación de la calidad del servicio. Así, no se pueden evaluar del mismo modo servicios y productos tangibles (Duque Oliva, 2005). A continuación, se presentan estas características de una manera más detallada:

- La intangibilidad
- La heterogeneidad
- La inseparabilidad

4.1.12 Servicio

Intrínsecamente la connotación de servicio difiere por el trato a los clientes para promocionar los elemento tangibles, y su correcta utilización; es decir perfeccionar y conformar cada vez un ambiente de familiaridad dentro de la empresa, para que los clientes denoten tranquilidad del bien obtenido y con complacencia de regresar no solo por la calidad de los elementos tangibles, sino también del servicio humano y su veracidad en las promociones del producto. González & Pérez (2013) afirman que servicio: “Es la sumatoria de elementos tangibles, intangibles, acciones, interacciones personales y actitudes que se diseñan en una organización para satisfacer en términos de calidad y de excelencia, las necesidades y expectativas de los clientes.” (p. 6). De esta manera se considera como concepto de servicio al elemento principal que es el motivo y objetivo por el cual se crea una empresa; el secundario o accesorio que se encuentra

entrañablemente relacionado con la satisfacción personal de los clientes creando una percepción de carácter humanista que proyecta una persona al momento de interactuar con amabilidad, veracidad y dedicación a su labor; y de saber utilizar las estrategias de publicidad y ventas.

4.1.13 Análisis de calidad

Según la Organización Mundial del Turismo OMT (2016), afirma que la calidad es “el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, y que determinan la calidad, tales como, la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad. (s.p)

La calidad implica que todo funcione bien y que exista preocupación por dar respuestas efectivas a las necesidades de los turistas, para que estén satisfechos y que esto dé como resultado generar más empleo y beneficios socioeconómicos para las mayorías, todo esto se puede lograr: mejorando sistemáticamente los procesos, para mejores resultados. Es importante destacar lo cambiante que resulta el mercado, la gran variedad de ofertas y destinos altamente competitivos que existen en muchas partes del mundo, que puede eliminar a las empresas que no se adapten a estos cambios. De ahí la importancia de la calidad.

4.1.14 Certificaciones de calidad

Estas son las que obtiene las empresas para darle jerarquización dentro de cualquier ámbito empresarial al que se dedique con la obtención de estas le da un plus de credibilidad frente a los clientes que busca conseguir productos o servicios de la mejor calidad. A continuación, se detalla tres tipos de certificaciones más comunes utilizadas en el país. Q Calidad Ecuador Quality creado el 26 de mayo del 2015 por el Ministerio de Turismo (MINTUR), con el cual las empresas ganan prestigio, fiabilidad, confianza y promoción. La vigencia de este reconocimiento es de un año y las empresas que deseen renovarlo tienen que acatar el cumplimiento de

varias normas. ISO 14001 por Alianza elaborado en 1996 por Organización Internacional para Normalización –ISO Trabaja en alianza con los gobiernos, la industria y representantes de los consumidores. Además de ISO 14001, existen otras normas ISO que se pueden utilizar como herramientas para proteger el ambiente. NTE INEN 2431 en el año 2015 se crea por medio del Instituto Ecuatoriano de Normalización, esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral.

4.1.15 Sistema de Calidad

Para describir de mejor manera este concepto (Sistemas y Calidad Total, 2011), hace referencia un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua, de una manera ordenada y sistemática que se basan en los siguientes puntos: (s.p)

- Conocer y escuchar al ciudadano identificando sus necesidades y expectativas.
- Informar y prestar la mayor atención a la ciudadanía y facilitar su participación activa.
- Garantizar unos servicios de calidad y prestarlos y gestionarlos de manera excelente.
- Hacer lo que decimos y cumplir los compromisos.
- Medir lo que hacemos para mejorar continuamente.
- Trabajar con vocación de servicio público.

Los sistemas de calidad son coordinados en forma general por el gerente de control de calidad, el cual debe estar dotado de suficientes conocimientos que le permitan seleccionar y establecer.

4.1.16 Método SERVQUAL

Esta es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes,

y como ellos aprecian el servicio. Para (Matsumoto, 2014), se refiere al Modelo Servqual como una herramienta que mide la calidad del servicio que se les brinda a los clientes que utilizan uno o varios servicios en base a cinco dimensiones.

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

4.1.17 La calidad en los servicios

En lo que hace referencia a la calidad en los servicios y la percepción que tienen los clientes frente a la misma, se puede hablar de valores, necesidades y expectativas de los consumidores que se reconocen, por ejemplo, cuando varias personas son sometidas a los mismos estímulos de servicio, pero con respuestas diferentes (Carvajal y Zapata, 2012), refieren que la percepción podría entenderse mejor desde los elementos que la componen: el estímulo, los receptores sensoriales y finalmente, la sensación.

De la misma manera (Lovelock, 1997), menciona que es necesario realizar mediciones periódicas de la calidad de los servicios; para ello se deben crear instrumentos que ayuden a los gerentes a realizar dichas mediciones, ya que lo que no se puede medir no es posible controlar.

Por otra parte (Santos, 2011), afirma sobre la calidad en los servicios, la productividad y la efectividad del servicio generado no se vuelven

opcionales, sino incondicionales, en la prestación de servicios el cliente experimenta factores diferenciadores como la recordación, la lealtad y la fidelidad, lo que conlleva generar recompra y la estrategia del voz a voz.

A esto (Campos, 2011), confirma que los componentes más valorados son: la limpieza y el confort y los peor valorados son la relación calidad-precio y el servicio; también encuentran que los clientes más exigentes son aquellos que viajan solos, más que aquellos que viajan en compañía de familiares o amigos.

Según Santomá, & Costa (2009) mencionan que con la aparición del modelo SERVQUAL se han generado una gran cantidad de investigaciones sobre la calidad en el servicio hotelero, no solo a nivel de validación del modelo sino además de las implicaciones de acuerdo con las características específicas del hotel. Por otro lado, gran parte de los estudios se centran en relacionar los elementos tangibles de los hoteles y muchos otros analizan la relación con los empleados.

Identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro”. Pág. 6. Podremos decir que es el proceso mediante el cual una institución educativa o una organización se anticipa y decide sobre su direccionamiento hacia el futuro a partir del análisis situacional del entorno; con la participación de todos los actores tanto internos como externos que tienen intereses comunes sobre el destino de la organización educativa y para ejecutarla necesitamos de 5 a 10 años. (Alquino Salinas, 2012)

4.1.18 Calidad de Servicio en el Sector Hotelero

El sector de la hotelería se considera parte esencial de la cadena de valor de la actividad turística, pues su infraestructura, capacidad y servicio trae consigo el posicionamiento de la ciudad como destino (Santonama, 2010). La gestión que se realiza para ofertar calidad en el servicio de los hoteles considerados como pequeñas y medianas empresas se convierten en uno de los elementos con mayor relevancia en el desarrollo del turismo, es decir

que, al generarse calidad, sinónimo de satisfacción en los viajeros, se produce sostenibilidad de la ciudad, puesto que se da un incremento en el número de personas.

En cuanto a la calidad del servicio en hoteles se puede empezar por definir qué es un hotel; (Barragán, 2004), afirma que un hotel es un lugar que proporciona alimentación y hospedaje que ofrezca entretenimiento a los viajeros y que opera bajo la base de obtener utilidades. Por otro lado, es importante resaltar que la calidad de un hotel no se ve solamente por sus instalaciones sino también por aquellas personas que participan en todos los eslabones del servicio a partir de un trabajo organizado en forma estratégica.

Se debe afirmar que con el paso del tiempo los consumidores se vuelven más sofisticados en cuanto a las expectativas que tienen sobre los servicios hoteleros. (Varela, 2009), define que es posible que por diversas razones un prestador no cumpla con las expectativas del cliente y esto lo lleve a tener una imagen negativa y a que definitivamente corte sus relaciones con el proveedor. Además, es posible según (Bigné, 2010), que el cliente en muchas ocasiones no se sienta insatisfecho en sí mismo por una situación de mal servicio sino por la mala respuesta ofrecida por la empresa ante el fallo presentado.

La calidad dentro de las empresas que prestan servicios es se suma importancia pues de ello depende la satisfacción de los clientes y que de ellos se sume o se disminuya la clientela dentro de esa empresa pues un cliente satisfecho con los servicios prestados brinda buenas referencias de la empresa aumentando el número de clientes para la misma.

4.1.19 Planificación estratégica

La Planificación Estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los

cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen (Dumorne, 2012).

La planificación estratégica es un proceso que antecede al control de gestión, el cual permite hacer el seguimiento de los objetivos establecidos para el cumplimiento de la misión (Armijo, 2011).

Según (Muchnick, 2011), sostiene que el concepto de planificación estratégica está referido principalmente a la capacidad de observación y anticipación frente a desafíos y oportunidades que se generan, tanto de las condiciones externas a una organización, como de su realidad interna. Además (Muchnick 2011), también confirma que hay dos aspectos claves a considerar para desarrollar un proceso de planificación estratégica: enfocar la planificación en los factores críticos que determinan el éxito o fracaso de una organización y diseñar un proceso de planificación que sea realista.

4.1.20 Elementos de un plan estratégico

Los elementos fundamentales que se consideran en un proceso de planificación estratégica son la misión, la visión, los objetivos, los elementos de diagnóstico (FODA) y el plan de acción (Muchnick, 2000).

4.1.21 Planificación estratégica y gestión de calidad

Según (Orozco Correa, 2019) los sistema de gestión de calidad debe ser un instrumento al servicio del propósito de la organización, debe responder con políticas y objetivos acordes a ese propósito y debe ser parte integrante de la planificación estratégica, siendo flexible y adaptable a los requerimientos de la planificación, por lo tanto, deberá cambiarse y renovarse las veces que sea necesario para ser un real aporte a la empresa. (Planificación Estrategica y Sistemas de Calidad, 2013, pág. 2), también menciona que los sistemas de gestión de calidad que adhieren al propósito de la organización, que son renovados según los cambios de

estrategia de la empresa y que no son dejados aparte en la planificación periódica, son potentes fuentes para el logro de los resultados de la organización.

La planificación estratégica y gestión de calidad requiere establecer una política y objetivos de calidad, procedimientos y mediciones, entonces la política de calidad dará el marco conceptual para lograr ese propósito y los objetivos de calidad medirán la forma en que lograrán ser respondidos los requisitos del cliente (Revista Certificación y Negocios, 2013).

4.2 Marco Referencial

4.2.1 Estudios sobre la calidad de los servicios

Evidenciando la categorización que reciben los hoteles basados en la OMT, también se pueden exponer algunos de los parámetros que son asumidos como compromiso moral y ético dentro de los establecimientos de hospedaje. Por esta razón se menciona a (Choix ,2013) quien sostiene que la asignación de estrellas: los niveles de servicios disponibles, limpieza y conservación de los materiales de recubrimiento en pisos, muros y plafones, tanto como las del mobiliario y cumplimiento de patrones y procedimientos administrativos y de operación de la observación de normas y reglamentos técnicos relativos al turismo y del compromiso con la veracidad en la promoción, publicidad y comercialización de los establecimientos de hospedaje. (p. 26).

En la última década se ha incursionado en nuevas reformas para mejorar todo el ambiente que conlleva la actividad turística, es más, el concepto de hotelería tuvo el mismo precedente, acoplándose a la medida de los cambios sociales; por esta razón se puede mencionar a (Rodríguez, 2012), afirma que todos tienen como punto primordial el enfoque que dan al recalcar que es un establecimiento hotelero de alojamiento, que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo y que brinda las instalaciones necesarias de infraestructura, de servicios y otros complementarios.

Ubicados en las ciudades comerciales para la comodidad del cliente creando así un ingreso económico para las mismas. (p. 31)

La ubicación de cada hotel en conjunto con su decorado se relaciona con el estudio histórico de la demografía de los alrededores donde estará situado el hotel, ya que de ello depende el enfoque que debe darse al establecimiento. El cual puede ser un poco más rudimentario para ambientes con naturaleza como en la región oriental o andina del país.

Los fundamentos sobre los cuales están sostenidos los establecimientos hoteleros son básicamente en ofrecer la mejor atención a todos sus clientes que llegan con el entusiasmo de pasar una estadía confortable y gozar de las bondades que ofrece el lugar, ligado a las actividades que se permiten realizar para índoles corporativas (juntas de trabajo, charlas, seminarios, etc.), turístico (estadía familiar o individual) y todo lo relacionado con entretenimiento.

Existen varios estudios sobre la calidad de los servicios que brindan los hoteles, hoy en día las empresas presentan un sin número de falencias, que se han dado a lo largo del tiempo, y estas impiden el desarrollo de la localidad y de la mismas empresas, la falta de calidad en los servicios que presta disminuye la demanda del servicio y la empresa se ve perjudicada debido al decrecimiento de las ventas.

Existen estudios realizados sobre estos temas entre ellos podemos mencionar un estudio realizado en Ecuador “Análisis de la calidad en los servicios hoteleros y su influencia en el desarrollo económico y turístico del cantón Milagro”, donde describe que en cuanto a su calidad y servicios no son los adecuados dentro de la empresa, son deficientes tanto en su infraestructura como en los servicios que presta. (Calidad, concepto y filosofías, 2013), afirma que la importancia de la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes, como pueden ser: la reducción de costos, presencia y permanencia en el mercado, generación de empleos, capacidad de la empresa y capacidad del servicio.

En la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil existe otro estudio sobre “Análisis de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes en los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad de Guayaquil” donde se afirma que es necesario mejorar la calidad de los servicios hoteleros, analizar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes en los hoteles. Según (Grande Esteban, 2005), define que la calidad y el servicio van de la mano una a la otra, es esencialmente necesaria una de la otra para complementar un producto de calidad dentro de la prestación de los mismos.

También existe otro estudio en la ciudad de Baños “La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la ciudad de Baños de Agua Santa” donde el fin de la investigación consiste en la detección del constante cambio de expectativas y exigencias del cliente por lo que el sector hotelero de esta ciudad se ha visto con suma urgencia que se implemente alguna herramienta para mejorar en sí la calidad de los servicios que ofertan.

Cuando mencionamos los calidad de los servicios dentro de las empresas hoteleras también se realizan las correspondientes gestiones aportando al mejoramiento de la calidad de los servicios de dicho establecimiento, de esta manera también podemos mencionar otra investigación que se realizó en la Universidad de Guayaquil con el tema titulado “Evaluación de la calidad del servicio que se ofrece en el Hotel Ecuahogar, en la ciudad de Guayaquil, 2017”, donde el autor menciona que pretende dar una posible solución a la problemática que se presenta en el hotel. Ofertar un servicio de calidad es de suma importancia en el turismo en general, más aún en el ámbito hotelero donde la demanda de turistas nacionales y extranjeros tienen un mayor alcance, de esta manera se genera plazas de trabajos y más divisas.

5 MATERIALES Y METODOS

5.1 Materiales

Para la presente investigación se utilizó:

- Computador
- Materiales de oficina
- Material bibliográfico

5.2 Materiales de campo

- Cámara fotográfica
- Grabadora

5.3 Metodología por objetivos

5.3.1 Método Científico

El método científico es el procedimiento planteado que se sigue en la investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos objetivos, para desentrañar sus conexiones internas y externas.

A través de este método se pudo establecer un estudio de la situación actual de la empresa como su ubicación, límites, infraestructura, permisos de funcionamiento, mobiliario y su organización interna.

5.3.2 Método analítico

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

Este método nos permitió descomponer las características internas de la empresa para poder identificar las causas y los efectos de las falencias de la empresa, tanto la parte física, normativa e intangible. Para ello se creó

una matriz de diagnóstico donde se ordenó toda la información de la empresa tanto de su parte física, normativa e intangible.

5.3.3 Método sintético

Es un proceso analítico de razonamiento que busca reconstruir un suceso de forma resumida, valiéndose de los elementos más importantes que tuvieron lugar durante dicho suceso.

Este método fue de suma importancia pues a través de él se pudo extraer la información más relevante y se planteó las estrategias, cumpliendo así con el tercer objetivo.

5.3.4 Método descriptivo

Según (Sampieri, 2009) los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y se busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

5.4 Metodología para el primer objetivo

5.4.1 Diagnosticar la situación actual del Hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja

Se utilizó el método descriptivo, para ello se realizó el diseño de la matriz de diagnóstico donde describimos todos los argumentos legales que requiere el hotel dentro de la normativa para calificar como un hotel de cuatro estrellas, de acuerdo al análisis legal, el hotel debe cumplir requerimientos dentro del Ministerio de Turismo, Medio Ambiente, Gad de Loja, en la cual debe constar toda la información del establecimiento que presta los servicios en la cual constaron los siguientes elementos.

Los datos generales del establecimiento, Reglamento del Ministerio de Turismo para un hotel de cuatro estrellas, permiso del Municipio de Loja, permiso del ARCH, y entidades gubernamentales.

A través de esta matriz de diagnóstico se obtuvo información actualizada de la empresa, su fecha de inicio, los servicios que presta, los permisos y asociaciones a la que está vinculada, los servicios con los que debe contar según la normativa del MINTUR para un hotel de su categoría y las diferentes obligaciones que debe cumplir como empresa tanto para los huéspedes como para con los trabajadores.

- **Matriz de diagnóstico**

Se elaboró una matriz de diagnóstico donde se recolectó toda la información recopilada con los datos generales de la empresa, permisos, reglamento de la ley de turismo, servicios que presta el Hotel Bombuscaro. Ver anexo N° 3 página 137

- **Aplicación de la matriz**

Una vez realizada la matriz se procedió a la aplicación de la misma a través del levantamiento de información, adicional a esto se logró obtener una mejor investigación a través de la observación directa.

- **Entrevistas**

Se realizaron entrevistas a trabajadores de la empresa Sr. Jesús Malla y Srta. Ivon Iñiguez y al gerente del Hotel Bombuscaro Sr. Leónidas Alberto Tello Cano, lo cual nos permitió obtener información adicional para complementar la matriz de diagnóstico. Ver anexo N° 4 página 159/163

- **FODA interno (fortalezas y debilidades)**

Con la información se estableció las fortalezas y debilidades del Hotel Bombuscaro.

- **FODA externo (amenazas y oportunidades)**

Para ello se utilizó toda la información tanto de las F/D (fortalezas y debilidades) y A/O (amenazas y oportunidades), de esta manera se obtuvo el FODA cruzado, permitiéndome de esta forma poder llegar a las estrategias. Se procedió a cruzar las (oportunidades O1 y Fortalezas F1) y (debilidades D1 y amenazas A1) realizando comparaciones con cada una de ellas y a través del análisis encontrar objetivos estratégicos.

5.5 Metodología para el segundo objetivo

5.5.1 Evaluar la calidad de servicio brindado por el Hotel Bombuscaro

- **Encuesta**

Esta herramienta permitió obtener preguntas utilizando como referencia el modelo SERVQUAL, adaptarlas y modificarlas de acuerdo a las necesidades y requerimientos del hotel, y de esta manera poder extraer la información necesaria a través de las preguntas realizadas a los clientes de la empresa.

- **Calculo de la muestra**

Se procedió a sacar la muestra de la población, para ello se obtuvo datos brindados por la administradora del hotel, dando un total de 100 encuestas a aplicar.

- **Formula**

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

- **Población**

Se tomó como muestra a los clientes del año 2017 que según datos brindados fueron 4.580 huéspedes.

Diseño de la encuesta

Se la diseño con referencia al modelo Servqual, optando por datos generales como sexo, edad, ocupación, lugar de procedencia y las preguntas de valoración de los servicios.

- Genero permitió determinar el sexo de los clientes encuestados.
- Edad permitió verificar un rango promedio de los clientes de la empresa.
- Ocupación permitió conocer el rol de trabajo de los clientes.
- Lugar de procedencia permitió determinar de qué lugar la empresa cuenta con mayores clientes.
- **Encuesta**

Se elaboró la encuesta basada en 25 preguntas divididas en 5 dimensiones (elementos tangibles, sensibilidad, fiabilidad, empatía y seguridad). La misma que se determina en el modelo Servqual. Ver anexo N° 6 página 166

- **Aplicación de la encuesta**

Se procedió a la aplicación de la encuesta a 100 clientes del Hotel Bombuscaro en horarios laborables.

- **Tabulación de datos**

Para poder sacar la valoración se la dividió en un rango de satisfacción donde uno y dos son negativos tres un valor intermedio y cuatro y cinco son valoraciones positivas.

Tabla 1 Tabla de valoración

1. Totalmente en desacuerdo	No
2. Moderadamente en desacuerdo	
3. En parte	En parte
4. moderadamente de acuerdo	Si
5. totalmente de acuerdo	

Fuente: Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Datos estadísticos**

Para poder obtener los resultados se tabulo los datos en una tabla de frecuencia, y se sacó datos estadísticos para poder extraer las valoraciones de cada dimensión.

5.6 Metodología para el tercer objetivo

5.6.1 Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio del hotel Bombuscaro.

- **Estrategias propuestas**

Una vez desarrollado el FODA cruzado, se obtuvieron las estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios.

- **Desarrollo de las estrategias**

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

- **Diseño de las estrategias**

Para poder determinar las características de las propuestas se desarrolló un cuadro donde se establece los puntos que debe tener cada propuesta

establecida dentro de cada estrategia.

Las estrategias que se sugieren entre las más importantes tenemos proponer la implementación de uniformes al personal del hotel, implementar cámaras de seguridad, luces automatizadas, capacitar al personal de la empresa con lo que se refiere a servicio al cliente, mejorar en equipo y mobiliario, mejorar la imagen externa de la empresa, cambiar el área de restaurante al cuarto piso para agilizar el servicio de restaurante, la creación de un reglamento interno, aplicando estas estrategias se mejoraría la calidad de los servicios que presta el Hotel Bombuscaro.

6 RESULTADOS

6.1 Diagnosticar la situación actual del hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja

6.1.1 Generalidades de la ciudad de Loja

La provincia de Loja está situada en la zona Sur del Ecuador, tiene una población según el CENSO INEC 2010 de 448.966 habitantes, de los cuales 214.855 se concentran en todo el cantón Loja y 180.617 en la ciudad de Loja. Situada a 2100 m. s. n. m., tiene 16 cantones en toda la provincia. (INEC, 2010, p.36)

Dentro de los aspectos físicos encontramos los siguientes datos. “La altitud del cantón oscila entre 2100 y 2135 m.s.n.m. de altitud en la provincia, lo cual combinado con otras características geográficas le brindan un clima templado con una temperatura que promedia entre 16° y 21° C” (Perfil Territorial LOJA, 2013, p.11).

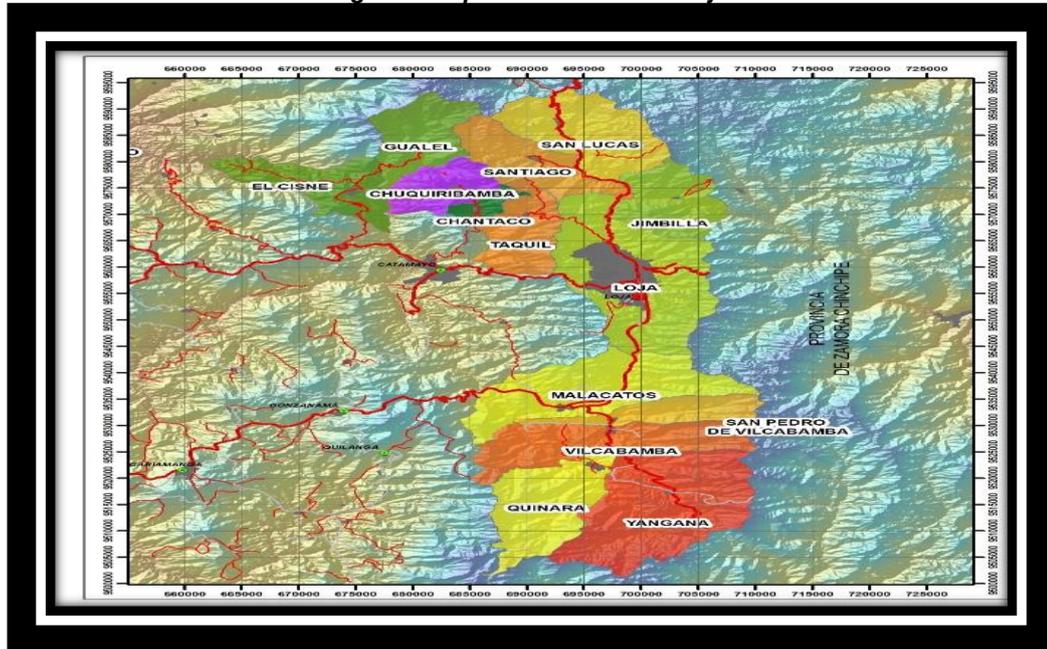
6.1.2 División Política del cantón Loja

Limita al norte con el cantón Saraguro al sur con la Provincia de Zamora Chinchipe al este con la Provincia de Zamora Chinchipe y al oeste con la Provincia de El Oro y los cantones de Catamayo, Gonzanamá y Quilanga.

División parroquial Según el plan de desarrollo, el cantón Loja está dividido en 4 zonas administrativas como forma de organizar y administrar la población y los recursos; teniendo así 19 parroquias 13 rurales y 4 parroquias urbanas (Sucre, El valle, Sagrario y San Sebastián, Carigan y Punzara). (Perfil Territorial LOJA, 2013, p.12)

6.1.3 Mapa de la ciudad de Loja

Figura 1 Mapa de la ciudad de Loja

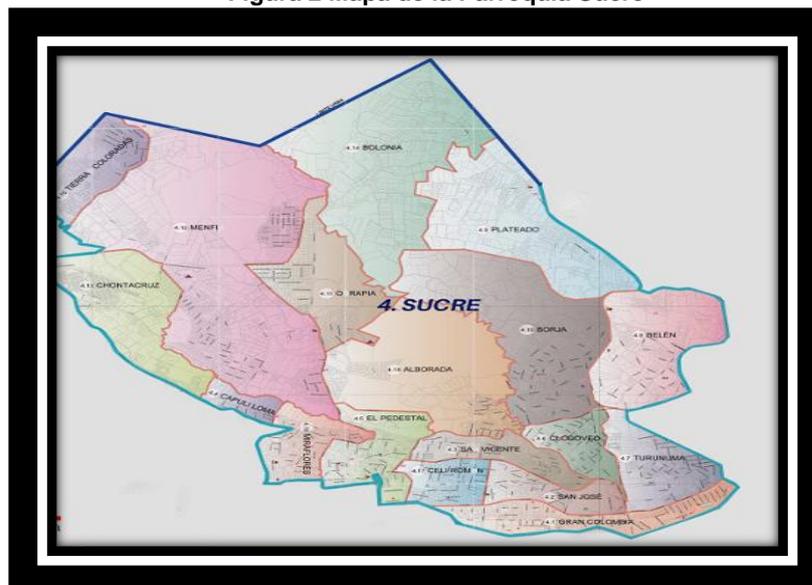


Fuente: Google maps
Elaboración: Llivicura Jandry

6.1.4 Ubicación

El hotel Bombuscaro se encuentra ubicado en la provincia de Loja, Cantón Loja, Parroquia Sucre, en las calles Av. Universitaria 10 de Agosto y 18 de Noviembre, este hotel se encuentra ubicado en pleno centro de la ciudad a tres minutos de la catedral.

Figura 2 Mapa de la Parroquia Sucre



Fuente: Propia
Elaboración: Llivicura Jandry

- **Representante de la empresa**

El dueño del Hotel Bombuscaro es el Sr. Leónidas Alberto Tello Cano y la Sra. Mireya Villavicencio como representantes legales de la empresa, esta empresa es administrada por la Eco. Jenny Elisabeth Arias.

- **Empresa de alojamiento y servicios complementarios**

La empresa se encuentra prestando sus servicios desde el año de 1995, pero se encuentra registrada dentro del catastro turístico desde el 1 de mayo de 1999, es una empresa con más de 20 años dentro del mercado de servicios, cuenta con reconocimientos por su calidad y servicio.

Tiene convenios con instituciones públicas y privadas, cuenta con clientes corporativos, así mismo mantiene convenios con operadores turísticos internacionales. Internamente existen 14 empleados laborando, entre ellos se encuentra administración, contabilidad, ventas, recepción, restaurante, camareras, cocina y bodega.

La empresa cuenta con una misión y visión establecidas:

- **Misión de la empresa**

Ofrecer servicios de calidad en servicio y hospedaje a visitantes nacionales y extranjeros dentro de la ciudad de Loja brindando una experiencia de comodidad y confort aportando al desarrollo turístico de la región sur del país.

- **Visión de la empresa**

Ser una empresa reconocida localmente, líder en el ámbito de hospedaje y servicios complementarios, generadora de fuentes de empleo y aportadora en el desarrollo turístico de la zona 7 al desarrollo económico.

- **Actividades de la empresa**

- Servicios de hospedaje

- Servicios de restaurante
- Servicios de katering y eventos
- Servicios de transfer
- Servicios complementarios

La empresa se encuentra distribuida en áreas las cuales se dividen en:

- Gerencia
- Administración
- Ventas
- Contabilidad
- Restaurante
- Cocina
- Recepción
- Bodega

Dentro de estas áreas laboran 14 empleados los cuales se desenvuelven en diferentes ámbitos y esquemas dentro del Hotel Bombuscaro.

- **Permisos de la empresa turística**
- **Licencia Anual Única de Funcionamiento (LUAF)**

La empresa cuenta con el permiso de funcionamiento otorgado por la (LUAF) este permiso es obtenido en el municipio de Loja y debe ser renovado anualmente, el permiso del establecimiento tiene fecha de inicio el 1 de enero de 2018 y fecha de finalización 31 de diciembre de 2018.

Además de esta aprobación la empresa debe renovar distintos permisos que son obligatorios y de igual forma deben ser obtenidos cada año como son:

- **Permiso del Cuerpo de Bomberos**

Para obtenerlo el hotel debe cumplir con las siguientes normas:

Cuenta con señalética en los pasillos, números de emergencia visibles, salidas de emergencia bien señaladas, también cuenta con un sistema de

emergencia en todos los pisos, alarma contra incendios y sensores de humo para la evacuación del hotel, extintores en todos los pisos y departamentos, en casos de apagones o emergencias cuenta con lámparas de emergencia en todos los pasillos, y para el manejo de la basura cuenta con basurero para residuos inorgánicos.

Sin embargo, no cuenta con los puntos de encuentro, las salidas de emergencia no se encuentran del todo despegadas para poder hacer uso de ellas en caso de requerirlas.

- **Registro Único de Contribuyente (RUC)**

Si se encuentra suscrito al servicio de rentas internas que deben tener las empresas para poder realizar las diferentes actividades económicas, igualmente el hotel tiene la obligación de pagar impuestos además de esto se debe pagar para obtener la patente, afiliación al IESS, servicios notariales, trámites ante el registro mercantil y registro de la propiedad.

- **Ministerio de Salud**

Los trabajadores de la empresa cuentan con el examen clínico o certificado de aptitud laboral que es un requisito obligatorio para todo ciudadano que ejerce su actividad laboral en las diferentes empresas.

- **Agencia Reguladora de Hidrocarburos (ARHC)**

Cuenta con el permiso para el funcionamiento de un caldero industrial, que es regulado por el Ministerio del Ambiente, Bomberos y el ARCH, y con el permiso para la compra y traslado de combustible para el mismo.

Este permiso se lo renueva anualmente, el hotel consume cuantías domésticas con un total de 200 galones mensuales para el funcionamiento del caldero que es utilizado para brindar el servicio de agua caliente.

- **Gestión de Riesgos**

El Hotel Bombuscaro cuenta con un plan de contingencia que ayudará a controlar posibles emergencias y a minimizar las consecuencias, el hotel

se encuentra equipado con lo siguiente:

- Botiquín de primeros auxilios
- Lámparas, linternas
- Vías de evacuación señalizadas
- Punto de encuentro
- Sistema de alarma
- Salida de emergencia

No cuenta con megáfono ni zonas de seguridad.

- **Gobernación Intendencia**

El Hotel Bombuscaro se encuentra registrado en la página del Ministerio del Interior, con los debidos permisos de uso de suelo y declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no provienen de actividades ilícitas dentro del funcionamiento de la empresa.

- **Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS)**

El establecimiento cuenta con un ascensor desde la planta baja para personas en sillas de ruedas, no cuenta con un sistema braille, los baños no son los adecuados para personas con problemas de movilidad, el personal no se encuentra capacitado dentro de este ámbito, tampoco cuenta con rampa para poder recibir a personas con discapacidades.

- **Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA)**

El establecimiento cumple con los requisitos que exige la Agencia de Registro Sanitario las mismas se detallan a continuación:

- Cumplimiento con la normativa sanitaria.
- Condiciones higiénicas dentro de las habitaciones, (colchones, sábanas, almohadas, edredones)
- Baños (toallas limpias, inodoro desinfectado)

- Manipulación de alimentos de forma rigurosa por que el personal si hace uso de las mallas y cubre bocas.

- **Ministerio del Trabajo**

Todos los empleados se encuentran debidamente asegurados y su sueldo es el que está dentro de la normativa reglamentaria del Ministerio del Trabajo, en este sentido en el Hotel Bombuscaro podemos mencionar que si cumple con las siguientes disposiciones:

- Pago de utilidades del 15 % hasta el 15 de abril de cada año.
- Uniforme al personal anualmente.
- Aporte al seguro social hasta el 15 de cada mes.
- Pago de 10 % de servicio y presentación de la misma.
- Décimo cuarta remuneración equivalente a una remuneración básica hasta el 15 de agosto.
- Décimo tercera remuneración o bono navideño hasta el 24 de diciembre de cada año
- Pago de horas extra a personal
- **Ministerio del Ambiente**

En cuanto al control de manejo de desechos y control de recursos al momento de aplicar la matriz se evidencio que el hotel cumple con los siguientes requerimientos:

Empresa eco eficiente dentro del departamento de cocina maneja los desechos clasificándolos los orgánicos y los plásticos debidamente separados, la gestión de los desechos es aplicada dentro de la empresa, el consumo de agua es eco eficiente con duchas a presión.

También se detectó que hotel no cuenta con un consumo de energía responsable, porque las luces de los pasillos no tienen sensores de movimiento, por ende, pasan siempre encendidas lo que aumenta el consumo de energía. Además, es importante señalar que el establecimiento no cuenta con paneles solares, lo cual es un requerimiento para un hotel de cuatro estrellas, y tampoco cuenta con un manejo de factura electrónica.

- **Infraestructura del Hotel Bombuscaro**

Al aplicar la matriz para obtener la información de la empresa referente a su estructura se obtuvo la siguiente información:

Su edificio es propio, costa de 5 pisos, su imagen externa se encuentra deteriorada el establecimiento cuenta con ascensor, 35 habitaciones divididas en individuales, dobles, triples, 2 suites presidenciales y 3 suites junior, también dispone de tres salones de eventos “salón Colibrí 200 pax , salón Bonsái 25 pax, salón El Refugio 30 pax”, además cuenta con áreas para el uso y desenvolvimiento de los empleados entre ellos podemos encontrar la oficina para ventas, contabilidad, y administración, cuatro bodegas divididas para (suministros y papelería, mantelería, bodega de camareras y bodega de cocina).

Su estacionamiento es contratado, no se encuentra dentro del hotel, cuenta con un estacionamiento temporal para poder recibir a los huéspedes que llegan en medios de transporte como: vehículos, busetas o buses, cabe recalcar que el parqueadero está disponible en horarios de 06H00 de la mañana a 22H30.

No cuenta con ascensor para recibir compras de proveedores e insumos y tampoco cuenta con una entrada para el personal que labora en la empresa.

Cuenta con un área administrativa, vestíbulo, restaurant cafetería y bar en el cuarto piso.

- **Área de habitaciones**

Las habitaciones cuentan con baño, cerradura para la puerta de acceso a la habitación, habitaciones con camas adicionales en caso que lo requieran los clientes, las habitaciones están equipadas con cama, televisión con soporte, velador, wifi, TV cable, escritorio, silla, closet, lámparas de lectura, cortinas y persianas, teléfono, sistema de comunicación interna, servicio telefónico y discado directo, las suites presidenciales están habilitadas para personas con discapacidad por lo que cuentan con mayor espacio en

la habitación y baño y se encuentran ubicadas en la planta baja, cuentan adicionalmente con hidromasaje y nevera.

En caso que los huéspedes lo requieran el hotel brinda almohadas extra, frazadas, toallas según la necesidad del huésped.

A pesar de que todas las habitaciones poseen televisor estos se encuentran deteriorados y son antiguos dando una mala calidad de imagen, tamaño de equipo y un servicio medio.

- **Área de los baños dentro de las habitaciones**

Los baños están equipados con lava manos, agua caliente con válvula a presión, toalla para el cuerpo, toalla de mano, toalla para piso, champú, jabón, papel higiénico, y espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.

Al momento de aplicar la matriz pudimos constatar que no cuenta con los siguientes servicios dentro del hotel.

No cuenta con calefacción / ventilación en las habitaciones y salones internos, no tiene cambiador de pañales para bebe, tampoco cuenta con un generador de energía para todo el hotel.

También se pudo observar que no tiene áreas como son gimnasio, SPA, servicio de, agencia de viajes, artesanías, áreas deportivas, piscina.

Dentro del servicio de restaurante y cafetería tampoco cuenta con una carta español e inglés.

No cuenta con una entrada exclusiva para el personal de la empresa.

- **Área de las habitaciones**

Las habitaciones carecían de los siguientes artículos con los que deberían estar equipadas las habitaciones según la normativa.

Habitaciones insonorizadas, cuna, silla de bebe, caja de seguridad en habitación, caja de seguridad en recepción, portamaletas.

- **Área de los baños dentro de las habitaciones**

Se pudo constatar que no contaba con los siguientes artículos de aseo e higiene:

Funda de lavandería, teléfono en cuarto de aseo o baño, secador de cabello, espejo flexible de aumento, acondicionador, enjuague bucal, crema, pañuelos, desechables, algodón, cotonetes, toallas, desmaquillantes, gorro de baño, peinilla, lustrador de zapatos, kit dental, bata de baño, zapatillas disponibles en la habitación.

Además, cuenta con los siguientes servicios adicionales para los huéspedes como son:

- Servicio de planchado
- Servicio de limpieza
- Servicio de despertador desde la recepción
- Servicio de alimentos y bebidas 12 horas
- Formas de pago como son tarjeta de crédito, cheques, voucher manuales.

Al momento de aplicar la matriz se pudo constatar que carecía de las siguientes aptitudes:

- Personal bilingüe.
- Servicio médico propio o contratado.
- Circuito cerrado de cámaras de seguridad.
- Sillas de ruedas para uso de huéspedes.

Dentro del marco legal el hotel debe cumplir con todos estos requisitos para poder estar catalogado como un hotel de cuatro estrellas y así mismo poder obtener su permiso de funcionamiento. Ver ANEXO N° 2 página 133

6.1.5 Servicios turísticos del Hotel Bombuscaro

Cuadro 1 Servicios del Hotel Bombuscaro

SERVICIOS QUE BRINDA EL HOTEL BOMBUSCARO	
SERVICIO DE HOSPEDAJE	Cuenta con 35 habitaciones divididas en individuales, dobles, triples tres suites junior y dos suites presidenciales.
SERVICIO DE RESTAURANTE	Cuenta con servicio de alimentación, desayunos, almuerzos, cenas y platos a la carta
SERVICIOS DE TRANSFER	Brinda servicios de transporte al aeropuerto o según los requerimientos de los clientes que lo soliciten.
SERVICIOS DE KATHERING Y EVENTOS	Ofrece servicios adicionales como alquiler de salones para seminarios y eventos sociales como: matrimonios, grados 15 años, adicional a esto ofrece banquetes con menús ejecutivos, tradicionales o especializados.

Fuente: Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

6.1.6 Resultados de las entrevistas aplicadas

Dentro de los resultados obtenidos a través de las entrevistas se constató que el dueño de la empresa está dispuesto a realizar un análisis de calidad de la empresa y tomar las medidas correctivas, no existe una capacitación continua para el personal adicional a esto se conoció que el hotel necesita mejorar la calidad de los servicios tanto la parte de mobiliario y equipos como la parte del servicio que prestan los empleados, también se conoció

que se está tratando de renovar los televisores de las habitaciones pero en un porcentaje mínimo, esto se debe a la baja demanda y falta de presupuesto manifestó el dueño de la empresa.

Las entrevistas aplicadas se encuentran en anexos. Ver anexo N° 4 página 143

El hotel se encuentra integrado a la cámara de turismo y al MINTUR, y participa en las actividades que son realizadas dentro de la localidad, la empresa no cuenta con un reglamento interno, los pagos de sueldo del personal no son puntuales, un 29% del personal se encuentra dentro de la rama turística.

También se pudo determinar que no cuentan con el suficiente personal, en el área de restaurant y recepción.

6.1.7 Análisis FODA del Hotel Bombuscaro

6.1.7.1 Análisis FODA (OA)

Tabla 2 Oportunidades y Amenazas

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encuentra rodeado de atractivos turísticos dentro de su ubicación. 2. por su ubicación el Festival Internacional de Artes Vivas genera ingresos por hospedaje en el mes de noviembre. 3. Alianzas con agencias de viajes. 4. La caminata de la Virgen del Cisne genera hospedaje en el mes de agosto. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alta demanda de empresa que brindan servicios de hospedaje. 2. Competencia con empresas que ofertan tarifas que no van de acuerdo a la categoría del hotel. 3. Alta competencia en el servicio de alquiler de salones y eventos sociales. 4. Zona insegura a partir de las 23h00 horas. 5. Vendedores ambulantes se ubican en la 10 de agosto

<p>5. Eventos privados e institucionales desarrollados en el centro de la ciudad.</p> <p>6. Personal que es contratado está especializado en la rama turística.</p> <p>7. Atractivos naturales y culturales dentro del cantón Loja.</p>	<p>dando una mala imagen a este sector.</p> <p>6. La economía actual del país disminuye la afluencia de viajeros y turistas a nivel nacional.</p> <p>Baja demanda turística en la región sur del país.</p>
---	--

Fuente: Información obtenida en la empresa

Elaboración: Llivicura Jandry

6.1.7.2 Análisis FODA (FD)

Tabla 3 Fortalezas y Debilidades

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1. Es una empresa que cuenta con años de experiencia dentro del ámbito turístico de la ciudad de Loja</p> <p>2. Cuenta con diferente servicio tanto para turistas, empresarios y para la localidad en general</p> <p>3. Se encuentra ubicado en el centro de la ciudad lo cual le da una ubicación privilegiada.</p> <p>4. Cuenta con convenios institucionales con las instituciones públicas y privadas y mantiene alianzas con operadores</p>	<p>1. Falta de personal en dos departamentos de recepción y restaurante.</p> <p>2. Personal no se encuentra capacitado para recibir a personas con discapacidad</p> <p>3. Su personal no maneja el idioma inglés.</p> <p>4. Su cocina está ubicada en el 4to piso lo cual retrasa el servicio de restaurante que se encuentra ubicado en la planta baja</p> <p>5. No cuenta con un reglamento interno.</p> <p>6. No cuenta con luces automatizadas en los pasillos</p>

<p>de turismo internacionales como lo es Geo Destinos</p> <p>5. Brinda servicios de alimentación, transfer, alquiler de salones para conferencias y eventos</p> <p>6. Personal dispuesto a capacitaciones para mejorar la calidad dentro de la empresa.</p> <p>7. Publicidad dentro de empresas que prestan servicios a turistas local y nacionalmente.</p>	<p>7. Mala calidad de los servicios de internet.</p> <p>8. No cuenta con cámaras de seguridad dentro del establecimiento.</p> <p>9. No cuenta con garaje propio.</p> <p>10. El personal de cocina no se encuentra capacitado dentro de su área.</p>
---	---

Fuente: Información obtenida en la empresa
Elaboración: Llivicura Jandry

6.2 Evaluar la calidad del servicio brindado por el Hotel Bombuscaro.

Para poder desarrollar el segundo objetivo se aplicará una encuesta donde determinaremos la calidad de los servicios que oferta la empresa, y para ello se tomará como referencia la técnica del método Servqual dando una valoración de los elementos como el servicio, su calidad, presentación estética y física de los trabajadores, su mobiliario y estructura y la atención al cliente.

Este modelo mide lo que el cliente espera del hotel en el que ha obtenido el servicio. Este método utiliza un cuestionario que evalúa la calidad en el servicio según el cliente basándose en cinco puntos: (Aiteco, 2018)

- Fiabilidad
- Capacidad
- Seguridad
- Empatía
- Elementos tangibles

A partir de éstas obtenemos un resultado, indicando del uno al cinco el nivel de satisfacción de los clientes que utilizaron de los servicios que oferta la empresa. Para ello utilizamos las cinco percepciones de este modelo obteniendo respuestas dentro de elementos tangibles como son mobiliario, estética del personal, estructura interna y externa de la empresa, también valoramos la eficacia que tienen los empleados de la empresa para resolver una necesidad o problema de un huésped, así mismo se puede valorar la actitud y rapidez con la que actúa el trabajador frente a las necesidades del cliente y conocer el grado de seguridad que tiene el cliente dentro y fuera de la empresa, teniendo en cuenta estos aspectos dentro de la encuesta se realizó 25 preguntas, divididas en los cinco puntos antes mencionados.

6.2.1 Tamaño de la muestra

Para obtener la muestra para realizar las encuestas se tomó el número de clientes que ingresaron de enero a diciembre del año 2017 al Hotel Bombuscaro.

Según Jenny Arias Administradora del Hotel Bombuscaro en el año 2017 llego un aproximado de 4.580 según su base de datos. Para poder extraer el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de población finita que no supera los 100.00 habitantes, es importante recalcar que se consideró un margen de error del 10% debido a que para realizar un estudio de mercado se puede trabajar en un intervalo de 1 y 10% (Rengel Jara, 2015). Además de esto se debe considerar que en los meses de enero a marzo la demanda de hospedaje es baja por lo cual no se puede utilizar un margen de error con mayor demanda pues de otra manera se cumpliría el segundo objetivo dentro del tiempo establecido.

Formula:

n= muestra

z = nivel de confianza (1.96) ²

p = probabilidad (0,5)

q = probabilidad encontrada (0,5)

e = error de estimación (0.10)

N = Universo (4.5800)

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

$$n = \frac{4.5800 * (1.96)^2 * 50\% * 50\%}{[(4.5800 - 1)(0.10\%)^2] + (1.96)^2 * (50\%) * (50\%)}$$

$$n = \frac{4.5800 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{[(4.5800 - 1)(0,10)^2] + (3,8416)^2 * (0,50) * (0,50\%)}$$

$$n = \frac{4398,63}{43,99}$$

$$n = 99.9$$

$$n = 100$$

6.2.2 Resultado de la aplicación del modelo SERVQUAL

Luego de aplicar la encuesta se obtuvo los siguientes resultados, y para poder interpretar de una mejor forma se lo dividido en tres partes y se la interpreto de la siguiente manera, se lo dividido en tres partes donde uno y dos pasan a ser la parte negativa, tres es un valor intermedio y cuatro y cinco son un resultado positivo.

6.2.3 Tabulación de las preguntas realizadas

Al aplicar las encuestas se constató diferentes falencias dentro de los servicios y la parte física, las cuales se describen a continuación, para poder comprender de mejor manera los aspectos en los que el hotel tiene inconvenientes.

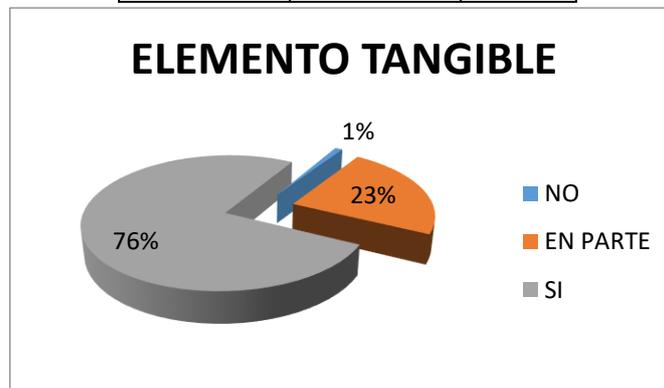
- **Elementos tangibles**

- **Pregunta 1**

El Hotel Bombuscaro cuenta con mobiliario y equipo moderno.

Figura 3 Pregunta 1

NO	EN PARTE	SI
1,00%	23,00%	76,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Jandry Llivicura

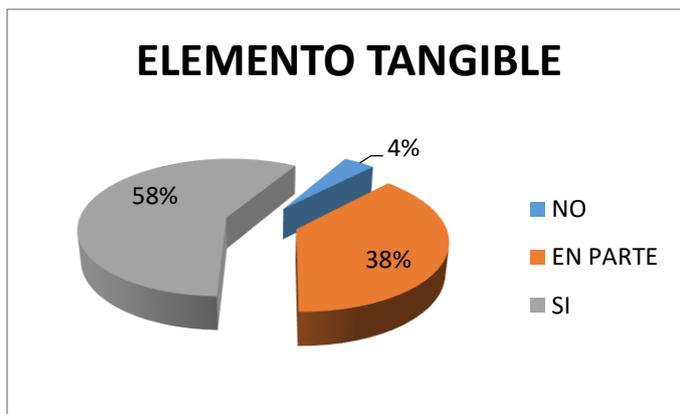
Se puede apreciar que un porcentaje mayor al 75% considera que el mobiliario y equipos de hotel Bombuscaro no son modernos. En consecuencia, se necesita tomar correcciones.

- **Pregunta 2**

El personal del hotel cuenta con uniformes y buena presentación en su vestimenta e higiene.

Figura 5 Pregunta 2

NO	EN PARTE	SI
4,00%	38,00%	58,00%



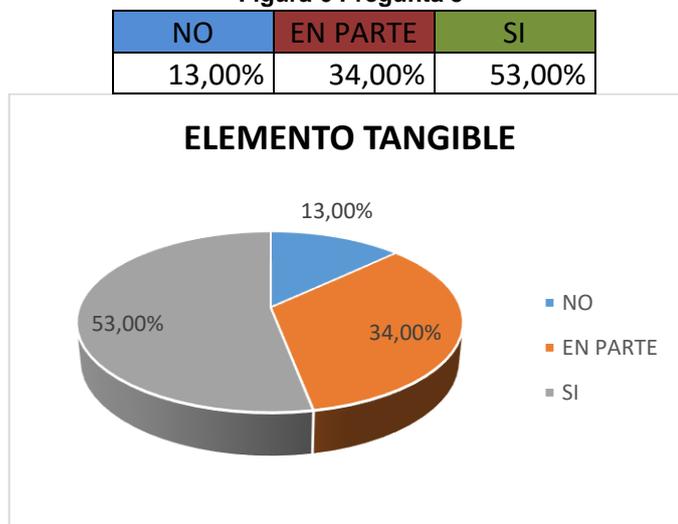
Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

La apreciación de los clientes referentes a la buena imagen de los empleados se encuentra dividida porque el 58 % está conforme con la apariencia, un 38 está en parte desacuerdo y un 4% no está conforme con la apariencia personal en cuanto a uniformes existiendo un alto nivel de inconformidad.

- **Pregunta 3**

La imagen externa que proyecta el hotel es satisfactoria para usted.

Figura 6 Pregunta 3



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

Según los datos obtenidos por los clientes definen que la imagen externa que proyecta el hotel no es del agrado de todos los clientes mostrando un 34% en parte, un 13% muestra total negatividad mientras que un 53%

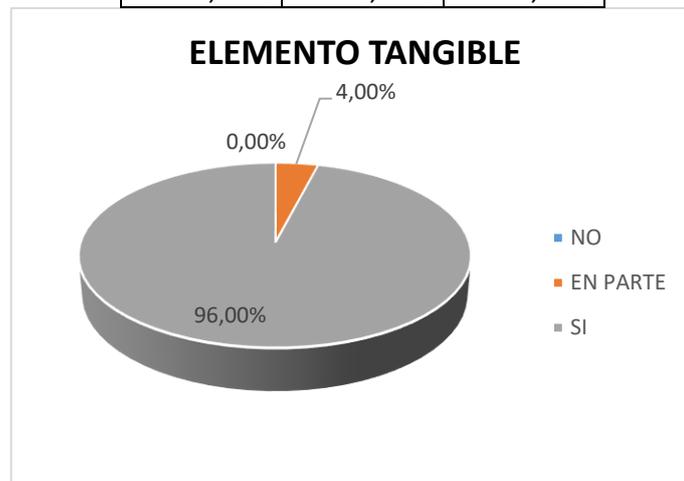
acepta la imagen que mantiene actualmente la empresa, a lo cual referimos que existe un alto índice de inconformidad donde se deberían tomar las debidas medidas.

- **Pregunta 4**

Los materiales asociados con el servicio son atractivos.

Figura 7 Pregunta 4

NO	EN PARTE	SI
0,00%	4,00%	96,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

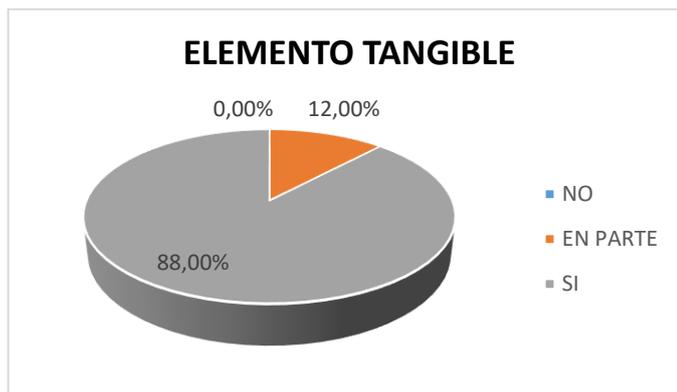
Según la valoración que facilitaron los encuestados se determina que el 96% está de acuerdo mientras que un 4% está en parte de acuerdo dejando un mínimo margen de insatisfacción.

- **Pregunta 5**

Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.

Figura 8 Pregunta 5

NO	EN PARTE	SI
0,00%	12,00%	88,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas

Elaboración: Llivicura Jandry

Al obtener la información de esta interrogante se pudo determinar que la calidad visual es del agrado para la mayoría de los clientes con una aprobación del 88%, cabe recalcar que un 12% está en parte de acuerdo dejando una pequeña inquietud.

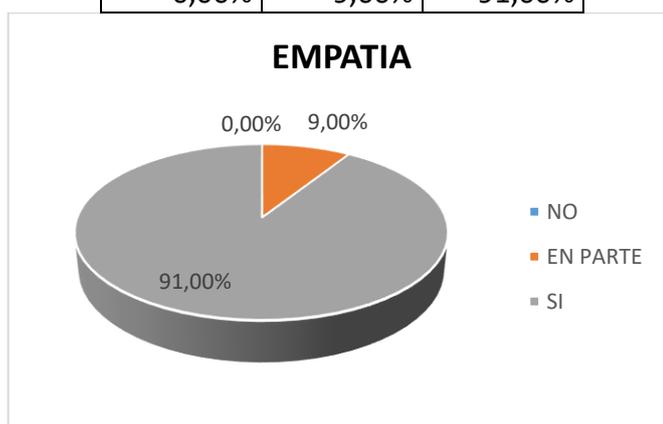
- **Empatía**

- **Pregunta 6**

El personal del hotel es factible y presta atención personalizada a sus requerimientos.

Figura 9 Pregunta 6

NO	EN PARTE	SI
0,00%	9,00%	91,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas

Elaboración: Llivicura Jandry

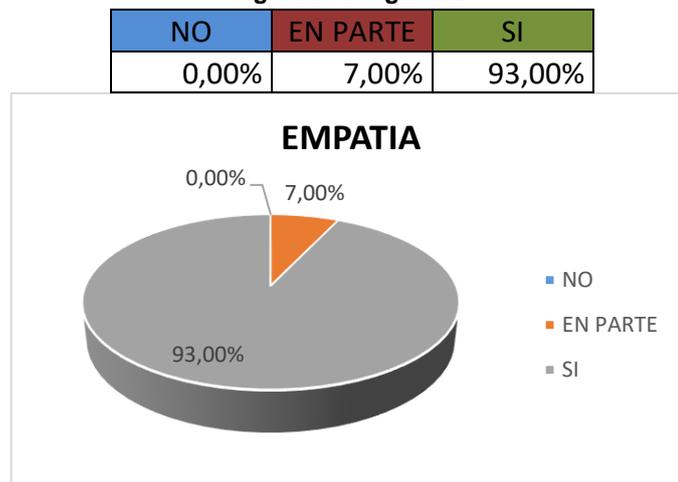
Basándonos en la información obtenida se puede apreciar que existe la aprobación de los clientes en lo referente a la atención recibida por parte

de ellos dejando un mínimo margen de error donde el 91% está conforme mientras que un 9% habita un desacierto.

- **Pregunta 7**

El personal entiende con facilidad sus necesidades.

Figura 10 Pregunta 7



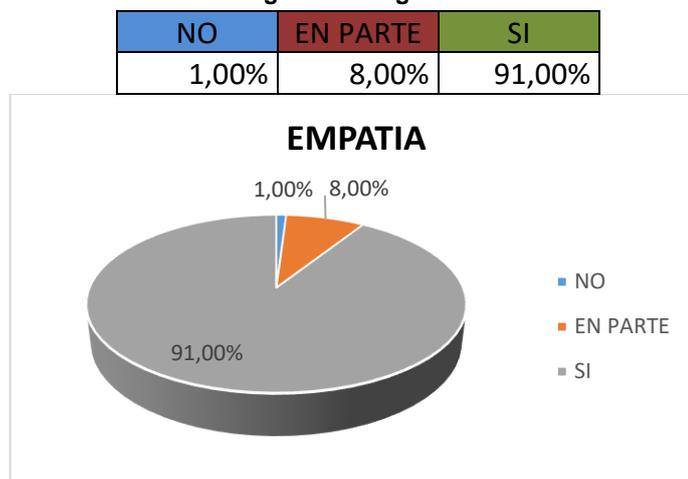
Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

El resultado encontrado en el área de estudio determina que el mayor porcentaje da una valoración positiva con un 93% a favor no obstante un margen del 7% determina una deficiencia dentro de esta interrogante.

- **Pregunta 8**

El personal del hotel atiende sus requerimientos en horarios convenientes para usted.

Figura 11 Pregunta 8

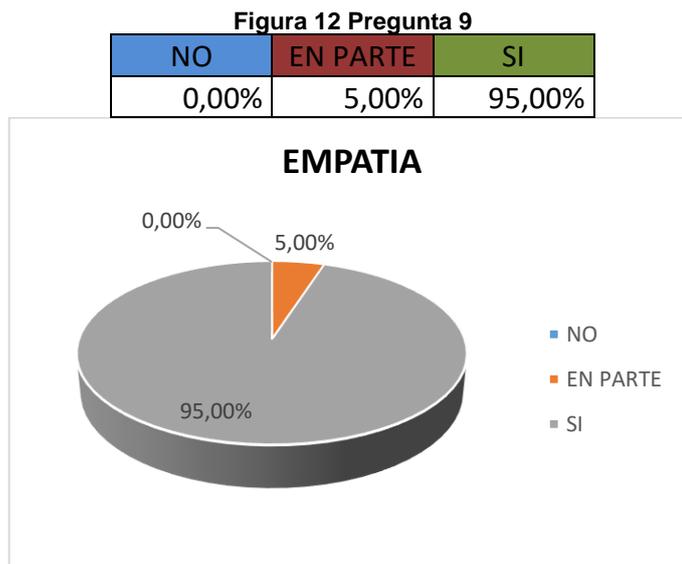


Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

De acuerdo al resultado obtenido se puede concluir que según la interrogante revela un alto índice de satisfacción, calificando de una manera positiva con un 91% mientras que un 8% afirma no tener mucho interés sin embargo el 1% califica con negatividad.

- **Pregunta 9**

El personal del hotel entiende las necesidades específicas del cliente.



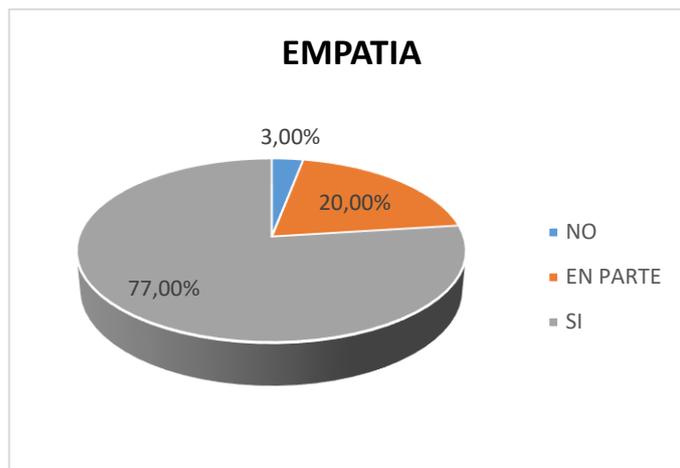
Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

Según los datos obtenidos se puede evidenciar que el 95% de las necesidades específicas de los clientes son comprendidas y realizadas satisfactoriamente mientras que un 5% informa que no está del todo satisfecho con las necesidades específicas de cada cliente.

- **Pregunta 10**

Cuando necesita ayuda o algo en particular, siente la confianza de acudir al personal del hotel que se haga cargo de su asunto.





Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

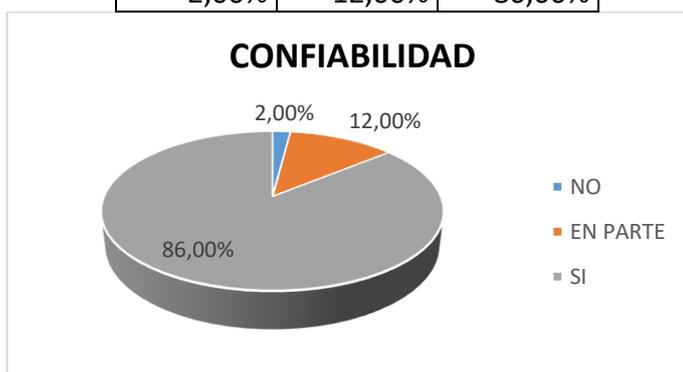
Con respecto a los datos obtenidos se determina que el 77% aprueba el servicio recibido, sin embargo, existe un 20% que no da un visto bueno, a esto se suma un 3% con total negatividad.

- **Confiabilidad**
- **Pregunta 11**

Al momento de tener un inconveniente el personal del hotel muestra interés por resolver el problema.

Figura 14 Pregunta 11

NO	EN PARTE	SI
2,00%	12,00%	86,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

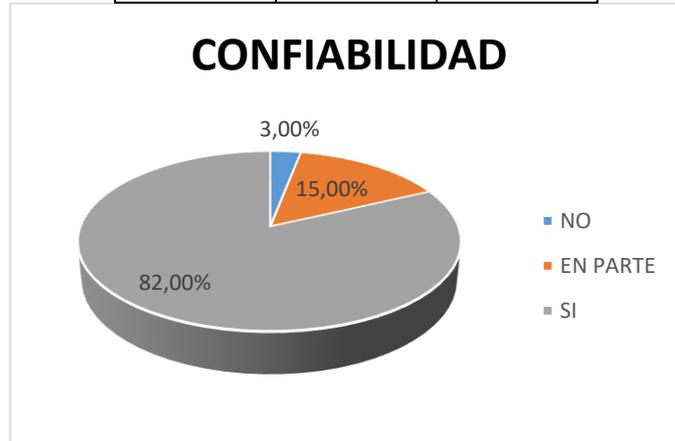
De acuerdo a los datos obtenidos podemos determinar que un 86% califica positivamente mientras que un 12% está en parte de acuerdo manifestando inconformidad, adicional a esto se suma un 2% de valoración negativa dejando como interrogante si es posible determinar una solución.

- **Pregunta 12**

El servicio que presta es el correcto y rápido sin tener que solicitarlo nuevamente.

Figura 15 Pregunta 12

NO	EN PARTE	SI
3,00%	15,00%	82,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

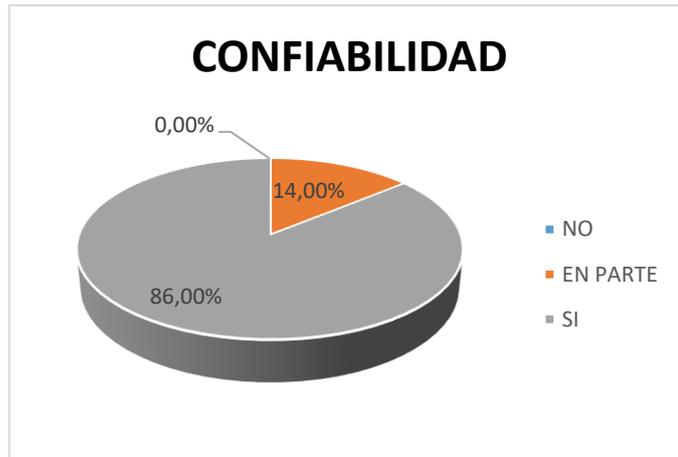
Según los datos obtenidos dentro de esta pregunta el servicio o atención que presta el hotel tiene un índice de inconformidad del 18%, mientras que un 82% está satisfecho con los servicios obteniendo una brecha de insatisfacción notable dentro de esta interrogante.

- **Pregunta 13**

El personal del hotel demuestra estar capacitado para resolver sus necesidades o preguntas.

Figura 16 Pregunta 13

NO	EN PARTE	SI
0,00%	14,00%	86,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

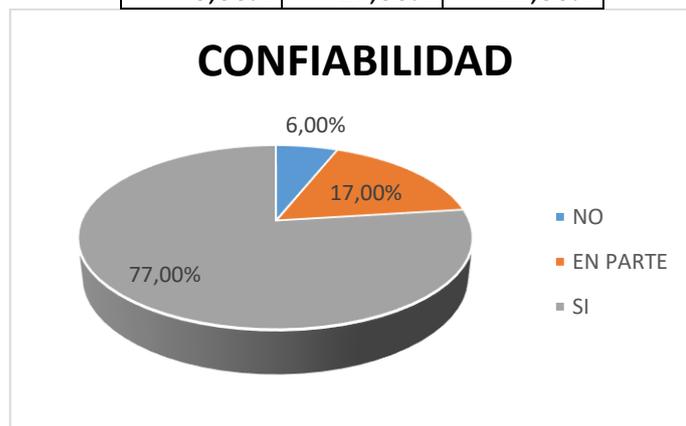
Según los datos obtenidos en las encuestas el 86% está satisfecho con la capacidad que tiene el personal para resolver sus interrogantes, mientras que un 14% mantiene una respuesta intermedia dejando dudas de la satisfacción de los mismos.

- **Pregunta 14**

El hotel cumple con los servicios que oferta dentro de su publicidad y marketing.

Figura 17 Pregunta 14

NO	EN PARTE	SI
6,00%	17,00%	77,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

Refiriéndonos a esta interrogante se obtuvo que un 77% está conforme, mientras que un 17% está en parte de acuerdo y un 6% muestra negatividad, abriendo un alto índice de inconformidad considerable donde se deben tomar medidas correctoras.

- **Pregunta 15**

El hotel brinda información de los servicios que oferta.

Figura 18 Pregunta 15

NO	EN PARTE	SI
1,00%	9,00%	90,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

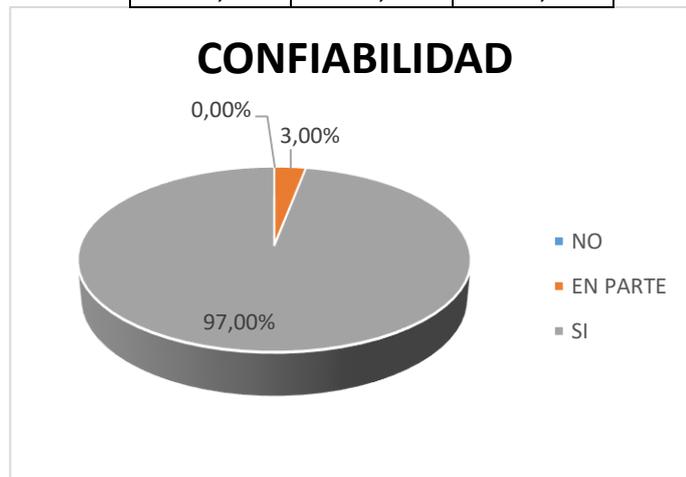
Sumando los porcentajes de la encuesta dio como resultado que la mayoría de huéspedes están de acuerdo con un 90% de conformidad, un 9% está en parte de acuerdo y el 1% muestra total inconformidad, no obstante, se considera que se debe corregir este parámetro para desaparecer la simpatía.

- **Pregunta 16**

Los horarios de servicios de alimentación que brinda el hotel como desayunos, almuerzos, cenas van acorde a sus necesidades.

Figura 19 Pregunta 16

NO	EN PARTE	SI
0,00%	3,00%	97,00%



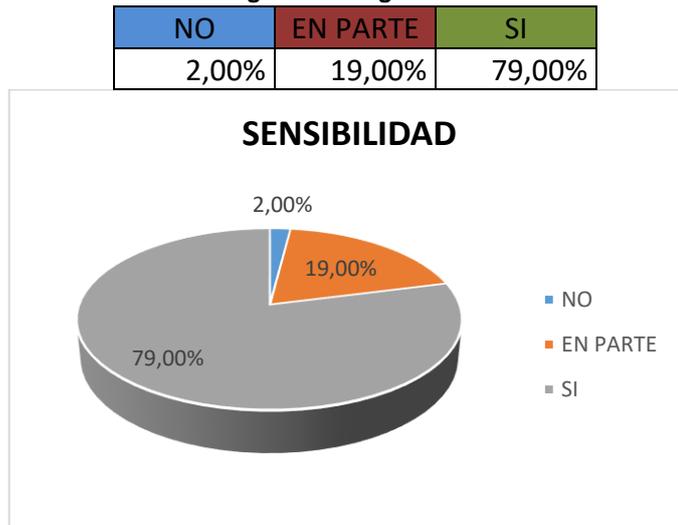
Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

De acuerdo las encuestas se evidencian que un 97% está satisfecho con los horarios de atención, mientras que un 3% está en parte de acuerdo lo cual refiere que no existen mayores inquietudes.

- **Sensibilidad**
- **Pregunta 17**

Los servicios que presta el hotel son rápidos y eficaces.

Figura 20 Pregunta 17



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

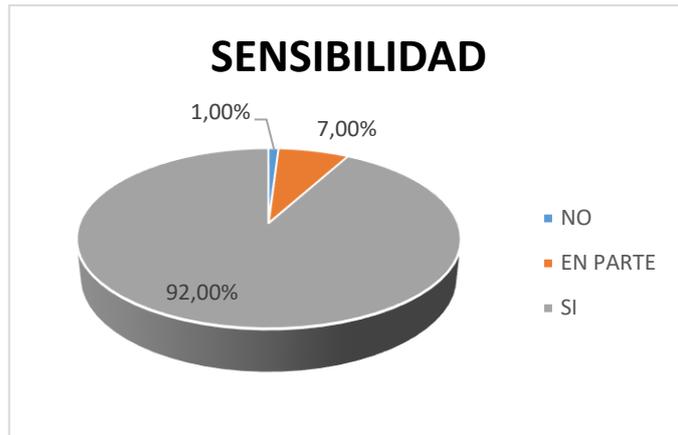
Al consultarles a los encuestados a través de la encuesta califican con un 79% de aprobación, además el 19% se mantiene con una calificación intermedia y un 2% muestra negatividad dando un porcentaje considerable de inconformidad.

- **Pregunta 18**

El personal del hotel se encuentra predispuesto para atender sus necesidades o inconvenientes.

Figura 21 Pregunta 18

NO	EN PARTE	SI
1,00%	7,00%	92,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

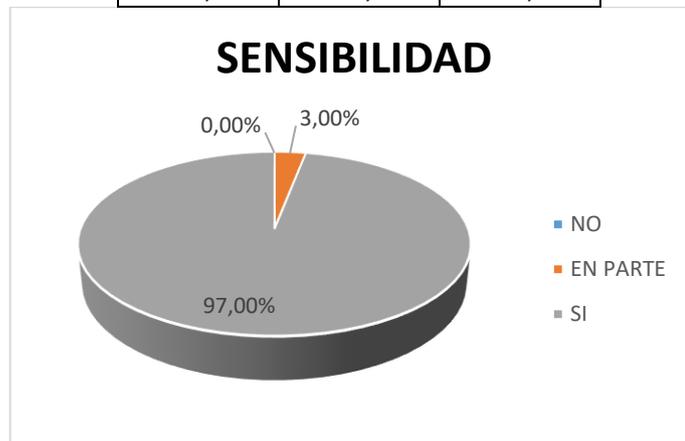
Al validar la información de la encuesta y obtener los valores se verifica que el 92% está satisfecho, el 7% está en parte de acuerdo y finalmente existe el 1%, de acuerdo a este resultado determinamos que los encuestados dan una calificación positiva.

- **Pregunta 19**

Se siente satisfecho al utilizar los servicios con los que cuenta el hotel.

Figura 22 Pregunta 19

NO	EN PARTE	SI
0,00%	3,00%	97,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

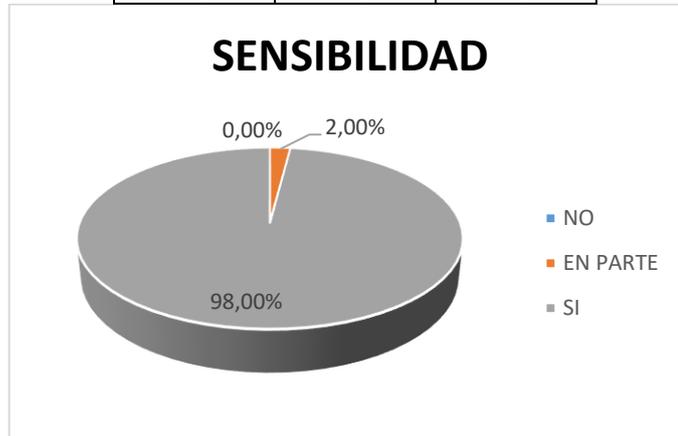
Al tubular esta pregunta los resultados obtenidos fueron que el 97% está satisfecho con los servicios que reciben por parte del hotel mientras que un 3% da una valoración intermedia.

- **Pregunta 20**

Al momento de recibir un servicio el personal del hotel se encuentra dispuesto, con buen estado de ánimo para ayudarlo con sus necesidades.

Figura 23 Pregunta 20

NO	EN PARTE	SI
0,00%	2,00%	98,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas

Elaboración: Llivicura Jandry

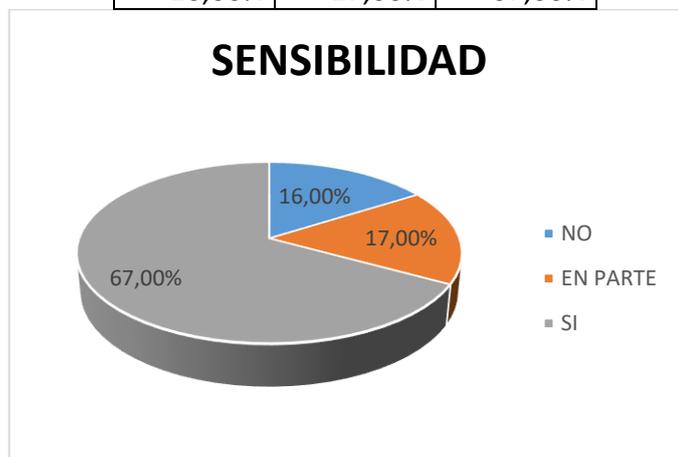
Los encuestados dan una calificación positiva a esta pregunta con un alto grado de satisfacción donde solo un 2% da una valoración intermedia, mientras que un 98% da una calificación afirmativa.

- **Pregunta 21**

Los distintos servicios con los que cuenta el hotel son brindados correctamente desde el ingreso por primera vez del huésped.

Figura 24 Pregunta 21

NO	EN PARTE	SI
16,00%	17,00%	67,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas

Elaboración: Llivicura Jandry

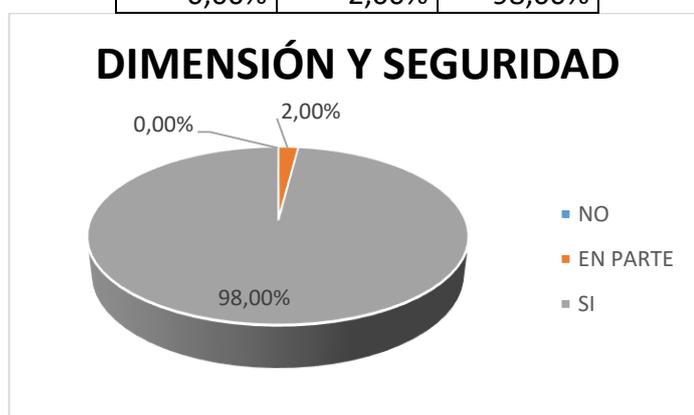
Los datos obtenidos manifiestan inconformidad según la muestra recogida existe un 16% que no está de acuerdo, mientras que un 17% da una valoración intermedia y finalmente el 67% está satisfecho con los servicios, dejando un grado elevado de desconcierto denotando que se debe corregir estas falencias que han sido determinadas por los encuestados.

- **Dimensión y seguridad**
- **Pregunta 22**

Los empleados del hotel le inspiran confianza.

Figura 25 Pregunta 22

NO	EN PARTE	SI
0,00%	2,00%	98,00%



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

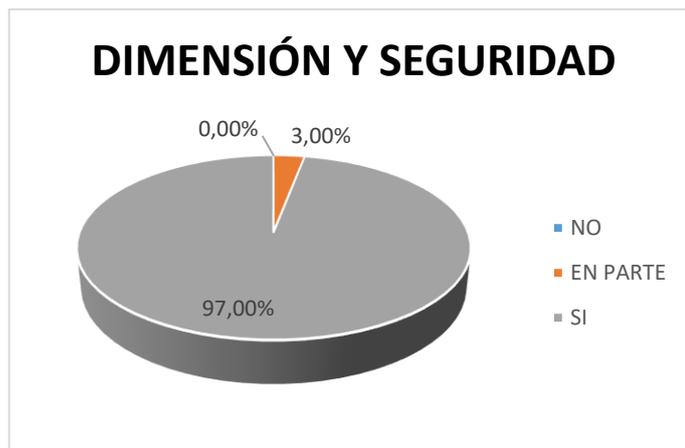
Al recopilar la información de esta pregunta y tabularla nos dio a conocer que un 99% de aceptación, mientras que un 2% está en parte de acuerdo dando un mínimo margen de desconfianza siendo un punto a favor para la empresa.

- **Pregunta 23**

El personal del hotel responde a todas sus interrogantes.

Figura 26 Pregunta 23

NO	EN PARTE	SI
0,00%	3,00%	97,00%



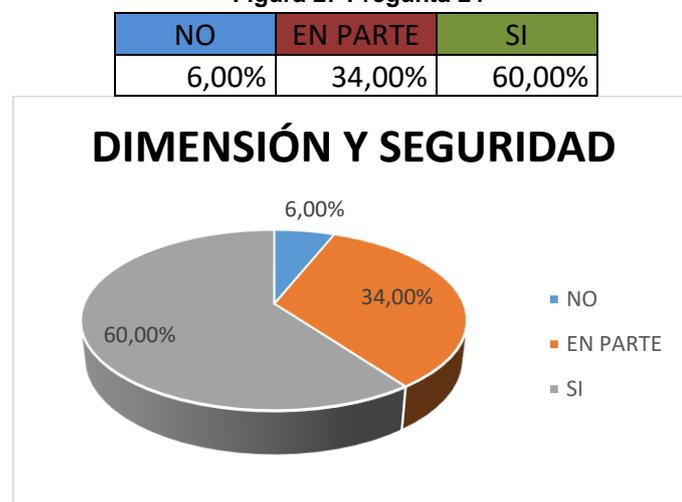
Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

Refiriéndonos a la calificación de esta interrogante podemos concluir que el personal está en la capacidad de satisfacer la necesidad del cliente a lo referente a esta interrogante, se puede observar que el 97% está satisfecho, dejando un 3% con duda del servicio.

- **Pregunta 24**

Se siente seguro al hospedarse en el hotel.

Figura 27 Pregunta 24



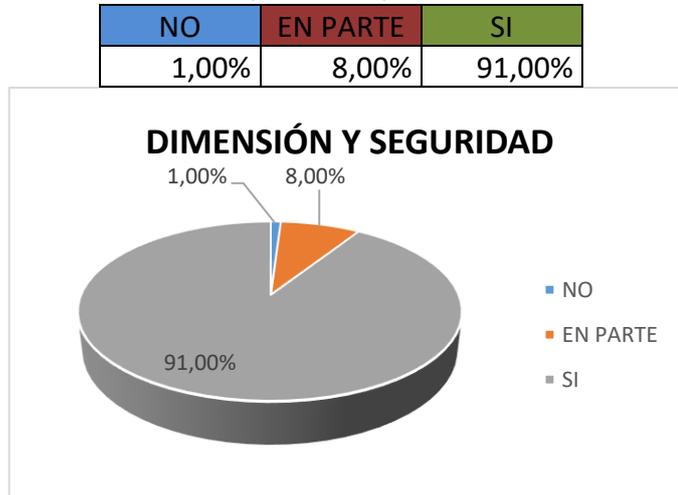
Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas
Elaboración: Llivicura Jandry

Se puede evidenciar que un porcentaje mayor al 55% considera que el hotel es seguro, sin embargo, el 34% más el 6% opina lo contrario, por este motivo es importante desarrollar una estrategia que permita contrarrestar este malestar de los encuestados.

- **Pregunta 25**

Los empleados del hotel siempre son amables con usted, y la atención brindada es igualitaria para todos.

Figura 28 Pregunta 25



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas

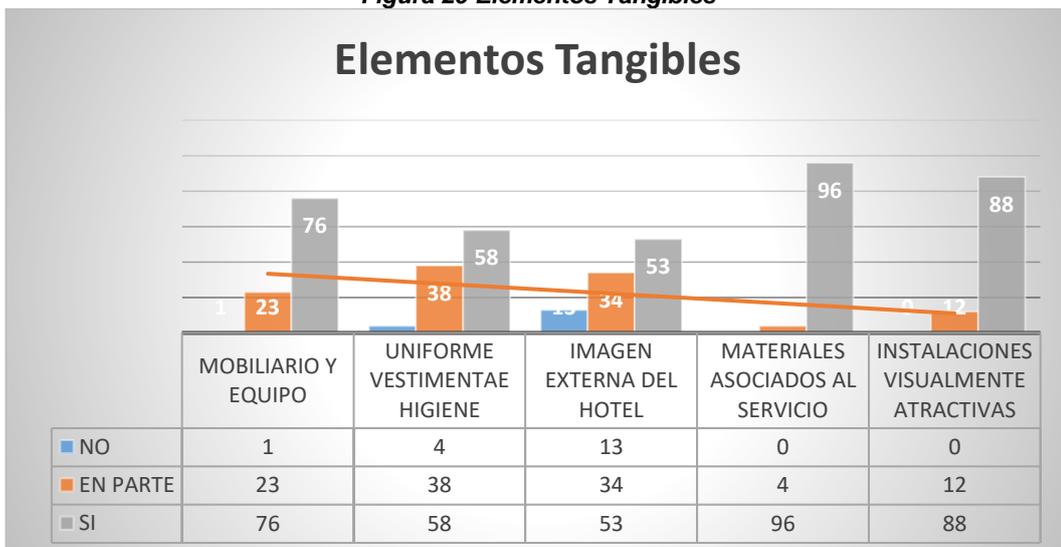
Elaboración: Llivicura Jandry

De acuerdo a los datos analizados los encuestados manifiestan que el 91% dan una valoración positiva mientras que dentro de la misma se observa que el 8% da una valoración intermedia y para finalizar califican con una negatividad del 1%.

6.2.4 Análisis e interpretación de datos

- **Elementos tangibles**

Figura 29 Elementos Tangibles



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas

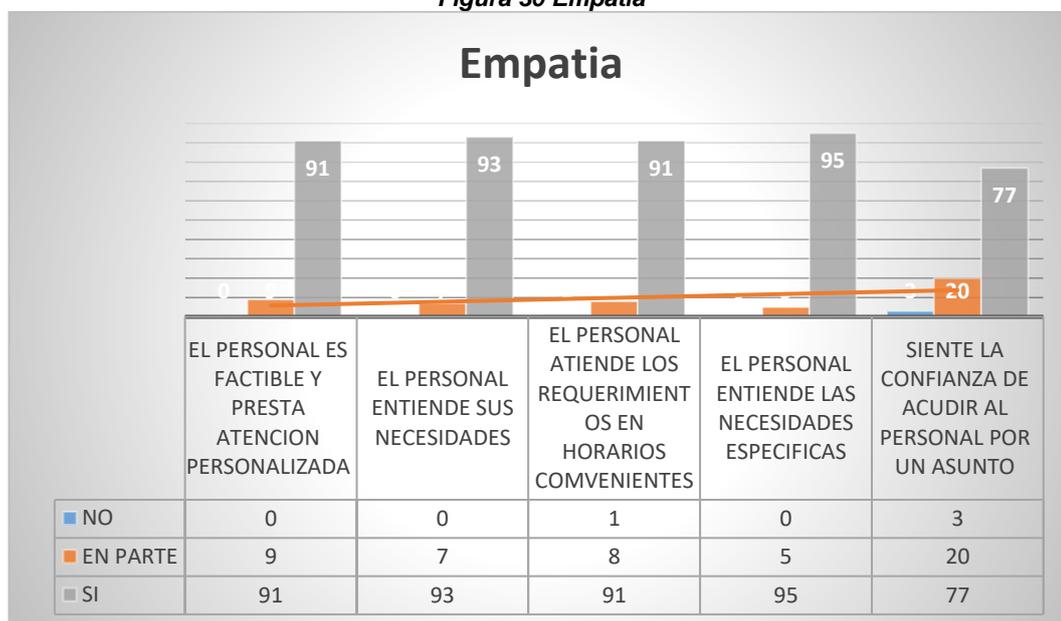
Elaboración: Llivicura Jandry

Obteniendo la información detallada de los elementos tangibles encontramos inconformidad dentro del mobiliario y equipo con un 23% con una calificación media, 1% con total negatividad, a esto se suma su presentación en cuanto a imagen con un 4% de reprobación más un 34% da una valoración media, seguido podemos concluir que la imagen externa del hotel es calificada con un 13% de negatividad, más un 14% que da un valor moderado.

Se obtuvo los resultados en los cuales se identificó mayores problemas que son:

- Equipo de internet antiguo.
- Personal no cuenta con un uniforme general para todos.
- La imagen externa está deteriorada.
- Televisores antiguos.
- Luces no cuentan con sensores de movimiento.
- **Empatía**

Figura 30 Empatía



Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas

Elaboración: Llivicura Jandry

De acuerdo a los clientes encuestados se determinó que dentro de esta brecha no existe un alto grado de problemas dentro de la empresa, sin embargo, es importante destacar que solo una pregunta esta con un 20%

de calificación intermedia, mientras que las demás están por debajo del 9% por ende es importante tomar medidas para que esta calificación intermedia desaparezca dejando una calificación positiva dentro de esta brecha.

A pesar de que las falencias son bajas o mínimas se pudo detectar las siguientes falencias.

- Falta de atención a los requerimientos de solicitudes que realizan los huéspedes.
- No existe una atención para clientes que solicitan servicios de lavado, planchado, alimentación en horarios a partir de las 17h00.
- Capacitar al personal que está en contacto directo con servicio al cliente, en cuanto a atención personalizada.
- **Fiabilidad**

Figura 31 Fiabilidad



Fuente: Tabulación encuestas

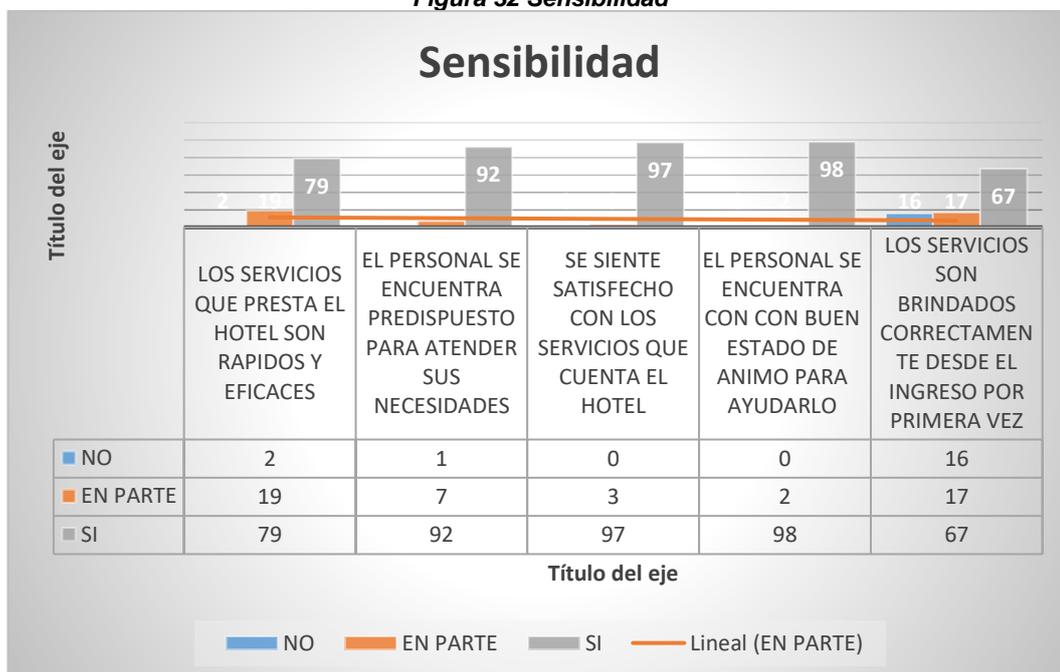
Elaboración: Llivicura Jandry

Los resultados negativos o de inconformidad son bajos dentro de este elemento, pero existe insatisfacción un porcentaje que se manifiesta con una valoración intermedia su promedio vario del 17% que es la más alta hasta la mínima que es 3% dentro d la valoración media o en parte, esto nos da a entender que la empresa no tiene mayores problemas dentro de este punto encuestado.

A continuación, se describen las variantes:

- En algunos casos existe la falta de interés para resolver los problemas de los huéspedes.
- Los servicios que son ofertados dentro de las páginas y plataformas no es el mismo que es ofertado en estas páginas y redes sociales.
- NO siempre se cumple con los servicios que oferta dentro de su publicidad.
- **Sensibilidad**

Figura 32 Sensibilidad



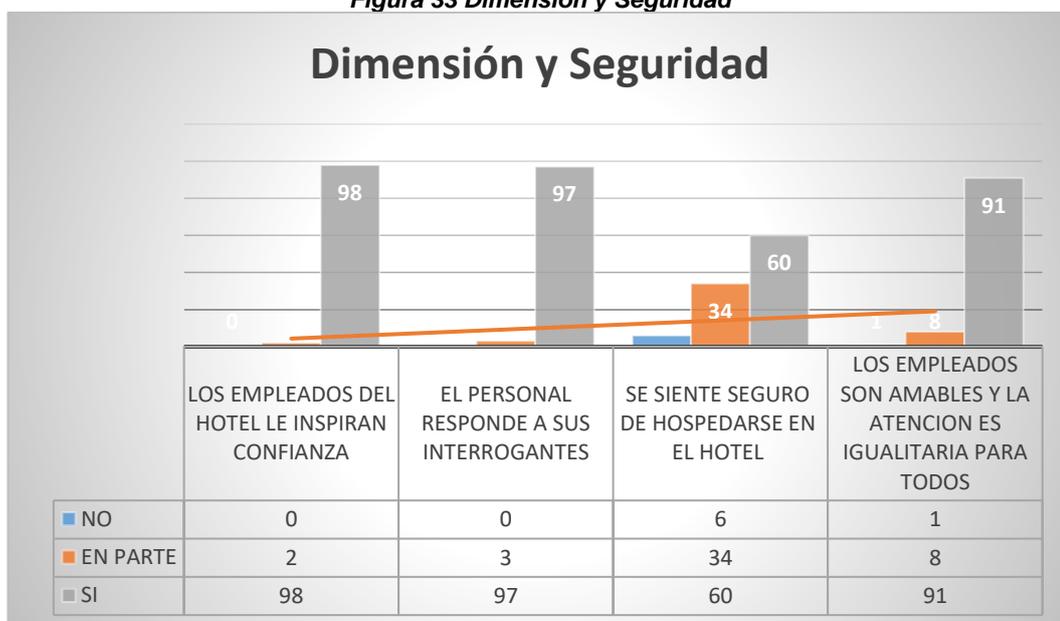
Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas

Elaboración: Llivicura Jandry

Luego de obtener los resultados encontramos varias inconformidades, dentro de ellas se destacaron dos preguntas donde un 19% de los encuestados manifiestan desconcierto en cuanto a los servicios que no son rápidos ni eficaces, adicional a esto se suma un 17% de negatividad absoluta al momento de ingresar al hotel los servicios no son los adecuados, apoyando el desacuerdo de esta misma interrogante se suma un 17% de los encuestados dando una valoración intermedia de inconformidad.

- Los servicios que presta el hotel no son los adecuados desde el momento que ingresa el cliente a la empresa causando inconformidad personal del hotel no siempre esta con la predisposición para atender los requerimientos de los huéspedes.
- **Dimensión y seguridad**

Figura 33 Dimensión y Seguridad



Fuente: Tabulación datos

Elaboración: Llivicura Jandry

Al obtener los datos de valoración dentro de este elemento los encuestados dieron una valoración negativa con un 34% dentro de la seguridad que presta la empresa de hospedaje determinando que se deben tomar las debidas medidas para corregir esta valoración negativa obtenida por los clientes encuestados.

Dentro de esta pregunta encontramos las siguientes inconformidades:

- Inseguridad al momento de llegar del parqueadero en horarios nocturnos.
- Inconformidad en el trato, ya que unos huéspedes no se sienten tratados de manera igualitaria.
- Inseguridad al llegar en horarios pasadas las 23H00 pm.
- **Promedio de la edad de los clientes que se hospedan en el hotel Bombuscaro.**

Tabla 4 Promedio de edades

Promedio de edad	Porcentajes
Entre 20 a 30	27%
Entre 31 a 40	54%
Entre 41 a 50	14%
Entre 51 a 60	4%
Entre 61 a 70	1%
Total	100%

Fuente: Tabulación de datos

Elaboración: Llivicura Jandry

Según los datos obtenidos el mayor porcentaje de clientes con los que cuenta el hotel están en un rango de edad de 31 a 40 años seguido de 20 a 30 años.

- **Clasificación por género**

Tabla 5 Clasificación de genero

Genero	
Masculino	67%
Femenino	33%
Total	100%

Fuente: Tabulación de datos

Elaboración: Llivicura Jandry

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas el hotel cuenta con una mayor demanda del género masculino.

6.2.5 Tabla de resultados por porcentaje

Tabla 6 Tablas de porcentaje

N.º	PREGUNTAS	NO		EN PARTE	SI		TOTAL N.º	
		ESCALA DE CALIFICACION						
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	ACEPTABLE	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo		
1	el Hotel Bombuscaro cuenta con mobiliario y equipo moderno	0%	1%	23%	56%	20%	100%	
2	El personal del hotel cuenta con uniformes y buena presentación en su vestimenta e higiene.	0%	4%	38%	35%	23%	100%	
3	La imagen externa que proyecta el hotel es satisfactoria para usted.	0%	13%	34%	39%	14%	100%	
4	Los materiales asociados con el servicio son atractivos.	0%	0%	4%	45%	51%	100%	
5	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.	0%	0%	12%	38%	50%	100%	
6	El personal del hotel es factible y presta atención personalizada a sus requerimientos.	0%	0%	9%	38%	53%	100%	
7	El personal entiende con facilidad sus necesidades	0%	0%	7%	47%	46%	100%	
8	El personal del hotel atiende sus requerimientos en horarios convenientes para usted.	0%	1%	8%	39%	52%	100%	
9	El personal del hotel entiende las necesidades específicas del cliente.	0%	0%	5%	44%	51%	100%	
10	Cuando necesita ayuda o algo en particular, siente la confianza de acudir al personal del hotel que se haga cargo de su asunto.	0%	3%	20%	31%	46%	100%	
11	Al momento de tener un inconveniente el personal del hotel muestra interés por resolver el problema.	0%	2%	12%	49%	37%	100%	
12	El servicio que presta es el correcto y rápido sin tener que solicitarlo nuevamente.	0%	3%	15%	30%	52%	100%	

13	El personal del hotel demuestra estar capacitado para resolver sus necesidades o preguntas.	0%	0%	14%	26%	60%	100%
14	El hotel cumple con los servicios que oferta dentro de su publicidad y marketing.	0%	6%	17%	21%	56%	100%
15	El hotel brinda información de los servicios que oferta.	0%	1%	9%	36%	54%	100%
16	Los horarios de servicios de alimentación que brinda el hotel como desayunos, almuerzos, cenas van acorde a sus necesidades.	0%	0%	3%	25%	72%	100%
17	Los servicios que presta el hotel son rápidos y eficaces.	0%	2%	19%	29%	50%	100%
18	El personal del hotel se encuentra predispuesto para atender sus necesidades o inconvenientes.	0%	1%	7%	20%	72%	100%
19	Se siente satisfecho al utilizar los servicios con los que cuenta el hotel.	0%	0%	3%	27%	70%	100%
20	Al momento de recibir un servicio el personal del hotel se encuentra dispuesto, con buen estado de ánimo para ayudarlo con sus necesidades.	0%	0%	2%	18%	80%	100%
21	Los distintos servicios con los que cuenta el hotel son brindados correctamente desde el ingreso por primera vez del huésped.	3%	13%	17%	37%	30%	100%
22	Los empleados del hotel le inspiran confianza.	0%	0%	2%	19%	79%	100%
23	El personal del hotel responde a todas sus interrogantes.	0%	0%	3%	45%	52%	100%
24	Se siente seguro al hospedarse en el hotel.	0%	6%	34%	38%	22%	100%
25	Los empleados del hotel siempre son amables con usted, y la atención brindada es igualitaria para todos.	0%	1%	8%	36%	55%	100%

Fuente: Información obtenida de las encuestas aplicadas

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Tabla de valores de porcentaje**

Para clasificar la valoración las cinco preguntas se las dividió en tres porcentajes donde uno y dos son negativo, tres es imparcial y cuatro y cinco son afirmativo.

Tabla 7 Tabla de valores dividida en tres

6. Totalmente en desacuerdo 7. Moderadamente en desacuerdo	No
8. En parte	En parte
9. moderadamente de acuerdo 10. totalmente de acuerdo	Si

Fuente: Información obtenida de las encuestas aplicadas

Elaboración: Jandry Llivicura

- **Porcentajes divididos en tres valores**

Tabla 8 Porcentajes de la encuesta aplicada

PREGUNTAS	NO	EN PARTE	SI
Pregunta 1	1,00%	23,00%	76,00%
Pregunta 2	4,00%	38,00%	58,00%
Pregunta 3	13,00%	34,00%	53,00%
Pregunta 4	0,00%	4,00%	96,00%
Pregunta 5	0,00%	12,00%	88,00%
Pregunta 6	0,00%	9,00%	91,00%
Pregunta 7	0,00%	7,00%	93,00%
Pregunta 8	1,00%	8,00%	91,00%

Pregunta 9	0,00%	5,00%	95,00%
Pregunta 10	3,00%	20,00%	77,00%
Pregunta 11	2,00%	12,00%	86,00%
Pregunta 12	3,00%	15,00%	82,00%
Pregunta 13	0,00%	14,00%	86,00%
Pregunta 14	6,00%	17,00%	77,00%
Pregunta 15	1,00%	9,00%	90,00%
Pregunta 16	0,00%	3,00%	97,00%
Pregunta 17	2,00%	19,00%	79,00%
Pregunta 18	1,00%	7,00%	92,00%
Pregunta 19	0,00%	3,00%	97,00%
Pregunta 20	0,00%	2,00%	98,00%
Pregunta 21	16,00%	17,00%	67,00%
Pregunta 22	0,00%	2,00%	98,00%
Pregunta 23	0,00%	3,00%	97,00%
Pregunta 24	6,00%	34,00%	60,00%
Pregunta 25	1,00%	8,00%	91,00%

Fuente: Información obtenida de las encuestas aplicadas

Elaboración: Llivicura Jandry

6.2.6 Matriz de estrategias

Tabla 9 FODA Cruzado

FODA CRUZADO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 8. Es una empresa que cuenta con años de experiencia dentro del ámbito turístico de la ciudad de Loja 9. Cuenta con diferentes servicios tanto para turistas, empresarios y para la localidad en general 10. Se encuentra ubicado en el centro de la ciudad lo cual le da una ubicación privilegiada. 11. Cuenta con convenios institucionales con las instituciones públicas y privadas y mantiene alianzas con operadores de turismo internacionales como lo es Geo Destinos 12. Brinda servicios de alimentación, transfer, alquiler de salones para conferencias y eventos 13. Personal dispuesto a capacitaciones para mejorar la calidad dentro de la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de personal en dos departamentos de recepción y restaurante. 2. Personal no se encuentra capacitado para recibir a personas con discapacidad 3. Su personal no maneja el idioma inglés. 4. Su cocina está ubicada en el 4to piso lo cual retrasa el servicio de restaurante que se encuentra ubicado en la planta baja 5. No cuenta con un reglamento interno. 6. No cuenta con luces automatizadas en los pasillos 7. Mala calidad de los servicios de internet. 8. No cuenta con cámaras de seguridad dentro del establecimiento. 9. No cuenta con garaje propio.

	<p>14. Publicidad dentro de empresas que prestan servicios a turistas local y nacionalmente.</p>	
<p>OPOTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se encuentra rodeado de atractivos turísticos dentro de su ubicación. 2. por su ubicación el Festival Internacional de Artes Vivas genera ingresos por hospedaje en el mes de noviembre. 3. Alianzas con agencias de viajes. 4. La caminata de la Virgen del Cisne genera hospedaje en el mes de agosto. 5. Eventos privados e institucionales desarrollados en el centro de la ciudad. 	<p>FO</p> <p>F1-O1 Capacitar al personal para que pueda brindar información correcta sobre los servicios que presta el hotel.</p> <p>F2-O2 Realizar un acercamiento con los posibles clientes que utilizan los diferentes servicios que presta el hotel para conocer las necesidades tanto de turistas como de personas locales que utilizan las instalaciones de la empresa.</p> <p>F4-O3 Aprovechar los convenios institucionales para compartir publicidad dentro de estas y poder llegar a un número mayor de posibles clientes para el hotel</p> <p>F6-O6 Aprovechar que cuenta con personal especializado en la rama y</p>	<p>DO</p> <p>D1-O2 Contratar personal eventual en temporadas altas para cubrir los espacios que son sumamente necesarios para brindar un buen servicio.</p> <p>D8-O2 Adquirir cámaras de seguridad para brindar seguridad tanto a los turistas como al personal que labora en la empresa.</p> <p>D4-O5 Reubicar el restaurante al cuarto piso para acelerar el servicio de restaurante. Adicional a esto capacitar al personal de cocina para que se mantenga a la vanguardia.</p> <p>D6-O2 Mejorar la tecnología dentro de la empresa para mejorar los servicios que presta.</p>

<p>6. Personal que es contratado está especializado en la rama turística.</p> <p>7. Atractivos naturales y culturales dentro del cantón Loja.</p>	<p>capacitarlo para que adquiriera mayor conocimiento dentro del turismo y de esta manera mejorar la capacidad de cada uno dentro de su departamento.</p>	
<p>AMENAZAS</p> <p>1. Alta demanda de empresa que brindan servicios de hospedaje.</p> <p>2. Competencia con empresas que ofertan tarifas que no van de acuerdo a la categoría del hotel.</p> <p>3. Alta competencia en el servicio de alquiler de salones y eventos sociales.</p> <p>4. Zona insegura a partir de las 23h00 horas.</p> <p>5. Vendedores ambulantes se ubican en la 10 de</p>	<p>FA</p> <p>F3-A1 Aprovechar su ubicación y aumentar el marketing y publicidad basándose en su ubicación como un plus adicional a las demás empresas de servicios de hospedaje.</p> <p>F1-A1 Utilizar la experiencia del hotel dentro del mercado para garantizar al huésped un servicio de calidad y de esta manera fidelizar al cliente a utilizar los servicios que brinda.</p> <p>F3-A4 Aprovechar el patrullaje de Policía Nacional dentro del sector a partir de las 23 horas.</p>	<p>DA</p> <p>D1-A1 Contratar el personal necesario para dar un servicio de calidad para estar en competencia con las demás empresas.</p> <p>D2-A2 Capacitar y adecuar las habitaciones para poder mejorar la calidad de servicio para personas con estas discapacidades.</p>

<p>agosto dando una mala imagen a este sector.</p> <p>6. La economía actual del país disminuye la afluencia de viajeros y turistas a nivel nacional.</p> <p>7. Baja demanda turística en la región sur del país.</p>	<p>F4-A5 utilizar los convenios con el municipio para exigir que se retiren los vendedores ambulantes dentro del sector.</p>	
--	---	--

Fuente: Información obtenida en la empresa

Elaboración: Llivicura Jandry

6.2.7 Estrategias de aplicación

6.3 Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio del hotel Bombuscaro.

Para poder determinar las estrategias se ha recopilado información del hotel dentro de la matriz, además se aplicaron diferentes técnicas para complementar y corroborar los datos como es la técnica de la observación y la técnica de la entrevista, también se realizó un cuestionario para calificar los servicios de la empresa tanto la parte física como la parte intangible, y a través de estas herramientas se extrajo la información para realizar el FODA y a su vez el FODA CRUZADO y SE plantearon las siguientes estrategias.

La propuesta de un reglamento interno para un mejor control del servicio prestado y control al personal en las funciones que se desempeña, implementación de uniformes para mejorar la imagen de la empresa como hotel, la implementación de un plan de capacitación para el personal y de esta manera mejorar la calidad de los servicios que brindan, innovar en tecnología para estar a la vanguardia con la competencia y mejorar la calidad de los servicios en cuanto a tecnología y seguridad para los clientes y finalmente reubicar y adecuar el restaurante “ el Cafetto” para mejorar y agilizar el servicio de restaurante.

Para cada una de las estrategias antes mencionadas se ha propuesto posibles soluciones las cuales están detalladas a continuación.

- **Primer objetivo estratégico**
- **Propuesta de implementación de un reglamento interno para el Hotel Bombuscaro**

Tabla 10 Estrategias de aplicación

Estrategia Sugerida	Características	Política	Valores	Indicadores	Metas
Implementación de un reglamento interno para el personal que labora en el hotel.	De conformidad con el Art. 64 del Código de Trabajo, en todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de 10 trabajadores, se debe contar con un Reglamento Interno que determine las obligaciones, derechos y prohibiciones tanto para el trabajador como para el empleador.	Mejorar la calidad de los servicios que presta a través de reglas internas que permitan controlar y mejorar la capacidad de los trabajadores de la empresa.	Responsabilidad laboral. Valoración al personal de la empresa. Respeto e igualdad. Unión empresarial trabajando por un mismo objetivo.	Reglamento interno aprobado e impreso. Reglamento aprobado por el ministerio de turismo.	Luego de 3 meses de haber iniciado el proyecto la empresa contara con un reglamento interno Luego de dos meses el personal maneja un sistema de ingreso y salida computarizado para el personal. También maneja normas internas como prohibiciones y sanciones según la normativa aprobada. Luego de cuatro meses existirá un mejor control y manejo del personal.

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Propuesta del Reglamento Interno de Trabajo (RIT)**

Tabla 11 Propuesta de un Reglamento Interno

Estrategia sugerida	Objetivos	Requisitos	Procedimiento	Costo
Reglamento Interno de Trabajo del Hotel Bombuscaro.	Controlar horarios de ingreso y salida. Fecha de pago. Normas de labores dentro de sus áreas.	Petición dirigida al Director Regional por el representante legal con la dirección, teléfono fijo y celular y correo electrónico. CD con el reglamento interno en Word.	Presentar la documentación en la oficina del Ministerio de Relaciones Laborales.	Impresiones 5.00 Documentación 10.00 Permisos 00.00
Dentro de las empresas que cuentan con un número mayor a 10 trabajadores, para un mejor control es necesario implementar un reglamento interno para el manejo adecuado del personal dentro de las actividades en las que se desenvuelven.	Normas para prevenir riesgos. Obligaciones de los trabajadores. Clases de faltas y sanciones.	Copia de cedula y certificado de votación del representante legal. Copia del RUC. Copia de autorización de funcionamiento. Certificado de cumplimiento de obligaciones con el IESS.	En caso de existir observaciones deberá cambiarlas según las normativas establecidas por la ley. Registro del reglamento.	Total 15.00

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Modelo del Reglamento Interno para trabajadores (RIT) del hotel Bombuscaro**

Figura 34 portada del RIT



Fuente: Información del Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

- **Segundo objetivo estratégico**
- **Propuesta de la implementación de uniformes para el personal masculino del Hotel Bombuscaro**

Tabla 12 Estrategias de aplicación

Estrategia sugerida	Características	Política	Valores	Indicadores	Metas
Implementación de uniformes para el personal que labora en el Hotel Bombuscaro	Mejorar la imagen del hotel Mantener u Aspecto profesional de la empresa y los trabajadores	Uso adecuado del uniforme únicamente en la empresa. Una buena imagen proyectada a los clientes Uso del uniforme obligatorio	Unificar el trabajo en equipo Mejorar la calidad de los servicios Elevar el autoestima de la empresa y los trabajadores	Número de trabajadores con uniformes Modelo y color de los uniformes	Una mejor imagen corporativa reflejada por los trabajadores de la empresa.

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Proformas con valores referenciales de uniformes**

Tabla 13 Implementación de uniformes para el Hotel Bombuscaro

Local comercial	Uniforme	N – de unidades	Numero de pax	Valor unitario	Valor total
Textiles del sur	Pantalón	8	4	12.50	132.19
	Chaleco	8		12.50	132.19
	Chompa	8		8.92	143.97
	Camisas	12		8.92	143.97
	Mano de obra			320.00	320.00
	IVA			66.28	66.28
			4		938.61

Flora corte y confección	Pantalón	8		21.25	170.00
	Chaleco	8		16.50	132.00
	Saco	8		60.00	480.00
	Camisas	12		22.10	265.20
					1.047,20
Despuntadas	Pantalón	8	4	20.00	160.00
	Chaleco	8		20.00	160.00
	Saco	8		24.00	480.00
	Camisas	12		60,00	288.00
	Corbatas	12		2.50	30.00
					1.118,00

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- Propuesta de la implementación de uniformes para el personal femenino del Hotel Bombuscaro**

Tabla 14 Implementación de uniformes para el Hotel Bombuscaro

Local comercial	Uniforme	N – de unidades	Numero de pax	Valor unitario	Valor total
Textiles del sur	Pantalón	8	4	12.50	132.19
	Chaleco	8		12.50	132.19
	Chompa	8		8.92	143.97
	Blusas	12		8.92	143.97
	Mano de obra			320.00	320.00
	IVA			66.28	66.28
					938.61
Flora corte y confección	Pantalón	8	4	21.25	170.00
	Chaleco	8		16.50	132.00
	Saco	8		60.00	480.00
	Camisas	12		22.10	265.20

					1.047,20
Despuntadas	Pantalón	8	4	20.00	160.00
	Chaleco	8		20.00	160.00
	Saco	8		60.00	480.00
	Camisas	12		24.00	288.00
	pañuelos	12		3.00	36.00
					1.118,00

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Tabla resumen**

Tabla 15 Implementación de uniformes para el Hotel Bombuscaro

	Valor de uniforme hombres	Valor de uniforme mujeres	Valor Total
Textiles del sur	938.61	938.61	1.877,22
Flora corte y confección	1.047,20	1.047,20	2.094,40
Despuntadas	1.118,00	1.118,00	2.236,00

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- Tentativa
- Propuesta diseño de uniformes para el personal femenino y masculino.

Tabla 16 modelos de uniformes para el Hotel Bombuscaro



Fuente: Información del Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

- Tercer objetivo estratégico
- Propuesta de implementación de un plan de capacitación para el personal del Hotel Bombuscaro

Tabla 17 Estrategias para un plan de capacitación

Estrategia Sugerida	Características	Política	Valores	Indicadores	Metas
Implementar un plan de Capacitación para el personal de los diferentes departamentos.	Desarrollar y mejorar la calidad de los servicios prestados por los trabajadores dentro de los servicios. Variedad de los temas en los cuales se capaciten y mejoren dentro de las labores en las que se desempeñan.	Mejorar la imagen de la empresa en cuanto a servicio y atención al cliente. Mejorar la capacidad de respuesta. Mayor conocimiento dentro de la rama en la que desenvuelve.	Amabilidad con los huéspedes. Respeto y comunicación y valoración al personal. Confianza para poder atender las necesidades del cliente.	Número de personas que se capacitan. Temas de las capacitaciones. Certificados con número de horas. Departamentos que se capacitan. Registros.	Luego de 6 meses de haberse ejecutado el proyecto el 70% del personal se encontrará capacitándose en diferentes temas. Luego de 9 meses de haberse ejecutado el proyecto el hotel cuenta con personal con certificaciones y número de horas de capacitación.

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Propuesta de temas del Plan de Capacitación**

Tabla 18 Plan de capacitación

Temas de la capacitación	Dirigido	Lugar	Numero de pax	Número de horas	Pago al capacitador
Manipulación de alimentos y bebidas	Personal de cocina Y restaurante.	Andes Chef	2	480	400.00
Calidad en el servicio	Departamento de recepción	Salón el Bonsay	4	24	70.00
Técnicas de manejo y servicio al cliente.	Departamentos de restaurante, recepción, camareras.	Salón el refugio	8	20	80.00
Integración de equipos	Todo el personal del hotel.	Salón el Refugio	14	20	80.00

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Presupuesto para el Plan de Capacitación**

Tabla 19 Presupuesto

Tema	Departamentos	Materiales	Numero de pax	Valor unitario	Valor total
Manipulación de alimentos.	Departamento de cocina	Pago de inscripción	2	240.00	480.00
Calidad en el servicio	Departamento de recepción	Capacitador Materiales impresos Infocus Computadora Break	4	70.00 10.00 00.00 00.00 50.00	130.00
Técnicas de manejo y servicio al cliente	Departamentos de recepción, restaurante y camareras.	Capacitador Infocus Computador Material impreso Break Salón el Refugio	8	80.00 00.00 00.00 10.00 100.00 00.00	190.00
Integración de equipos	Departamentos de Recepción Camareras Cocina Restaurante Mantenimiento	Salón el refugio Capacitador Infocus computador Material impreso Break	12	00.00 80.00 00.00 00.00 10.00 150.00	240.00

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Tabla Resumen Presupuesto**

Tabla 20 Tabla Resumen del Presupuesto

Temas de capacitación	Departamento a capacitar	Numero de pax	Número de horas de capacitación	Valor Unitario	Valor Total
Manipulación de alimentos y bebidas.	Cocina	2	240	200.00	480.00
Calidad en el servicio.	Recepción	4	24	32.50	130.00
Técnicas de manejo y servicio al cliente	Recepción Restaurante Camareras	8	20	23.75	190.00
Integración de equipos	Recepción Camareras Mantenimiento Restaurante cocina	12	20	20.00	240.00
Fuente: Información del Hotel Bombuscaro Elaboración: Llivicura Jandry					1.040.00

- **Cuarto objetivo estratégico**
- **Propuesta de innovación en tecnología**

Tabla 21 Estrategias de aplicación

Estrategia Sugerida	Características	Política	Valores	Indicadores	Metas
Renovación en tecnología.	Se adquirirá equipo moderno para brindar un mejor servicio. Adquisición de routers, plasmas Riviera de 40 pulgadas, sensores para las luces y cámaras de seguridad.	Mejorar la calidad de los servicios en cuanto a tecnología para mantenernos a la vanguardia y acoplarnos a las necesidades de los clientes y brindar seguridad y comodidad a nuestros huéspedes.	Valorizar las necesidades del cliente. Visualizar las nuevas tendencias y evolucionar para mejorar y seguir en competencia.	Número de plasmas de 40 pulgadas marca Sony. Número de sensores de movimiento para las luces en los pasillos. Número de routers wifi marca tp-link.	Luego de 6 meses de haber iniciado el proyecto el 50% de habitaciones contara con plasmas. Luego de 5 meses el hotel instalara nuevos routers en los cuatro pisos. Luego de 6 meses implementara sensores para las luces de los pasillos de los tres pisos. En tres meses el hotel contara con el 100% de focos ahorradores en las habitaciones y pasillos. Después de haber transcurrido 8 meses el hotel implantara cámaras de seguridad.

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Cotización de proformas para el Hotel Bombuscaro en cuanto a tecnología.**

Tabla 22 Cotización de tecnología para el Hotel Bombuscaro

Locales comerciales	Articulo	Número de unidades	Valor	Valor Total
Artefacta	Televisores plasma de 40 pulgadas marca Riviera	10	397.99	3.979,90
Tv Electrodomésticos	Televisores plasma de 40 pulgadas marca Riviera	10	395.00	3.950,00
La Ganga	Televisores plasma de 40 pulgadas marca Riviera	10	457.15	4.571,50
Star Media Computers	Routers marca tp-link	5	32.00 + IVA	179.20
Master Pc Tecnología	Routers marca tp-link	5	31.25 + IVA	175.00
Electrocompu	Routers marca tp-link	5	32.50 + IVA	182.00
Star Media Computers	Cámara de seguridad	4	46.00 + IVA	206.08
Master Pc Tecnología	Cámara de seguridad	4	45.00 + IVA	201.60
Electrocompu	Cámara de seguridad	4	43.00 + IVA	192.64
Electrónica Loiza	Sensores de luces	36	8.50	306.00
Electros Ferrizariato	Sensores de luces	36	8.60	309.60
Kiwi Súper Centro Ferretero	Sensores de luces	36	8.00	288.00

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

- **Quinto objetivo estratégico**
- **Reubicación y adecuación del Restaurante “El Cafetto” en el cuarto piso del Hotel Bombuscaro**

Tabla 23 Estrategias de aplicación

Estrategia Sugerida	Características	Política	Valores	Indicadores	Metas
Reubicación y adecuación del restaurante “El Cafetto” en el cuarto piso del Hotel Bombuscaro	Agilizar el servicio de restaurante. Disminuir el tiempo de servicio. Adecuar el salón para brindar el servicio de restaurante.	Garantizar el mejoramiento del servicio de restaurante, dando un servicio rápido y eficaz dentro de un tiempo establecido.	Compromiso Responsabilidad Calidad eficacia y rapidez	Después de tres meses de haberse ejecutado el proyecto el servicio de restaurante será más rápido. Luego de un mes de haberse ejecutado el proyecto el restaurante se encontrara acoplado en el cuarto piso	Agilizar el servicio de restaurante. Mejorar la calidad del servicio. Adecuar el salón para dar un buen servicio.

Fuente: Información del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

7 DISCUSIÓN

Dentro de los permisos de funcionamiento con los que cuenta el hotel, se observa que cuenta con los permisos de funcionamiento primarios del municipio, LUAF, SRI, bomberos, ARCSA, ARCH entre otros que son de orden local, sin embargo no cumple con las normas de la ley de turismo dentro del MINTUR para ser catalogado como un hotel de cuatro estrellas, puesto que necesita implementar y mejorar dentro de su infraestructura y servicios, además incumple en la normativa interna como lo es el no disponer de un manual o reglamento de funciones para el personal, inobservando lo que determina el reglamento de aplicación a la ley de turismo, por ende es importante contar con todos los permisos, obligaciones y /o requerimientos, para el manejo adecuado de una buena prestación de servicios, así lo determina el (Reglamento de alojamiento turístico, 2015) 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 acceder a los beneficios tributarios que contempla esta ley.

La creación de un reglamento interno ayudaría a la empresa a mantener un mejor control del personal, según la revista (EcuRed, 2019) afirma que el RIT ayuda a regular las relaciones laborales dentro de una empresa. Se trata básicamente una lista de condiciones de trabajo que ayudan al funcionamiento práctico de una empresa”. Este reglamento tiene que ir acorde a las necesidades de la empresa, pero a la vez deben ser aprobadas por los empleados y la persona encargada. Así lo afirma el (Ministerio de Relaciones Laborales, 2012, p.26) en su Art. 64 dentro de su normativa que en caso que soliciten más del cincuenta por ciento de los trabajadores de la misma empresa el reglamento podrá ser revisado y modificado por la aludida autoridad, para que exista igualdad tanto con los trabajadores como con el patrono.

También se evidenció que existe un malestar porque no existe un pago puntual a los empleados lo cual genera inconformidad en estos, de acuerdo al Ministerio de Relaciones Laborales (2012) afirma. “Art. 83. El plazo para el pago de salarios no podrá ser mayor de una semana, y el pago de sueldos, no mayor de un mes., dentro de los primeros días” p.30). Así mismo. Lopez Rodriguez (2013) menciona. “Que la retribución constituye uno de los instrumentos más importantes para alcanzar los objetivos de la empresa” p.8). Ella determina el comportamiento del individuo. Manifiesta como un poderoso motivador del empleado que trabaja lo mejor posible aplicando el máximo esfuerzo en la ejecución de las tareas que se le han asignado.

El personal del hotel no cuenta con uniformes lo cual le da una imagen media a la empresa, calificándola de una manera intermedia, lo cual degrada la imagen de la empresa. Anfitriones Turismo (2016) refiere. “El personal acude a su puesto de trabajo aseado y viste un uniforme en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio” p.4).

Para que el personal de la empresa se encuentre con buen estado de ánimo y brinde un servicio de calidad es necesario que lo incentiven, es por ello que la aplicación de incentivos hacia los empleados es de suma importancia así lo afirma (Garcia, 2005) es necesario mencionar que la motivación dentro de una empresa es importante aplicarla en todos los niveles, hablando de hoteles ésta es más necesaria en los niveles operativos, la cual se puede llevar a cabo mediante incentivos, se debe señalar que los trabajadores son la carta de presentación que la empresa.

El hotel Bombuscaro cuenta con un 29% del personal con un título profesional en la rama turística, no manejan el idioma inglés que según (Perez Ortega, 2015) define que el inglés ha dejado de ser un complemento a la formación y pasa a ser una exigencia personal, profesional y sobre todo en el campo laboral las empresas han convertido este idioma en un requerimiento para acceder a un empleo.

Adicional a esto dentro de los elementos de los elementos tangibles el hotel mantiene un mobiliario y equipo tecnológico deteriorado lo cual manifiesta un grado de insatisfacción por parte de los clientes. De acuerdo con la (Organización Mundial de Turismo , 2001) “la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas.

El hotel no cuenta con un consumo de energía responsable, en los pasillos aumenta el consumo de energía y a su vez no brinda un servicio de calidad, es necesario mencionar que la instalación de sensores en los pasillos disminuye el consumo de energía y mejora la calidad del servicio, según la (Agencia Chilena de Eficiencia Energética, 2014) refiere que la energía es el insumo básico necesario para desarrollar prácticamente todos los procesos y actividades del ser humano, por tanto, es fundamental realizar un adecuado uso de la energía, de forma eficiente y evitando su desperdicio. Además, dentro de una empresa de servicios es complementario contar con tecnología que mejore la calidad; el producto principal ya no es sólo el alojamiento. De acuerdo a la revista (FUTURISMO, 2019) menciona que ahora el cliente moderno valora la experiencia, y los hoteles deben aprovechar la tecnología para reforzar su relación con los huéspedes, respondiendo a sus necesidades y expectativas” p.2).

Además, se pudo evidenciar que no cuenta con un circuito de cámaras de seguridad, esto refuerza a que los clientes se sientan menos tranquilos. (Totem Blok, 2009) menciona que las cámaras de vigilancia son un gran aliado para mantener el control y seguridad, y para complementar también son un excelente aliado a la hora de medir control de la calidad de atención de los trabajadores hacia los clientes, para luego poder corregirlos y mejorarlos, también ayuda a controlar la seguridad tanto dentro como fuera del hotel.

Diversos factores como no contar con televisores nuevos contribuye a una mala calidad visual, adicional a esto la calidad del internet en el hotel no es buena debido a que los routers están un poco deteriorados lo cual genera descontento. (El Comercio, 2017) afirma Ya no se elige un hotel pensando solo en la comodidad de las instalaciones o la estética, sino que se considera como parte sustancial de la visita que ofrezcan un adecuado servicio de Internet, se espera que todas las instalaciones del hotel funcionen de forma efectiva, lo cual incluye un buen ancho de banda fija, televisores inteligentes.

También es importante mencionar que se pudo evidenciar que la imagen de la empresa actualmente está deteriorada tanto la imagen exterior, como la imagen representativa que son los empleados y que no cuentan con un uniforme para laborar dentro de la empresa, lo cual causa insatisfacción y mala presentación de la empresa con sus clientes así lo afirman (Tamayo Garza & Vega Cadena, 2017) mencionan que una imagen favorable y conocida es una ventaja para cualquier organización ya que la imagen tiene una importante influencia en las percepciones de nuevos clientes sobre la comunicación y las operaciones de la empresa y por otro lado está la reputación y credibilidad relacionada con la imagen como la formalidad, tangibilidad, seguridad, sensibilidad y empatía.

Dentro de la atención brindada por los empleados del hotel, este no cumple con todas las expectativas de los clientes generando descontento, esto se debe a la falta de capacitación y motivación. Según (Anfitriones Turismo, 2016) afirman que El visitante busca el hotel que más se adecue a sus necesidades, esperando recibir en todo momento buen trato y amabilidad por parte de quienes los trabajadores del establecimiento.

Es importante destacar que la empresa hotelera cuenta con servicios adicionales a los requeridos por la normativa lo cual le da un plus adicional a la empresa. (Tamayo Garza & Vega Cadena, 2017, p.2) Las organizaciones tienen el reto no sólo de enfocar sus esfuerzos para atraer más clientes, además, se busca el incremento en sus ingresos y riqueza, rediseñan sus productos, sus estrategias

y fortalecen sus servicios, creando así diferencia en sus compañías, que al ser comparados con los de su competencia, les permite tener una táctica de venta robusta y cierta ventaja competitiva.

Se determinó que no existe una capacitación continua dentro de la empresa lo cual es necesaria para que el personal se mantenga en un buen rango dentro de la prestación de servicios. (Rivera, 2016) menciona que la capacitación es una herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados, nos permite llevar un proceso en el que nos podría facilitar el cambio necesario para que el personal de la empresa tenga mejor visión de las ventajas y beneficios del mismo. El contar con una capacitación eficiente permite a la empresa tener innovación dentro de los servicios que presta.

8 CONCLUSIONES

Una vez finalizado el presente trabajo se llegó a las siguientes conclusiones:

- El hotel cuenta con los permisos de funcionamiento dentro de la localidad pero no cumple con los requisitos para estar dentro de la calificación de un hotel de cuatro estrellas según la ley del MINTUR, adicional a esto carece de un manual o reglamento interno, sus empleados se encuentran afiliados al IESS y cuentan con los roles de pago según lo estipulado en el código de trabajo y demás beneficios laborales de ley.
- El Hotel Bombuscaro es una empresa con años de experiencia dentro del sector hotelero, sin embargo, sus instalaciones no se han mejorado y se ha mantenido un poco atrasado tanto en las mejoras dentro de la empresa como en la falta de capacitación del personal.
- El hotel no cuenta con sensores de movimiento para las luces en los pasillos, las habitaciones mantienen televisores antiguos y la calidad del internet es deficiente ya que su equipo de internet está deteriorado, adicional a esto esta empresa no cuenta con un circuito de cámaras de seguridad y su parqueadero se encuentra fuera del hotel.
- Dentro del área de restaurante no cuenta con una carta en español e inglés para turistas extranjeros lo cual dificulta el servicio a huéspedes que no manejen los dos idiomas y a esto se suma la tardanza en el servicio ya que cocina se encuentra en el cuarto piso y restaurante en el primer piso.
- No cuenta con una puerta o acceso para el personal, no cuentan con un uniforme degradando la imagen de la empresa y a esto se suma la presencia de vendedores ambulantes en la mañana y tarde y la zona que se vuelve insegura a partir de las 23 horas para clientes que llegan en horarios nocturnos.
- Las estrategias planteadas en el presente proyecto de investigación son alcanzables las cuales ayudaran a la mejora en la calidad de servicios ofrecidos por el hotel. Adicional a esto si se aplican correctamente la

empresa puede eliminar las falencias que se han detectado mejorando los servicios que presta ya sean tangibles o intangibles catalogándose como una empresa de calidad en los servicios que presta.

9 RECOMENDACIONES

En base a investigación realizada se recomienda:

- Implementar los requerimientos que lo califiquen como un hotel de cuatro estrellas como lo establece el MINTUR, crear un manual o reglamento interno para tener un mayor control del personal en la parte laboral.
- Implementar y renovar dentro de su mobiliario y dar mantenimiento a la fachada del hotel, también se recomienda capacitar al personal dentro de sus áreas para mejorar la capacidad y calidad de los servicios que brindan.
- Adquirir equipos como sensores para las luces, routers, plasmas, cámaras de seguridad, con el fin de mejorar la calidad de los servicios y ser competitivos con los demás hoteles y a su vez dar mayor seguridad a los clientes que hacen uso de sus instalaciones.
- Implementar dentro del restaurante una carta de inglés español para clientes que no manejan el idioma español y a su vez se recomienda mover el restaurante al cuarto piso para brindar un servicio más rápido.
- Habilitar un ingreso para el personal y proveedores e implementar uniformes para los empleados.
- Exigir a la entidad pública un mayor control a los vendedores informales que dan una mala imagen de la ciudad y en las noches solicitar a la policía nacional patrullajes más seguidos por el centro urbano.
- Realizar un cronograma para contratar personal eventual en temporada alta e implementar un sistema de facturación electrónica.

10 BIBLIOGRAFIA

Acosta Cervantes , J. (2017). Importancia de la excelencia en el servicio al cliente para el sector turistico. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.

Agencia Chilena de Eficiencia Energetica. (28 de Julio de 2014). *Manual de gestor en eficiencia energetica*. Obtenido de [saludsindanio.org: https://saludsindanio.org/sites/default/files/documents-files/2782/manual-hospitalario-chile.pdf](https://saludsindanio.org/sites/default/files/documents-files/2782/manual-hospitalario-chile.pdf)

Aiteco. (28 de Octubre de 2018). *El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio*. Recuperado el 28 de Octubre de 2018, de Aiteco: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Alquino Salinas, A. (10 de Agosto de 2012). *UNIVERSIDAD ESTATAL*. Obtenido de UPSE: <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/674/1/TESIS%20ALEX%20PLAN%20ESTRATEGICO%20PARA%20EL%20HOTEL-SUITES%20COSTA%20DE%20OR.pdf>

AME. (20 de Mayo de 2010). *Asociacion de Municipalidades Ecuatorianas*. Obtenido de Ame.gog.ec: <http://ame.gob.ec/ec/2010/05/20/canton-loja/>

Anfitriones Turismo. (10 de Junio de 2016). *Buenas Ppracticas para la atencion al cliente Hoteles*. Obtenido de anfitrionesturismo: http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_HOTELES_may09.pdf

Arq. Charles Jean Camara, D. A. (2014). Metodologia para la identificacion, clasificacion,y evaluacion de recursos territoriales Turisticos . *SCIELO*.

Arribas Lopez, S. (15 de Septiembre de 2014). *Influencia de las certificaciones de calidad en la satisfaccion del cliente hotelero*. Obtenido de Universidad Politecnica de Cartagena:

<http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4143/tfm431.pdf?sequence=1>

Bernal, D. M. (2012). La Planificación: conceptos Básicos, principios, componentes, características y desarrollo del Proceso. Los Teques .

Bloggers. (29 de Mayo de 2011). *Abc calidad*. Obtenido de SERVQUAL, el modelo de medición de la satisfacción de clientes.: <https://abc-calidad.blogspot.com/2011/05/servqual.html>

Calidad, concepto y filosofías. (5 de Octubre de 2013). Concepto de calidad. *Gestiopolis*, 2. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/#concepto-de-calidad>

Camara Provincial de Turismo de Loja. (20 de Octubre de 2018). *Scribd*. Obtenido de Estatuto Camara Provincial de Loja: <https://es.scribd.com/document/136493035/Estatuto-Camara-Provincial-de-Turismo-de-Loja>

Cañadas , G., & Batanero , C. (2011). Educacion Matematica. *Scielo*, 1.

Caprini. (2011). *Sector Hotelero*. Obtenido de Definicionyque.es: <https://definicionyque.es/hospedaje/>

Carolis, J. (2009). *Gestion Empresarial*.

Carrasco Rubilar , B., & Flores Valenzuela, C. (13 de Enero de 2015). *Red de Bibliotecas - Chile*. Obtenido de Universidad del Bio- Bio: <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1519/1/Carrasco%20Rubilar%2C%20Benjamin%20Antonio.pdf>

Casas , A. (31 de Agosto de 2003). La encuesta como tecnica de investigacion. *Aten Primaria*, 1. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

- Castellucci , D. (2010). Turismo, Desarrollo y Calidad: hacia un servicio sostenible . *Turismo y desarrollo económico y sociocultural*, 11-12.
- Castellucci, D. (2009). La Calidad y los servicios en los destinos turísticos Maduros 2009. *Aportes y Transferencias*, 2-3. Obtenido de http://ocw.bib.upct.es/pluginfile.php/11578/mod_resource/content/1/Tema%2016.%20Gesti%C3%B3n%20de%20calidad.pdf
- Choque. (15 de junio de 2018). *La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente*. Obtenido de Memorialia: <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO15.pdf>
- Dumorne, K. (17 de Enero de 2012). *Planificación Estratégica*. Obtenido de Eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/1348.pdf>
- Duque, O., & Jair, E. (15 de Enero-Junio de 2005). *Revistas de Ciencias Administrativas y Sociales*, 67-68. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/818/81802505/>
- EcuRed. (8 de Febrero de 2019). Reglamento Interno. *Que debe contener un Reglamento Interno*, pág. Febrero. Obtenido de https://www.ecured.cu/Reglamento_Interno
- El sector hotelero. (01 de julio de 2019). *Establecimientos hoteleros*. Obtenido de Encuesta de ocupación hotelera: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf?sequence=5>
- García. (07 de Noviembre de 2005). *La Motivación y la Satisfacción*. Obtenido de catarina.udlap: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_b/capitulo_2.pdf

Garcia, A., & Lavalle, N. (17 de Octubre de 2013). *Universidad Nacional de la Plata*. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar:8080/bitstream/handle/10915/27078/02-ALGUNAS+CONSIDERACIONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR;jsessionid=80A6DE785373AAB685001E2680365525?sequence=1>

Gonzales Moreno, m., Del Rio Gomez, C., & Dominguez Martinez, J. (2011). Los servicios: concepto, clasificacion y problemas de medicion. *Fundacion Fies - Universidad de Alcala*, 3. Obtenido de <file:///C:/Users/Katherine/Downloads/Dialnet-LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365.pdf>

Introduccional Turismo. (6 de Agosto de 2013). *Turismo Conceptos y Definiciones*. Obtenido de Repositorio/MGTS: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-01/SEMANA3/IntroduccionalTurismo,pag45-55.pdf>

Lopez Rodriguez, L. F. (5 de Julio de 2013). *Universidad Rafael Landívar*. Obtenido de [biblio3.url.edu: http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Lopez-Luis.pdf](http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Lopez-Luis.pdf)

Magaña Herrera, P. (21 de Agosto de 2006). *Normalizacion y Normas ISO*. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de Comunidad Emagister: https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_38542_Microsoft_Word_-_38541.pdf

Manual de aplicacion del reglamento de alojamiento turistico . (5 de Enero de 2016). *Ministerio de Turismo (EC)*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/MANUAL-DE-APLICACION-DEL-REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TUR%C3%8DSTICO.pdf>

- Matsumoto Nishizawua, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa. *PERSPECTIVAS (Redalyc)*, 6-7. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Ministerio de Relaciones Laborales. (26 de Septiembre de 2012). *Código de Trabajo*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Trabajo-PDF.pdf>
- MINTUR. (2017). *Plan estratégico de desarrollo de turismo*.
- Morillo Moreno, & Coromoto, M. (2007). Analisis de Calidad del servicio hotelero. *Vision Gerencial*, 269-270.
- Municipio de Loja. (20 de Octubre de 2018). *Permiso Anual de Funcionamiento*. Obtenido de <http://www.loja.gob.ec/contenido/permiso-anual-de-funcionamiento>
- Muñoz Benavides. (2 de Agosto de 2017). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de repositorio.pucese.edu.ec:https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf
- Navarro , D. (2015). Cuadernos de Turismo. *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*, 4. Obtenido de Universidad de Murcia España.
- Organizacion Mundial de Turismo . (12 de Octubre de 2001). *Calidad de los Servicios Turísticos*. Obtenido de OMT: https://www.google.es/search?q=related:www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/calidad_de_los_servicios_turisticos_1.docx+tecnologia+dentro+de+la+prestacion+de+servicios+OMT&tbo=1&sa=X&ved=2ahUKEwiUjIOZgqfjAhUIw1kKHUsBBeUQHZAlegQIBRAG&biw=

Organizacion Mundial del Turismo . (26 de Enero de 2019). *Marco Teorico* .
Obtenido de catarina.udlap:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/medina_v_bs/capitulo2.pdf

Organizacion Mundial del Turismo. (12 de Agosto de 2012). *CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE HOTELES SEGÚN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO*. Obtenido de Tendencias sobre Hoteleria y Turismo:
<https://leirelarraiza.com/calidad/clasificacion-de-hoteles/>

Organizacion Mundial del Turismo. (27 de Junio de 2016). *La gestión de la calidad, esencial para la competitividad de los destinos turísticos*. Obtenido de OMT: <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-07-01/la-gestion-de-la-calidad-esencial-para-la-competitividad-de-los-destinos-tu>

Orozco Correa, Y. (3 de Julio de 2019). *Planificación Estrategica de la Calidad*. Obtenido de Scielo: <http://files.yomaira-orozcocorrea.webnode.es/200000360-579ba5895d/PLANEACION%20ESTRATEGICA%20DE%20LA%20CALIDAD.pdf>

Pacheco Nagua, V. (31 de Julio de 2012). *Diagnostico Situacional Turistico de la Parroquia Urbana Suc.pdf*. Obtenido de https://www.google.ca/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiNsNaA36_eAhVQoFMKHZ1MCAgQFjAJegQICBAC&url=http%3A%2F%2Fspace.unl.edu.ec%2Fjspui%2Fbitstream%2F123456789%2F908%2F1%2FDiagnostico%2520Situacional%2520Turistico%2520d

Paloma Blanco, V. V. (2015). INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS COMO BASE PARA LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL. *Cuadrenos de Turismo* , 42.

PDYOT del cantón Catamayo. (2014-2019). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160023370001_PD%20y%20OT%202014%20-%202019_31-10-2015_14-01-33.pdf

Perez Ortega, I. (12 de septiembre de 2015). *La Importancia del Idioma Ingles.* Obtenido de Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/281915812_La_importancia_de_l_idioma_ingles

Perfil Territorial LOJA. (1 de Noviembre de 2013). *Perfil Territorial LOJA.* Obtenido de Repositorio.cedia.org.ec: <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/851/1/Perfil%20territorial%20LOJA.pdf>

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (14 de Mayo de 2015). *Aplication / pdf.* Recuperado el 23 de Julio de 23, de Municipio de Loja: <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

Planificacion, C. N. (2017). *Constitucion de la Republica.* Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf

Reglamento de alojamiento turistico. (24 de Marzo de 2015). *Ministerio de Turismo (EC).* Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Rengel Jara, E. (15 de Enero de 2015). *Plan de negocios para la expansion del restaurante Alivinatu en la parroquia Vilcabamba canton Loja.* Obtenido de utpl.edu.ec:

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11440/1/RENGEL%20JARA%20EDUARDO%20VICENTE.pdf?fbclid=IwAR3U9JZulkPesQJ5uBEg-KkLUIXCVmWaA4JsSvAHUL3p3r027YPfSNrD4Qs>

Revista Certificación y Negocios. (15 de enero de 2013). Planificación Estratégica y Gestión de Calidad. *Revista Certificación y Negocios*, 1. Obtenido de <https://www.revistacertificacion.cl/planificacion-estrategica-y-gestion-de-calidad/>

Revista Certificación y Negocios. (15 de enero de 2013). *Planificación Estratégica y Sistemas de Calidad*. Obtenido de [Revistacertificación.com: https://www.revistacertificacion.cl/planificacion-estrategica-y-gestion-de-calidad/](https://www.revistacertificacion.cl/planificacion-estrategica-y-gestion-de-calidad/)

Rivera Martínez, J. L. (20 de Noviembre de 2016). *La capacitación como herramienta efectiva*. Obtenido de [cyta.com.ar: http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm](http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm)

Rodríguez, M. (30 de Octubre de 2018). *Eumed.net*. Obtenido de La Actividad Turística y El Producto Turístico: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html

Sanisaca Pérez, C. (Mayo de 2012). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1721/1/tur77.pdf>

Santonama, R. (2010). Obtenido de <http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf>

Santonama, R. (25 de Enero de 2010). *Calidad del servicio en la industria hotelera*. Obtenido de [esade.edu: http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf](http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una*

- Vida*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Servicios de hoteles*. (2015). Obtenido de <http://www.ejemplosde.net/negocios/976-servicios-de-hoteles/>
- Sistemas y Calidad Total. (24 de Mayo de 2011). *Sistemas y calidad total*. Obtenido de Tecnología de Información y Sistemas de Gestión de Calidad: <http://www.sistemasycalidadtotal.com/tag/definicion-de-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Sousa, A. (2005). http://nulan.mdp.edu.ar/1330/1/castellucci_di.pdf.
- Tamayo Garza, J., & Vega Cadena, U. (2017). El servicio al cliente como elemento fundamental en la industria hotelera. *Revista Turydes*, 2. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/23/cliente-industria-hotelera.html>
- Tamayo Garza, J., & Vega Cadena, U. (diciembre de 2017). EL SERVICIO AL CLIENTE COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL EN LA INDUSTRIA HOTELERA. *Turismo y Desarrollo*, 3. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/23/cliente-industria-hotelera.html>
- Totem Blok*. (14 de Febrero de 2009). Obtenido de Camaras de seguridad en hoteles : <http://totem.com.ec/blog/camaras-de-seguridad-en-hoteles/>
- UNSTA. (2015). [unsta.edu.ar](http://www.unsta.edu.ar). Obtenido de <http://www.unsta.edu.ar/wp-content/uploads/2013/05/Que-Es-Planificar.pdf>
- Vargas Hernández, J., Guadalupe Zazueta, M., & Guerra García, F. (29 de Abril de 2010). La calidad en el servicio en una empresa local. *revista EAN*, 3. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n68/n68a03.pdf>

Vargas Hernandez, J., Zazueta , M., & Guerra Garcia, F. (2010). La Calidad en el servicio de una empresa loca. *Revista EAN*, 26.

Villasante, W. M. (2018). *Asesores en Turismo para empresas e instituciones publicas*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/acerca-de/>

11 ANEXOS

ANEXO N.º 1 ANTEPROYECTO



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

TEMA:

**“ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA EL
HOTEL BOMBUSCARO DE LA CIUDAD DE LOJA”**

Anteproyecto de tesis previo a
la obtención del Título de
Ingeniero en Administración
Turística

AUTOR:

Jandry Ramiro Llivicura Espinosa

Loja – Ecuador

2018

1. TEMA

“ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL BOMBUSCARO DE LA CIUDAD DE LOJA”

2. PROBLEMATICA

El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

En los seis primeros meses de 2017 los destinos de todo el mundo recibieron a 598 millones de turistas internacionales, unos 36 millones más que el mismo periodo de 2016. El crecimiento que supone un 6 % respecto al año anterior, supero con creces la tendencia.

Sudamérica recibió aproximadamente 13 millones de turistas, de los cuales 6% visitaron Ecuador, que representaron, a su vez, el 6% de los ingresos generados por la exportación de bienes y servicios del país. Durante décadas el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo.

El turismo es un importante motor de la economía de Ecuador de acuerdo a la Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR), en el 2017 se registraron 1, 617,914 llegadas internacionales al país, lo que representa un crecimiento del 14% en relación al 2016, y que en dólares significa \$1,204.5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% en relación al año 2016.

Conforme a los resultados definitivos proporcionados por la Coordinación de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, las cinco principales provincias visitadas fueron: Guayas (18.6%), Santa Elena (16.9%), Manabí (15%), Pichincha (12.7%) y Esmeraldas (8.8%), es decir, la mayor cantidad de

viajes se realizó a las provincias ubicadas en la región costa, representando el 59.3% del total de viajes. El sector hotelero obtuvo una tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento a nivel nacional del 42% con una tarifa promedio por habitación de \$61 dólares, asimismo, el gasto promedio fue de \$55 por viaje.

El potencial turístico en Ecuador se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural.

Al sur de Ecuador se encuentra la ciudad de Loja, situada a 2100 metros sobre el nivel del mar, tiene alrededor de 200.000 habitantes, es el principal centro urbano, histórico y cultural de la región sur.

En la ciudad de Loja, se puede evidenciar una creciente actividad turística por los recursos naturales y culturales que posee, sin embargo, en los establecimientos de alojamiento no existe personal capacitado dentro de los departamentos de las empresas, en consecuencia, el servicio que se les presta a los viajeros, huéspedes es deficiente por su baja calidad.

Actualmente dentro de los hoteles de la ciudad de Loja, no constan estudios sobre la calidad de servicio que brindan las empresas de hospedaje, esto se debe por diferentes aspectos tales como la falta de interés por parte de los empresarios o dueños de las empresas, inexistencia de control de la calidad por parte de los entes reguladores además a esto se suma la carencia de importancia que se le debe dar a este tema dentro de la prestación de servicios.

Esto trae consigo una baja demanda turística dentro del sector, el decremento de las utilidades dentro de las empresas, que el desarrollo turístico de la localidad no satisfaga las necesidades y expectativas de los huéspedes o clientes que mantienen las empresas, y con esto disminuya la visita de turistas dentro de la localidad.

3. PRESUPUESTO

El turismo es considerado una de las más grandes potencias económicas en el mundo, es por ello que el hotelería ingresa directamente dentro de esta rama es un factor complementario para el crecimiento económico y social, generando empleos de manera directa e indirecta. Todos estos aspectos dentro del sector de la hotelería y la restauración inducidos por el ocio, han sido cruciales para el desarrollo y supervivencia del ser humano.

Según el Ministerio de Turismo, la importancia que tiene el subsector: hoteles bares y restaurantes constituye la principal fuente generadora de ingresos dentro del sector turístico; donde la mayoría de los establecimientos turísticos a nivel nacional generan anualmente más de 775.357 empleos directos sin tomar en consideración el número de trabajos indirectos que genera esta actividad.

Teniendo en cuenta que la oferta de alojamiento es un factor complementario de la actividad turística, es imprescindible brindar un servicio de calidad a los turistas que hacen uso de estos establecimientos.

Si se mejora la calidad del servicio en los diferentes aspectos la empresa ayudara al crecimiento económico de la localidad ya que se puede convertir en un punto fuerte para atraer a más turistas por los diferentes aspectos como son servicio, calidad, atención al cliente y a la vez con las fortalezas externas con las que cuenta el cantón Loja se puede contribuir al desarrollo de la localidad a través del turismo.

En consecuencia, es importante para la carrera de Administración Turística que se realicen estudios acerca de la calidad que ofrece una empresa en el sector hotelero, ya que de esta manera aporta a la investigación del estudiante brindándole la oportunidad de poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante su periodo académico y obtener un título, aprobando los parámetros exigidos por la carrera, el proyecto me permitirá cumplir con uno de los requisitos previo a la obtención del título, con estos

antecedentes antes expuestos justifican los motivos por los cuales se desarrollara la investigación.

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la calidad de los servicios que presta el Hotel Bombuscaro con el fin de proponer acciones para mejorar la calidad del servicio que brinda al turista y saber si cumple con las expectativas del mismo.

El estudio permitirá conocer en qué condiciones se encuentra el servicio actualmente se realizará con información proporcionada por los huéspedes que se alojen en la empresa hotelera. Además de brindar un aporte al desarrollo socioeconómico dentro del ámbito turístico.

4. OBJETIVOS

Objetivo general

- Analizar la calidad de servicio que presta el Hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja.
- Evaluar la calidad de servicio brindado por el hotel Bombuscaro.
- Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio del hotel Bombuscaro.

5. MARCO TEORICO

5.1 Marco conceptual

5.1.1. Concepto de análisis

- 5.1.2. Análisis de calidad
- 5.1.3. Elementos tangibles
- 5.1.4. Fiabilidad
- 5.1.5. Capacidad de respuesta
- 5.1.6. Seguridad (Garantía)
- 5.1.7. Empatía
- 5.1.8. Calidad de Servicio en el Sector Hotelero
- 5.1.9. Análisis de calidad turística
- 5.1.10. Concepto de servicio
- 5.1.11. FODA
- 5.1.12. Características
- 5.1.13. Estrategias
- 5.1.14. Tipos de estrategias
- 5.1.15. Método Servqual
- 5.1.16. Fiabilidad
- 5.1.17. Tangibilidad
- 5.1.18. Capacidad de respuesta
- 5.1.19. Confianza
- 5.1.20. Empatía
- 5.1.21. Modelos de satisfacción de cliente

- 5.1.22. Satisfacción al cliente basado en las necesidades
- 5.1.23. Modelo de disconformidad de las expectativas
- 5.1.24. Teoría de la disparidad del valor percibido
- 5.1.25. Teoría de la equidad
- 5.1.26. Las normas como estándar de comparación características en la calidad y servicio
- 5.1.27. Reglamento de alojamiento turístico del MINTUR
- 5.1.28. Acuerdo ministerial
- 5.1.29. Registro oficial suplemento 465
- 5.1.30. Definición de hotel
- 5.1.31. Clasificación de los hoteles
- 5.1.32. Servicios que presta un hotel
- 5.1.33. Características de un hotel
- 5.1.34. Definición de hospedaje

5.2. Marco referencial

- 5.2.1. Antecedentes geográficos
- 5.2.2. Reseña histórica del cantón Loja
- 5.2.3. Localización
- 5.2.4. Límites
- 5.2.5. División Política

5.2.6. Aspectos sociales y económicos

5.2.7. El comercio.

5.2.8. La agricultura

5.2.9. Geografía

5.2.10. Clima

5.2.11. Flora

5.2.12. Fauna

5.2.13. Población

5.2.14. Actividades Socioculturales

5.2.15. Atractivos

5.2.16. Atractivos naturales

5.2.17. Atractivos naturales

6. METODOLOGIA

En el primer objetivo “Diagnosticar la situación actual del hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja” Se utilizará el método de observación como un instrumento de análisis que consiste en describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables para nuestra investigación, este nos permitirá realizar una hipótesis de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Permite realizar un análisis mediante la observación y examen de un hecho en particular. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

La técnica utilizada será la matriz FODA sirve como planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno y externo en la empresa, representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa. De igual manera la ficha de evaluación de una empresa es un instrumento de evaluación y monitoreo que permite mostrar el avance de los programas federales de desarrollo social de forma estructurada, sintética y homogénea para un ejercicio fiscal, con el objetivo de contribuir a la toma de decisiones y mejora de los programas y acciones.

En el segundo objetivo “Evaluar la calidad de servicio brindado por el Hotel Bombuscaro se empleará el método de Modelo de la Gestión de la Calidad del Servicio SERVQUAL, el cual es una herramienta empresarial, que se fundamenta en el ciclo de Deming (planificar, hacer, mejorar, controlar) y en los preceptos de la norma ISO 9001, bloque 5, cláusula 5.2, que se refiere al enfoque al cliente.

La herramienta utilizada será la encuesta la cual es un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. De igual manera se utilizará el modelo Servqual es una técnica de investigación, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio, permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes.

Para la elaboración del tercer objetivo “Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio” se empleará la matriz de elaboración de estrategias mediante la cual permitirá que el establecimiento rectifique las diferentes falencias que presenta en lo tangible e intangible, utilizando el método participativo que permitirá involucrarse con la empresa.

La cual nos permite identificar las diferentes fortalezas que posee la empresa y así poder mejorarlas y aplicarlas dentro de la misma para el mejoramiento de los

servicios que brinda este establecimiento. Además de esto se aplicará el método Servqual del cual tomaremos la información necesaria para mejorar los diferentes servicios que presta la empresa.

8 PRESUPUESTO

Recursos humanos

- Tesista
- Director de tesis
- Gerente de la empresa

Recursos Materiales

- Copias
- Transporte
- Empastados
- Impresiones
- Alimentación
- Material bibliográfico

Recursos Tecnológicos

- Computadora
- Internet
- GPS
- Grabadora y cámara fotográfica
- Celular
- Infocus

- Plan telefónico
- Imprevistos 5%
- **Financiamiento**

Recursos Humanos	
Tesista	0,00
Gerente de la empresas	0,00
Director de tesis	0,00
Recursos Tecnológicos	
Computadora	60,00
Internet	150,00
GPS	80,00
Grabadora y cámara fotográfica	30,00
Celular	0,00
Infocus	20,00
Plan telefónico	90,00
Recursos Materiales	
Copias	30,00
Transporte	100,00
Empastados	100,00

Impresiones	100,00
Alimentación	200,00
Material bibliográfico	20,00
Recursos Empresarial o Institucional	
Información GADS	0,00
Aporte empresarial	0,00
Subtotal	950,00
Imprevistos 5%	47,50
Total	997,50

Fuente: Datos obtenidos con referencia al gasto estimado

Elaboración: Llivicura Jandry

9 BIBLIOGRAFIA

- Acosta Cervantes , J. (2017). Importancia de la excelencia en el servicio al cliente para el sector turistico. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Agencia Chilena de Eficiencia Energetica. (28 de Julio de 2014). *Manual de gestor en eficiencia energetica*. Obtenido de [saludsindanio.org: https://saludsindanio.org/sites/default/files/documents-files/2782/manual-hospitalario-chile.pdf](https://saludsindanio.org/sites/default/files/documents-files/2782/manual-hospitalario-chile.pdf)
- Aiteco. (28 de Octubre de 2018). *El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio*. Recuperado el 28 de Octubre de 2018, de Aiteco: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- AME. (20 de Mayo de 2010). *Asociacion de Municipalidades Ecuatorianas*. Obtenido de [Ame.gog.ec](http://ame.gob.ec): <http://ame.gob.ec/ec/2010/05/20/canton-loja/>
- Anfitriones Turismo. (10 de Junio de 2016). *Buenas Ppracticass para la atencion al cliente Hoteles*. Obtenido de [anfitrionesturismo: http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_HOTELES_may09.pdf](http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_HOTELES_may09.pdf)
- AQUINO SALINAS, A. (10 de Agosto de 2012). *UNIVERSIDAD ESTATAL*. Obtenido de UPSE: <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/674/1/TESIS%20ALEX%20PLAN%20ESTRATEGICO%20PARA%20EL%20HOTEL-SUITES%20COSTA%20DE%20OR.pdf>
- Arq. Charles Jean Camara, D. A. (2014). Metodologia para la identificacion, clasificacion,y evaluacion de recursos territoriales Turisticos . *SCIELO*.
- Arribas Lopez, S. (15 de Septiembre de 2014). *Influencia de las certificaciones de calidad en la satisfaccion del cliente hotelero*. Obtenido de Universidad Politecnica de Cartagena:

<http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4143/tfm431.pdf?sequence=1>

Bernal, D. M. (2012). *La Planificación: conceptos Básicos, principios, componentes, características y desarrollo del Proceso*. Los Teques .

Bloggers. (29 de Mayo de 2011). *Abc calidad*. Obtenido de SERVQUAL, el modelo de medición de la satisfacción de clientes.: <https://abc-calidad.blogspot.com/2011/05/servqual.html>

Camara Provincial de Turismo de Loja. (20 de Octubre de 2018). *Scribd*. Obtenido de Estatuto Camara Provincial de Loja: <https://es.scribd.com/document/136493035/Estatuto-Camara-Provincial-de-Turismo-de-Loja>

Cañadas , G., & Batanero , C. (2011). *Educacion Matematica*. *Scielo*, 1.

Caprini. (2011). *Sector Hotelero*. Obtenido de Definicionyque.es: <https://definicionyque.es/hospedaje/>

Carolis, J. (2009). *Gestion Empresarial*.

Carrasco Rubilar , B., & Flores Valenzuela, C. (13 de Enero de 2015). *Red de Bibliotecas - Chile*. Obtenido de Universidad del Bio- Bio: <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1519/1/Carrasco%20Rubilar%2C%20Benjamin%20Antonio.pdf>

Casas , A. (31 de Agosto de 2003). *La encuesta como tecnica de investigacion. Aten Primaria*, 1. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

Castellucci , D. (2010). *Turismo, Desarrollo y Calidad: hacia un servicio sostenible* . *Turismo y desarrollo económico y sociocultural*, 11-12.

Castellucci, D. (2009). La Calidad y los servicios en los destinos turísticos Maduros 2009. *Aportes y Transferencias*, 2-3. Obtenido de http://ocw.bib.upct.es/pluginfile.php/11578/mod_resource/content/1/Tema%2016.%20Gesti%C3%B3n%20de%20calidad.pdf

Dirección de Modernización y Calidad de los Servicios Municipales . (29 de Abril de 2014). *Castello*. Obtenido de sistemas de calidad de la gestion: http://www.castello.es/web20/archivos/menu0/10/adjuntos/MANUAL%20DE%20EVALUACION%20DE%20LA%20SATISFACCION%20DEL%20CIUDADANO%20vs8%20CARLOS_20140429060943.pdf

Dumorne, K. (17 de Enero de 2012). *Planificacion Estrategica*. Obtenido de Eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/1348.pdf>

Duque, O., & Jair, E. (15 de Enero-Junio de 2005). *Revistas de Ciencias Administrativas y Sociales*, 67-68. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/818/81802505/>

EcuRed. (8 de Febrero de 2019). Reglamento Interno. *Que debe contener un Reglamento Interno*, pág. Febrero. Obtenido de https://www.ecured.cu/Reglamento_Interno

El Comercio. (10 de Octubre de 2017). *El 72% de los ejecutivos elige el hotel segun la calidad del wi-fi*. Obtenido de elcomercio.pe/economia/mundo/72-viajeros-elige-hotel-calidad-wi-fi-noticia-465599

El sector hotelero. (01 de julio de 2019). *Establecimientos hoteleros*. Obtenido de Encuesta de ocupacion hotelera: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf?sequence=5>

Espinosa , R. (29 de Julio de 2013). *La matriz de analisis foda*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Espinosa , R. (2013). Matriz de Analisis. *Estrategia, Marketing*, 50-51. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Fasciculo_Loja, C. L. (18 de Enero de 2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Loja/Fasciculo_Loja.pdf

Fernandez, Y. (2013). *Creacion del primer Plan Estrategico de Desarrollo Turístico del Cantón Catamayo, Provincia de Loja*. Catamayo .

FUTURISMO. (11 de Febrero de 2019). *La Tecnología se impone en el sector hotelero para mejorar sus departamentos y su gestion* . Obtenido de futurismocanarias.com: <https://futurismocanarias.com/la-tecnologia-se-impone-en-el-sector-hotelero-para-mejorar-los-departamentos-y-su-gestion>

Garcia. (07 de Noviembre de 2005). *La Motivacion y la Satisfaccion*. Obtenido de catarina.udlap: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_b/capitulo_2.pdf

Garcia, A., & Lavalle , N. (17 de Octubre de 2013). *Universidad Nacional de la Plata*. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar:> <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02-ALGUNAS+CONSIDERACIONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR;jsessionid=80A6DE785373AAB685001E2680365525?sequence=1>

Gonzales Moreno, m., Del Rio Gomez, C., & Dominguez Martinez , J. (2011). Los servicios: concepto, clasificacion y problemas de medicion. *Fundacion Fies - Universidad de Alcala*, 3. Obtenido de

file:///C:/Users/Katherine/Downloads/Dialnet-
LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365.pdf

Hartmann, R. (30 de Octubre de 2018). *Conceptos basicos en la Actividad Turistica*. Obtenido de Conceptos basicos de la actividad turistica:
http://www.academia.edu/7033835/Conceptos_basicos_en_la_Actividad_turistica

Hotelsdot. (2018). *Características de un hotel* . Obtenido de Hotelsdot:
<https://www.hotelsdot.com/es/blog/las-10-caracteristicas-de-un-hotel-boutique>

Introduccional Turismo. (6 de Agosto de 2013). *Turismo Conceptos y Definiciones*. Obtenido de Repositorio/MGTS:
<http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-01/SEMANA3/IntroduccionalTurismo,pag45-55.pdf>

Lastra, P. (2012). Analisis Matriz Foda. *Academia.edu*, 7-8.

Lopez Parra, M. (4 de Abril de 2018). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Obtenido de
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Lopez Rodriguez, L. F. (5 de Julio de 2013). *Universidad Rafael Landívar*. Obtenido de biblio3.url.edu:
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Lopez-Luis.pdf>

Loyla, U. (12 de Mayo de 2015). *Flora y Fauna de Loja*. Obtenido de Blooger:
<http://flora-fauna-loja.blogspot.com/>

Magaña Herrera , P. (21 de Agosto de 2006). *Normalizacion y Normas ISO*. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de Comunidad Emagister:

https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_38542_Microsoft_Word_-_38541.pdf

Manual de aplicacion del reglamento de alojamiento turistico . (5 de Enero de 2016). *Ministerio de Turismo (EC)*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/MANUAL-DE-APLICACION-DEL-REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TUR%C3%8DSTICO.pdf>

Matsumoto Nishizawua, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa. *PERSPECTIVAS (Redalyc)*, 6-7. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>

Mininterior. (4 de Mayo de 2017). *AS_14659169801.pdf*. Obtenido de GUÍA DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL: https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/AS_14659169801.pdf

Ministerio de Relaciones Laborales. (26 de Septiembre de 2012). *Codigo de Trabajo*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

MINTUR. (2017). *Plan estratégico de desarrollo de turismo*.

Morillo Moreno, & Coromoto, M. (2007). Analisis de Calidad del servicio hotelero. *Vision Gerencial*, 269-270.

Municipio de Loja. (20 de Octubre de 2018). *Permiso Anual de Funcionamiento*. Obtenido de <http://www.loja.gob.ec/contenido/permiso-anual-de-funcionamiento>

Muñoz Benavides. (2 de Agosto de 2017). *Pontificia Universidad Catolica del Ecuador*. Obtenido de repositorio.pucese.edu.ec:

<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Navarro , D. (2015). Cuadernos de Turismo. *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*, 4. Obtenido de Universidad de Murcia España.

Organizacion Mundial del Turismo . (26 de Enero de 2019). *Marco Teorico* . Obtenido de catarina.udlap: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/medina_v_bs/capitulo2.pdf

Organizacion Mundial del Turismo. (12 de Agosto de 2012). *CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE HOTELES SEGÚN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO*. Obtenido de Tendencias sobre Hoteleria y Turismo: <https://leirelarraiza.com/calidad/clasificacion-de-hoteles/>

Organizacion Mundial del Turismo. (27 de Junio de 2016). *La gestión de la calidad, esencial para la competitividad de los destinos turísticos*. Obtenido de OMT: <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-07-01/la-gestion-de-la-calidad-esencial-para-la-competitividad-de-los-destinos-tu>

Pacheco Nagua, V. (31 de Julio de 2012). *Diagnostico Situacional Turistico de la Parroquia Urbana Suc.pdf*. Obtenido de https://www.google.ca/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiNsNaA36_eAhVQoFMKHZ1MCAgQFjAJegQICBAC&url=http%3A%2F%2Fspace.unl.edu.ec%2Fjspui%2Fbitstream%2F123456789%2F908%2F1%2FDiagnostico%2520Situacional%2520Turistico%2520d

Paloma Blanco, V. V. (2015). INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS COMO BASE PARA LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL. *Cuadrenos de Turismo* , 42.

PDYOT del cantón Catamayo. (2014-2019). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160023370001_PD%20y%20OT%202014%20-%202019_31-10-2015_14-01-33.pdf

PDYOT Parroquia El Tambo . (s.f.). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160023880001_PDyOTEI%20Tambo_30_10_2015_30-10-2015_22-53-02.pdf

Perfil Territorial LOJA. (1 de Noviembre de 2013). *Perfil Territorial LOJA.* Obtenido de [Repositorio.cedia.org.ec: http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/851/1/Perfil%20territorial%20LOJA.pdf](http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/851/1/Perfil%20territorial%20LOJA.pdf)

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (14 de Mayo de 2015). *Aplication / pdf.* Recuperado el 23 de Julio de 23, de Municipio de Loja: <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

Planificacion, C. N. (2017). *Constitucion de la Republica.* Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Reglamento de alojamiento turistico. (24 de Marzo de 2015). *Ministerio de Turismo (EC).* Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

- Rengel Jara, E. (15 de Enero de 2015). *Plan de negocios para la expansion del restaurante Alivinatu en la parroquia Vilcabamba canton Loja*. Obtenido de [utpl.edu.ec:
http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11440/1/RENGEL%20JARA%20EDUARDO%20VICENTE.pdf?fbclid=IwAR3U9JZulkPesQJ5uBEg-KkLUIXCVMWaA4JsSvAHUL3p3r027YPfSNrD4Qs](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11440/1/RENGEL%20JARA%20EDUARDO%20VICENTE.pdf?fbclid=IwAR3U9JZulkPesQJ5uBEg-KkLUIXCVMWaA4JsSvAHUL3p3r027YPfSNrD4Qs)
- Revista Certificacion y Negocios. (15 de enero de 2013). Planificación Estratégica y Gestión de Calidad. *Revista Certificacion y Negocios*, 1. Obtenido de <https://www.revistacertificacion.cl/planificacion-estrategica-y-gestion-de-calidad/>
- Revista Certificación y Negocios. (15 de enero de 2013). *Planificación Estratégica y Sistemas de Calidad*. Obtenido de [Revistacertificación.com:
https://www.revistacertificacion.cl/planificacion-estrategica-y-gestion-de-calidad/](https://www.revistacertificacion.cl/planificacion-estrategica-y-gestion-de-calidad/)
- Rivera Martinez, J. L. (20 de Noviembre de 2016). *La capacitacion como herramineta efectiva*. Obtenido de [cyta.com.ar:
http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm](http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm)
- Rodriguez, M. (30 de Octubre de 2018). *Eumed.net*. Obtenido de [La Actividad Turística y El Producto Turístico:
http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html)
- Sanisaca Perez, C. (Mayo de 2012). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1721/1/tur77.pdf>
- Santonama, R. (2010). Obtenido de <http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf>
- Santonama, R. (25 de Enero de 2010). *Calidad del servicio en la industria hotelera*. Obtenido de [esade.edu:
http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf](http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Servicios de hoteles. (2015). Obtenido de <http://www.ejemplosde.net/negocios/976-servicios-de-hoteles/>

Sistemas y Calidad Total. (24 de Mayo de 2011). *Sistemas y calidad total*. Obtenido de Tecnología de Información y Sistemas de Gestión de Calidad: <http://www.sistemasycalidadtotal.com/tag/definicion-de-sistema-de-gestion-de-calidad/>

Sousa, A. (2005). http://nulan.mdp.edu.ar/1330/1/castellucci_di.pdf.

Tamayo Garza, J., & Vega Cadena, U. (2017). El servicio al cliente como elemento fundamental en la industria hotelera. *Revista Turydes*, 2. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/23/cliente-industria-hotelera.html>

Totem Blok. (14 de Febrero de 2009). Obtenido de Camaras de seguridad en hoteles : <http://totem.com.ec/blog/camaras-de-seguridad-en-hoteles/>

UNSTA. (2015). [unsta.edu.ar](http://www.unsta.edu.ar). Obtenido de <http://www.unsta.edu.ar/wp-content/uploads/2013/05/Que-Es-Planificar.pdf>

Vargas Hernández, J., Guadalupe Zazueta, M., & Guerra García, F. (29 de Abril de 2010). La calidad en el servicio en una empresa local. *revista EAN*, 3. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n68/n68a03.pdf>

Vargas Hernandez, J., Zazueta , M., & Guerra Garcia, F. (2010). La Calidad en el servicio de una empresa loca. *Revista EAN*, 26.

Villasante, W. M. (2018). *Asesores en Turismo para empresas e instituciones publicas.* Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/acerca-de/>

ANEXO Nº 2

LEY DE TURISMO

LEY DE TURISMO PARA HOTELES DE CUATRO ESTRELLAS

Para la realización de la investigación fue necesario revisar varios reglamentos y cuerpos legales entre los que se pueden mencionar las siguientes:

Reglamento de alojamiento turístico (2015) afirma que “mediante Acuerdo Ministerial No. 024-A publicado en Registro Oficial No. 465 de fecha 24 de marzo de 2015, se expide, el mismo que regula la actividad turística de alojamiento a nivel nacional” p.6).

Que, es necesario expedir un Manual de Aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico, el mismo que facilitará el entendimiento y la aplicación del mencionado reglamento para que el servicio prestado responda a estándares técnicos y de calidad. (Manual de aplicación del reglamento de alojamiento turístico , 2016, p.1-3)

Según el Manual de aplicación del reglamento de alojamiento turístico (2016) afirma. Se toma en cuenta las generalidades de la actividad de alojamiento turístico y las particularidades de cada clasificación y categoría. Es así que se toma en cuenta los siguientes artículos: (p.2)

Art. 1 El objeto del presente Reglamento es regular la actividad turística de alojamiento. Y este será aplicado a nivel nacional.

La Ley de Turismo establece como actividad turística al servicio de alojamiento.

Art. 3 Definiciones para la aplicación del presente Reglamento se deberá tomar en cuenta los siguientes términos y definiciones:

- Catastro de alojamiento: Es el registro administrativo de los establecimientos de alojamiento registrados ante la Autoridad Competente el cual mantiene datos de su identificación, número de registro, clasificación, categorización y los demás que determine la Autoridad Nacional de Turismo.
- Requisitos obligatorios: Son los requisitos mínimos que deben cumplir de forma obligatoria los establecimientos de alojamiento turístico a nivel nacional, sea cual fuere su clasificación o categoría.
- Requisitos de categorización: Son los requisitos diferenciadores que permiten distinguir las categorías establecidas en el presente Reglamento. Estos requisitos son de cumplimiento obligatorio para obtener una categoría de alojamiento y/o mantenerla.
- Servicios complementarios: Son los servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de hospedaje que brinda el establecimiento de alojamiento turístico, pueden ser gratuitos u onerosos y se describirán en el presente Reglamento, tales como restaurantes, bares, gimnasio, servicios de lavado y planchado, entre otros.

Art. 4 Ejercicio de la actividad

Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley.

Art. 11 Del procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento. Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- a) Pago del impuesto predial.

- b)** Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- c)** Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- d)** Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

Art. 43 del Reglamento a la Ley de Turismo determina que:

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

Según las normas establecidas por el ente regulador en la prestación de servicios que es el MINTUR, nos hace énfasis a que una empresa que presta servicios debe registrarse a la clasificación y categorización dependiendo de la calificación recibida, para ello existen normas y artículos que se debe cumplir para que la empresa pueda aprobar dentro de la categoría y pueda brindar sus servicios dentro de una localidad.

ANEXO N. ° 3

MATRIZ DE DIAGNOSTICO APLICADA AL HOTEL BOMBUSCARO

- FICHA DE DIAGNOSTICO

Tabla 24 Matriz de diagnostico

Datos generales de la empresa		
Información del establecimiento	Cantón	
	Ciudad	
	Parroquia	
	Dirección	
	Teléfonos	
	Correo	
	Página web	
	Redes sociales	
	Plataformas web	
Responsable del establecimiento	Nombres	
	Nro. de cedula	
	Ruc	
	Cargo	
	Profesión	
	Email	
	Teléfono	
	Celular	
Elementos del establecimiento	Fecha de creación	
	Miembros o accionistas de la empresa	
	Tipo de empresa	
	Razón social	
	Nro. de empleados	
	Misión	
	Visión	
	Infraestructura	
	Nro. de pisos	
Servicios turísticos	Categoría	
	Nro. de plazas	
	Convenios públicos	
	Convenios privados	
	Certificaciones	
	Departamentos	

Fuente: Información de la empresa

Elaboración: Llivicura Jandry

• **TABLA NRO. 2 REGLAMENTO DE LA EMPRESA TURISTICA**

Tabla 25 Matriz de diagnostico

VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		PERÍODO DE DURACIÓN		OBSERVACIÓN
			SI	NO	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE VENCIMIENTO	
PERMISOS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL HOTEL							
RUC	Registro Único de Contribuyente para empresas.	Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI)					
Factura	Documento que se entrega por la compra y la venta de un producto o servicio.	Pago de IVA 12%					
		Pago de servicios 10%					
MUNICIPIO							
Permiso de funcionamiento.	Presentar los permisos solicitados y pagos al día de las obligaciones de la empresa con el municipio						
VARIABLE	DEFINICION	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		PERIODO DE DURACION		OBSERVACION
			SI	NO	FECHA DE EMISION	FECHA DE VENCIMIENTO	

Patente	Contribución impuesta y cobrada por el municipio sobre el volumen de negocios (ingreso bruto) a toda empresa dedicada a la prestación de cualquier servicio, industria o negocio.	El pago de un valor en dólares cada 12 meses sobre el ingreso bruto del establecimiento y el valor es establecido por el municipio.					
Rotulo Publicidad y	Se cancela un valor anual por la publicidad que brinda la empresa como es su nombre fuera del establecimiento y en vallas.	GAD Numero de Ruc					

Ministerio de salud	Examen clínico de aptitud laboral, obligatoria, para que todo ciudadano/a ejerza su actividad laboral.	Certificado otorgado por la dirección provincial de salud.					RUC Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal de establecimiento Documentos que acrediten la personería natural o jurídica Croquis de la ubicación del establecimiento Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos Copias de los certificados ocupacionales del personal que labora en el establecimiento
Permiso del cuerpo bomberos	Sirven para dar fe que las instalaciones cumplen con todos los requisitos legales y reglamentarios orientados hacia la prevención de incendios.	Salidas de emergencia Extintores Pago anual de permiso de funcionamiento.					

		(Números de emergencia).					
		Luces de emergencia					
		Sensores de humo					
		Alarmas en caso de incendio o sismos					
Registro generador de desechos sanitarios	Manejo adecuado de tipos de residuos.	Basureros para residuos orgánicos.					
		Basureros para residuos inorgánicos.					
AGENCIA REGULADORA DE HIDROCARBUROS							
VARIABLE	DEFINICION	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		PERIODO DE DURACION		OBSERVACIÓN
			SI	NO	FECHA DE EMISION	FECHA DE VENCIMIENTO	
Permiso de cuantías domesticas	Transporte de combustible	Manejo y control regulado por la ARCH y el Min. del Ambiente					
		Permiso de transporte de combustible					
		Cantidad y periodo					
GESTIÓN DE RIEGOS							
VARIABLE	DEFINICION	INDICADORES	CUMPLIMIENTO	PERIODO DE DURACION	OBSERVACIÓN		

			SI	NO	FECHA DE EMISION	FECHA DE VENCIMIENTO	
Gestión de riesgos	Estructura estratégica y operativa que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas.	Botiquín de primeros auxilios.					
		Megáfono.					
		Lámparas de emergencia o linternas.					
		Vías de evacuación señalizadas.					
		Puertas de emergencia funcionales.					
		Señalética.					
		Sistema de alarma					
		Zonas de seguridad					
		Identificación de amenazas (sismo, inundaciones, deslizamientos, laderas inestables, hundimientos, incendios).					
Riesgo social (robo, pandillas, expendio de drogas).							
GOBERNACIÓN – INTENDECIA							
Controles rutinarios por parte de la	Según acuerdo ministerial 887 considera que los permisos de funcionamiento	Registro del establecimiento en la página de Ministerio del Interior.					
		Permiso de uso de suelo					

intendencia de policía	locales y establecimientos dentro de su categorización	Declaración juramentada de los fondos y activos utilizados que no proviene de actividades ilícitas.					
CONADIS							
VARIABLE	DEFINICION	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		PERIODO DE DURACION		OBSERVACION
			SI	NO	FECHA DE EMISION	FECHA DE VENCIMIENTO	
Accesibilidad	Grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física de sus facultades cognitivas, puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura.	Rampas para silla de ruedas.					
		Sistema braille.					
		Baños adecuados.					
Personal capacitado	Capacitación, o desarrollo de personal, es toda	Porcentaje de personal capacitado.					

	actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.						
MINISTERIO DEL AMBIENTE							
VARIABLE	DEFINICION	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		PERIODO DE DURACION		OBSERVACIÓN
			SI	NO	FECHA DE EMISION	FECHA DE VENCIMIENTO	
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.	Empresa eco eficiente.					
		Gestión de desechos.					
		Gestión de papel.					
		Consumo de agua.					
		Energía y transporte.					
		Gestión de compras responsables.					

ARCSA							
VARIABLE	DEFINICION	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		PERIODO DE DURACION		OBSERVACION
			SI	NO	FECHA DE EMISION	FECHA DE VENCIMIENTO	
Regulación y control sanitario del establecimiento	Inspección de las diferentes áreas de la empresa en cuanto a la limpieza e higiene de habitaciones, baños, cocina etc.	Higiene de habitaciones					
		Higiene baños					
		Manipulación de alimentos y bebidas.					
		Higiene área de cocina (revisión e inspección de material utilizado para la preparación de alimentos).					
MINISTERIO DEL TRABAJO							
Contribuciones y obligaciones con los trabajadores de la empresa	Obligaciones del patrono con los trabajadores	<p>Art. 97 y 105 pagar el 15 % de utilidades a empleados hasta el 15 de abril de cada año.</p> <p>Art. 42 uniformes para el personal, se debe suministrar uniformes anualmente para el personal de la empresa.</p> <p>Art. 83,86, 87 y 96 remuneración a empleados.</p> <p>Pagar el último día del mes remuneraciones a empleados.</p> <p>Art. 42 aportes seguro sociales empleados. Hasta el 15 de cada mes repartir 10 % de servicio y presentar la planilla de pago del mismo.</p> <p>Art. 113 décimo cuarta remuneración bonificación anual</p>					

		equivalente a una remuneración básica. Hasta el 15 de agosto.					
		Art. 111 Décimo tercera remuneración o bono navideño pagar décimo tercer sueldo hasta el 24 de diciembre de cada año.					
		Pago del 10 %					
		Uniforme anual para el personal					
		Décimo tercera y décimo cuarta remuneración					
		Personal asegurado al IESS					
		Remuneración puntual a los empleados					
		Pago del 15 % de utilidades a empleados anualmente					

Fuente: Información de la empresa
Elaboración: Llivicura Jandry

Tabla 26 Reglamento de establecimientos turísticos

REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS							
VARIABLE	DEFINICION	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		EMISION		OBSERVACIONES
			CUMPLE	NO CUMPLE	FECHA DE EMISION	FECHA FINAL	
Amenies	Cortesía al huésped, en las habitaciones de los	Artículos de limpieza y cuidado personal					

	establecimientos de alojamiento turístico.						
Área de uso común	Es la superficie construida de un establecimiento de alojamiento turístico que provee de servicios generales al inmueble	Mezanine					
		Sala					
		Recibidor					
Botiquín de primeros auxilios	Lugar o compartimiento que contiene suministros médicos básicos	Vendas, gasas, estériles, esparadrapo, algodón, termómetro, tijeras, pinzas, toallitas, guantes, paracetamol, ibuprofeno.					
Catastro	Es el registro administrativo de los establecimientos de alojamiento registrados ante la Autoridad	Datos de identificación					
		Nro. de registro					
		Clasificación, categorización					
Cuarto de baño y aseo privado	Para los huéspedes de una determinada habitación	Habitaciones con baño privado					
Tipos de camas	Camas con las que debe contar un hotel para	Cama de una plaza: Cama cuya dimensión es de al menos 80x190 cm					

	brindar sus servicios	<p>Cama de dos plazas (full): Cama cuya dimensión es de al menos 135x190 cm.</p> <p>Cama de una plaza y media (twin): Cama cuya dimensión es de al menos 105x190 cm. Las dimensiones de este tipo de cama deberán ser consideradas para camas adicionales.</p> <p>Cama de dos plazas y media (queen): Cama cuya dimensión es de al menos 156x200 cm.</p>					
Tipos de Habitación	Tipos de habitación que puede ofrecer un hotel según las preferencias de los clientes	<p>Habitación individual o habitación Simple: Habitación estándar destinada a la pernoctación.</p>					
		<p>Habitación doble: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento.</p>					
		<p>Habitación triple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de tres personas.</p>					
		<p>Habitación cuádruple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento</p>					

		turístico de cuatro personas.					
		Habitación junior suite: Habitación destinada al alojamiento turístico compuesto por un ambiente adicional.					
		Habitación suite: Unidad habitacional destinada al alojamiento turístico compuesta de una o más áreas.					
PARA EL PROCEDIMIENTO DE REGISTRO, INSPECCIÓN E IDENTIFICACIÓN							
Requisitos	Para la inspección la empresa debe contar con los siguientes documentos, pagos y requerimientos	Letrero visible en la parte exterior					
		Registro mercantil					
		Nombramiento del representante legal					
		RUC					
		Cedula de identidad					
		Inventario de activos fijos					
		Pago del uno por mil					
Requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento							
Procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento	Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento	Pago del impuesto predial.					

	según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped.	Activos de la empresa					
		Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento					
Fuente: Instalaciones del Hotel Bombuscaro Elaboración: Llivicura Jandry							

Fuente: Información del hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Tabla 27 Reglamentos de servicios turísticos

REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA INSTALACIONES GENERALES		Cumple	No cumple
Servicio de estacionamiento temporal para vehículo (embarque y desembarque de pasajeros), frente al establecimiento.			
Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. En caso de contar con el requisito mínimo de habitaciones, deberá haber 3 espacios fijos de estacionamiento.			
Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento.		
	Para servicios comunales básicos: ascensores, salidas de emergencia, pasillos, áreas comunes.		
	Sistema de iluminación de emergencia.		
Agua caliente en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	Con sistema de válvula de presión.		
	Las 24 horas.		
	Centralizada.		

Cambiador de pañales de bebé en cuartos de baño y aseo ubicados en áreas comunes.			
Contar con (por lo menos) los siguientes servicios:			
1) Piscina.			
2) Hidromasaje.			
3) Baño turco			
4) Sauna.			
5) Gimnasio.			
6) SPA.			
7) Servicio de peluquería.			
8) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc.; se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales.			
9) Áreas deportivas.			
10) Exposición de colección de arte permanente o temporal.			
11) Salones para eventos.			
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial.			
Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:	Cuartos de baño y aseo		
	Duchas		
	Vestidores		
	Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)		
	Área de comedor		
	Área administrative		
Una entrada principal de clientes al área de recepción y otra de servicio.			
Ascensor(es) para uso de huéspedes.	Si el establecimiento posee dos o más pisos, incluyendo planta baja.		

No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.	Si el establecimiento posee tres o más pisos, incluyendo planta baja.		
Ascensor de servicio. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.	Si el establecimiento posee dos o más pisos, incluyendo planta baja.		
Centro de negocios con servicio de internet.	16 horas		
	12 horas		
Área de vestíbulo	Incluye recepción (con mobiliario), conserjería y salas.		
	Y recepción (con mobiliario)		
La recepción deberá contar con las facilidades necesarias para prestar atención a personas con discapacidad.			
Restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento.	Y cafetería		
	Que incluya servicio de cafetería		
	Y/o cafetería		
	Con carta en español e inglés		
Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped.			
Bar en zona diferenciada del área del restaurante y con instalaciones propias, dentro del establecimiento.			
Servicio de bar dentro del establecimiento.			
Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.			
Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado.			
Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.			
Habitaciones insonorizadas.			
Internet en todas las habitaciones			
Caja de seguridad en habitación.			

Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.			
Cerradura para puerta de acceso a la habitación.			
Almohada extra a petición del huésped.			
Frigobar.			
Portamaletas.			
Clóset y/o armario.			
Escritorio y/o mesa.			
Silla, sillón o sofá.			
Funda de lavandería.			
Luz de velador o cabecera por plaza.			
Cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			
Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			
Televisión ubicada en mueble o soporte	Con acceso a canales nacionales e internacionales, con televisión por cable o televisión satelital.		
	Con acceso a canales nacionales.		
Teléfono en habitación			
Teléfono en cuarto de baño y aseo.			
Sistema de comunicación.			
Servicio telefónico	Discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación.		
	Con atención en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.		
	Las 24 horas.		
	Servicio nacional e internacional desde la recepción con transferencia de llamadas al teléfono en cada habitación.		
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado.	Agua caliente.		
	Centralizada		
	Las 24 horas.		
	Con sistema de válvula de presión.		
Iluminación independiente sobre el lavamanos.			
Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.			
Espejo sobre el lavamanos.			

Espejo flexible de aumento.			
Secador de cabello.			
Juego de toallas por huésped	Cuerpo		
	Manos		
	Cara		
Toalla de piso para salida de tina y/o ducha.			
Amenities de limpieza	Champú		
	Jabón		
	Papel higiénico de repuesto		
	Vaso		
	Acondicionador		
	Enjuague bucal		
Amenities de cuidado personal	Crema		
	Pañuelos desechables		
	Algodón		
	Cotonetes		
	Toallas desmaquillantes		
Amenities adicionales	Gorro de baño		
	Peinilla		
	Lustrador de zapatos		
	Kit dental		
	Costurero		
Bata de baño.			
Zapatillas disponibles en la habitación.			
Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.			
Servicio de lavandería propio o contratado.			
Servicio de limpieza en seco propio o contratado.			
Servicio de planchado	Propio o contratado.		
	Plancha a disposición del huésped.		
	Servicio propio o contratado y/o plancha a disposición del huésped.		
	24 horas		
	16 horas		

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

Elaborado por: Llivicura Jandry

Validado por: Ing. María Fernanda Narváez

Fecha de Elaboración: 5 de nov. De 2018

Figura 35 Matriz aprobada y llenada con la participación de la Eco. Jenny A. Administradora.

Servicio de alimentos y bebidas a la habitación	24 horas		
	16 horas		
	12 horas		
Contar (al menos) con personal profesional en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés administrativas del establecimiento.			
Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.			
Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, consejería o guardiania las 24 horas.			
Servicio de botones, con atención en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.	24 horas		
	16 horas		
Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con:			
Los nuevos establecimientos, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.			
Servicio médico para emergencias propio o contratado.			
Valet parking			
Servicio de transfer, propio o contratado (puerto o aeropuerto - establecimiento y viceversa).			
Cuenta con formas de pago que incluya tarjeta de crédito y/o débito, voucher.			
Circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días.			
Silla de ruedas disponible para uso del huésped.	Cama extra		
	Cama		
Servicio adicional a petición del huésped.	Silla de bebé		


 Jenny A. Administradora
 HOTEL BOMBUSCARO

Fuente: información del Hotel Bombuscaro
 Elaboración: Llivicura Jandry

ANEXO N.º 4 ENTREVISTAS

Entrevista realizada al Sr. Leónidas Alberto Tello Cano dueño del Hotel Bombuscaro

La presente entrevista tiene como objetivo recolectar información adicional que no se encuentra incluida dentro de la matriz y que pueden ser de gran importancia para poder obtener la información requerida para poder conocer más a fondo las diferentes falencias y fortalezas de la empresa.

1. ¿Está usted de acuerdo que se realice un análisis de calidad dentro de su empresa?

Supo manifestar que está de acuerdo ya que de esta manera se puede tomar mejoras en la empresa, porque se puede conocer y analizar más a fondo las fallas que tiene el hotel y poder tomar medidas correctivas para mejorar la calidad tanto del servicio como del producto.

2. ¿Cada que tiempo capacita a su personal?

Manifestó que para contratar el personal primeramente se asegura que tenga experiencia dentro de la rama en la que se desenvuelve, y que lo capacita de dos a tres veces por año según las necesidades del personal.

3. ¿Cómo incentiva a sus trabajadores para que brinden un mejor servicio?

Con pagos puntuales, haciéndoles entender que la empresa la forman ellos y que de ellos depende que podamos sobresalir, además nos manifestó que se les paga el porcentaje de servicio según su desenvolvimiento dentro de la empresa, si realiza un buen servicio se le da un mayor porcentaje por su aporte a la empresa.

4. ¿Qué cree que puede mejorar dentro de su empresa?

Supo, manifestar que se podría mejorar la calidad del servicio con capacitaciones más frecuentes y mejorando las instalaciones del hotel en las habitaciones y salones con los que cuenta.

5. ¿Cuenta con planes a corto o largo plazo para modernizar su hotel?

Nos comentó que se está renovando diferentes áreas del hotel de a poco y esto sería un avance a largo plazo porque se está realizando mejoras dentro de las habitaciones, salones de la empresa, pero se lo está realizando según el presupuesto con el que cuenta la empresa.

6. ¿Tiene algún acuerdo con otra empresa, para atraer más clientes?

Cuenta con convenios internacionales y nacionales como son el vecino país que es Perú tiene convenios con Geo destinos, además también manejan clientes corporativos que visitan mensualmente la ciudad y hacen uso de nuestro servicio de hospedaje.

7. ¿Pertenece a algún tipo de organización o asociación?

Actualmente se encuentra afiliado a la cámara de Turismo de Loja, esto brinda beneficios como son: manejar tarifas similares para que no exista competencia desleal, forma parte de las actividades que realiza la cámara de turismo como ferias gastronómicas, exposiciones, jornadas especiales donde la empresa participa y a la vez es beneficiada por los eventos que son otorgados además del hospedaje.

8. ¿Cuenta con un reglamento interno?

Nos supo manifestar que no cuenta con un reglamento interno para la misma y lo cual cree que si es conveniente crear una normativa interna para mejorar la capacidad del personal que labora en esta institución privada.

Entrevista realizada a los trabajadores del hotel

- Jesús Antonio Malla capitán de meseros.
- Ivonne Iñiguez recepcionista de la mañana.

9. ¿Los pagos para el personal son puntuales?

Manifestaron que los pagos no se dan puntualmente lo cual genera molestias dentro de la empresa.

10. ¿Cada que tiempo son capacitados en su área?

Comentaron que en este año han sido capacitados una sola vez, pero que ellos están predispuestos para poder mejorar la calidad del servicio dentro de la empresa.

11. ¿Considera que usted brinda un buen servicio a los clientes que visitan o se hospedan en este hotel?

Expresaron que ellos se encuentran preparados dentro de la rama turística y que están en la capacidad de resolver y brindar un buen servicio a quienes lo requieran.

ANEXO N. ° 5

EVIDENCIA FOTOGRAFICA

Figura 36 Entrevista Sr. Leónidas Tello Gerente del Hotel Bombuscaro



Fuente: Información del Sr. Leónidas Tello Gerente H.B

Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 37 Entrevista a la Recepcionista del Hotel Bombuscaro



Fuente: Recepcionista del Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 38 Entrevista al capitán de meseros del Hotel Bombuscaro



Fuente: Capitán de meseros
Elaboración: Llivicura Jandry

ANEXO N.º 6

ENCUESTA UTILIZANDO EL MODELO SERVQUAL

Figura 39 Modelo de la encuesta



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

Solicito a Usted, su colaboración, a fin de recolectar información para el análisis de calidad de Hotel Bombuscaro. La encuesta tiene como objetivo identificar las debilidades de la empresa tanto en el servicio como instalaciones, y para ello necesitamos nos ayude con la siguiente información que será manejada confidencialmente y la privacidad de la misma será completamente garantizada, sus respuestas no serán utilizadas con ningún propósito distinto.

Usted puede marcar alrededor de cualquiera de los números que mejor representen sus convicciones al respecto. No hay respuestas correctas o incorrectas; sólo nos interesa que nos indique un número que refleje con precisión la percepción que usted tiene de este hotel, teniendo en cuenta que el 1 implica el mínimo grado de satisfacción y 5 el máximo (maque con una X)

Datos generales		Escala de calificación
Genero		1. Totalmente en desacuerdo 2. Moderadamente en desacuerdo 3. Imparcial 4. Moderadamente de acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
Masculino ()	Femenino ()	
Edad		
Lugar de procedencia		
Ocupación		
Evaluación de la calidad del servicio del "HOTEL BOMBUSCARO" de la ciudad de Loja.		

		Calificación									
		Expectativa					Percepción				
Elemento Tangibles		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	El hotel Bombuscaro cuenta con mobiliario y equipo moderno.										
2	El personal del hotel cuenta con uniformes y buena presentación en su vestimenta e higiene.										
3	La imagen externa que proyecta el hotel es satisfactoria para usted.										
4	Los materiales asociados con el servicio son atractivos.										
5	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.										
Empatia		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6	El personal del hotel es factible y presta atención personalizada a sus requerimientos.										
7	El personal entiende con facilidad sus necesidades.										
8	El personal del hotel atiende sus requerimientos en horarios convenientes para usted.										
9	El personal del hotel entiende las necesidades específicas del cliente.										

Fuente: Clientes encuestados en el Hotel Bombuscaro
Elaboración: Livicura Jandry

Figura 40 Modelo de la encuesta



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

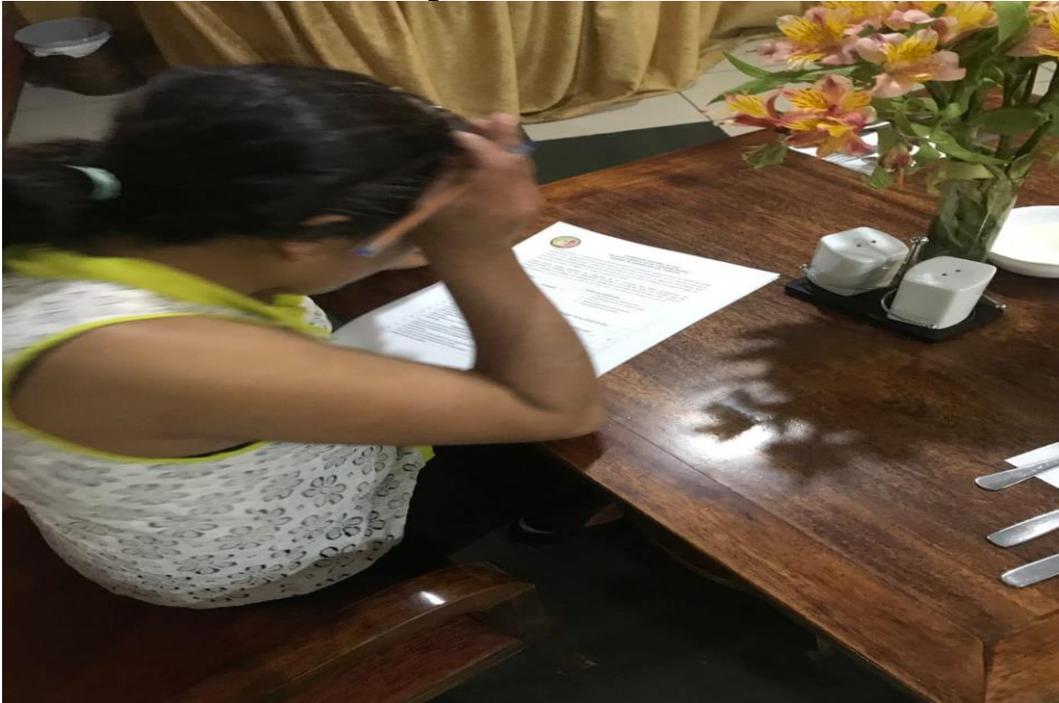
10	Cuando necesita ayuda o algo en particular, siente la confianza de acudir al personal del hotel que se haga cargo de su asunto.																			
	Fiabilidad	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
11	Al momento de tener un inconveniente el personal del hotel muestra interés por resolver el problema.																			
12	El servicio que presta es el correcto y rápido sin tener que solicitarlo nuevamente.																			
13	El personal del hotel demuestra estar capacitado para resolver sus necesidades o preguntas.																			
14	El hotel cumple con los servicios que oferta dentro de su publicidad y marketing.																			
15	El hotel brinda información de los servicios que oferta.																			
16	Los horarios de servicios de alimentación que brinda el hotel como desayunos, almuerzos, cenas van acorde a sus necesidades.																			
	Sensibilidad	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
17	Los servicios que presta el hotel son rápidos y eficaces.																			
18	El personal del hotel se encuentra predispuesto para atender sus necesidades o inconvenientes.																			
19	Se siente satisfecho al utilizar los servicios con los que cuenta el hotel.																			
20	Al momento de recibir un servicio el personal del hotel se encuentra dispuesto, con buen estado de ánimo para ayudarlo con sus necesidades.																			
21	Los distintos servicios con los que cuenta el hotel son brindados correctamente desde el ingreso por primera vez del huésped.																			
	Dimensión y Seguridad	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
22	Los empleados del hotel le inspiran confianza.																			
23	El personal del hotel responde a todas sus interrogantes.																			
24	Se siente seguro al hospedarse en el hotel.																			
25	Los empleados del hotel siempre son amables con usted, y la atención brindada es igualitaria para todos.																			

Gracias por su colaboración.

Fuente: Clientes encuestados en el Hotel Bombuscaro
Elaboración: Livicura Jandry

ANEXO N ° 7
REGISTRO FOTOGRAFICO

Figura 41 Cliente encuestado



Fuente: Huéspedes del hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 42 Encuestas aplicadas



Fuente: Huéspedes del hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 43 Cocina Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 44 Bodega de Restaurante Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 45 Bodega General Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Livicura Jandry

Figura 46 Caldero Industrial Hotel Bombuscaro



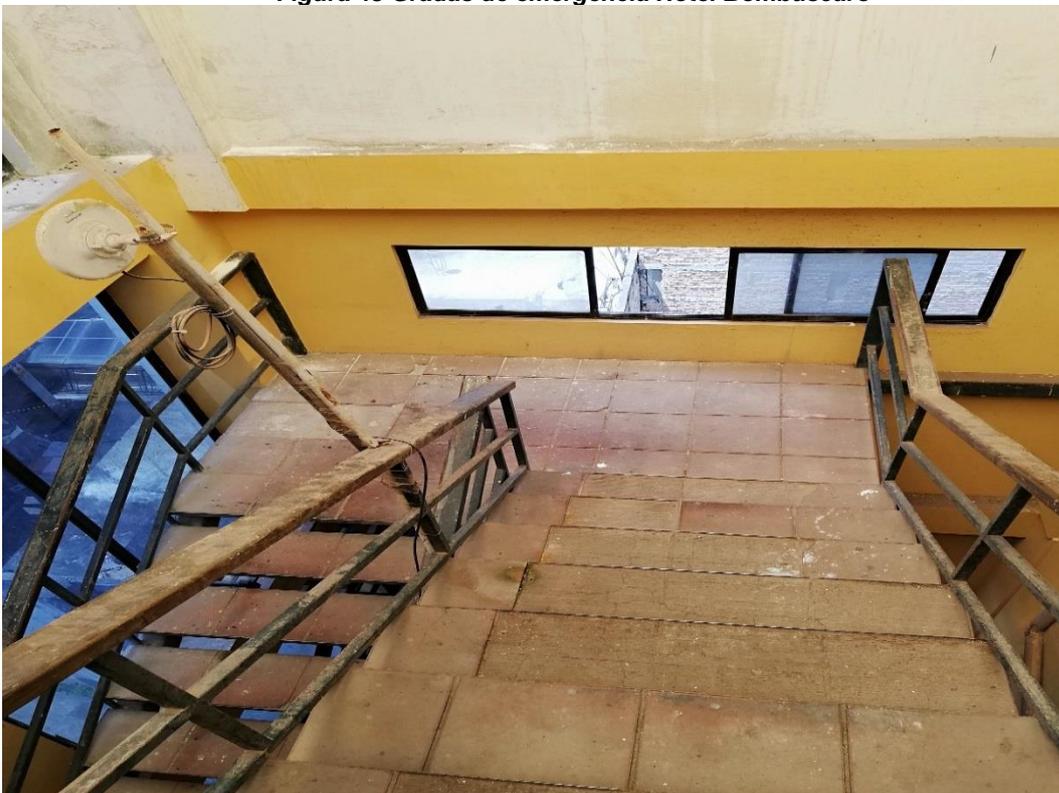
Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Livicura Jandry

Figura 47 Bomba de Diésel Caldero Industrial



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 48 Gradas de emergencia Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 49 *Gradas de Emergencia Hotel Bombuscaro*



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 50 *Ascensor Hotel Bombuscaro*



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 51 Elementos de emergencia y señalización



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 52 Señalización Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 53 Señalización Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 54 Salón de eventos El Colibrí



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 55 Salón de eventos El Refugio



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 56 Pasillos de las Habitaciones Hotel Bombuscaro



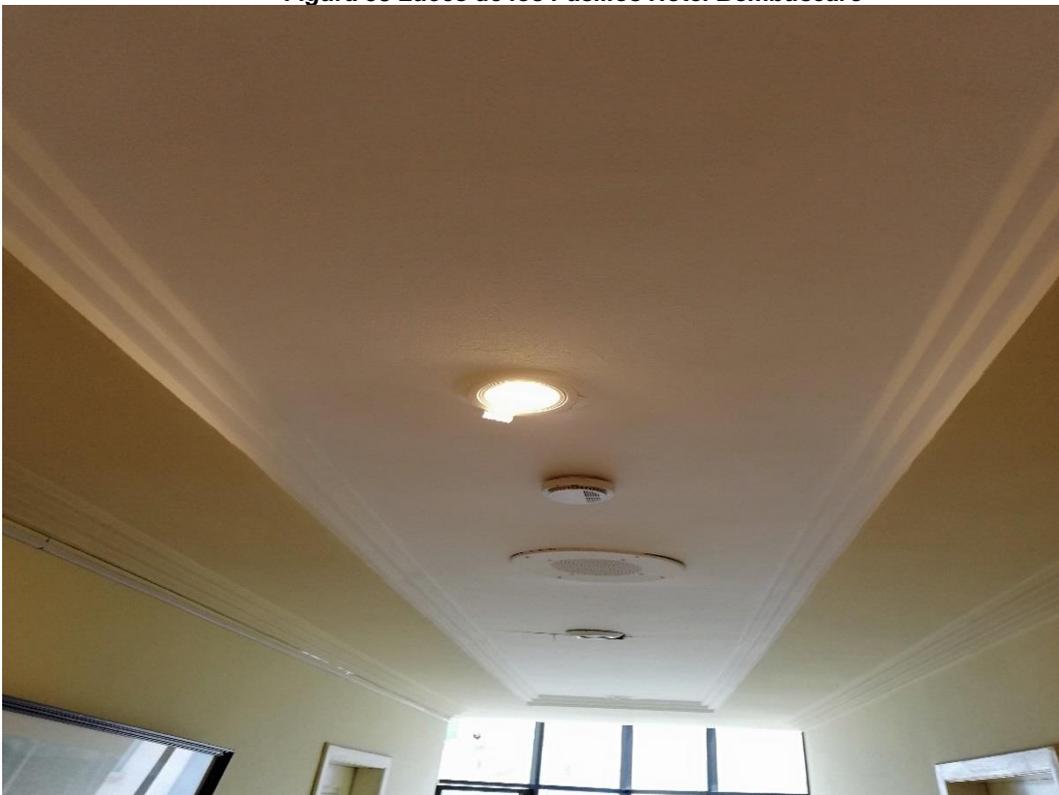
Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 57 *Gradas de los pasillos habitaciones Hotel Bombuscaro*



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 58 *Luces de los Pasillos Hotel Bombuscaro*



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 59 Pasillos Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 60 Router Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 61 Lámparas de emergencia Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 62 Modelo de las habitaciones Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 63 Habitación Suite Presidencial Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 64 Modelo de los baños de las habitaciones Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 65 Modelo de los baños Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 66 Modelo del baño de la Suite Presidencial



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 67 Modelo del baño de la Suite Presidencial



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 68 Televisores de las habitaciones Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 69 Modelo de los televisores del Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro

Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 70 Modelo de los closets de las habitaciones del Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro

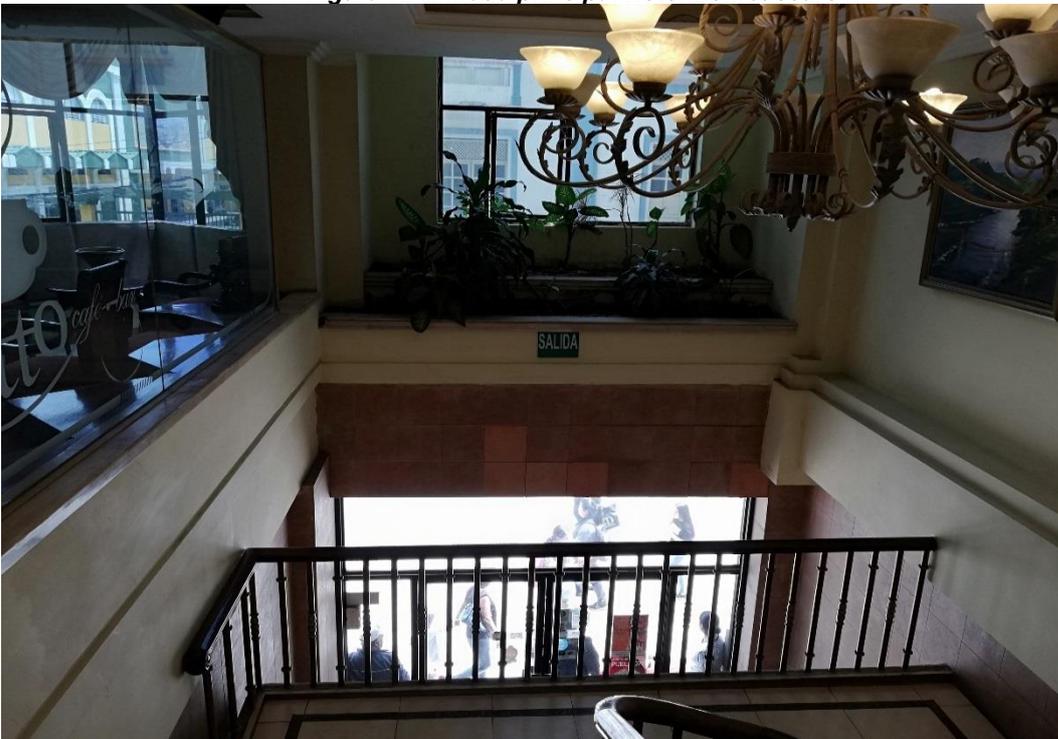
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 71 modelo de los televisores de las habitaciones del hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 72 Entrada principal Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 73 Lobby Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 74 Área de Restaurante Cafetto Hotel Bombuscaro



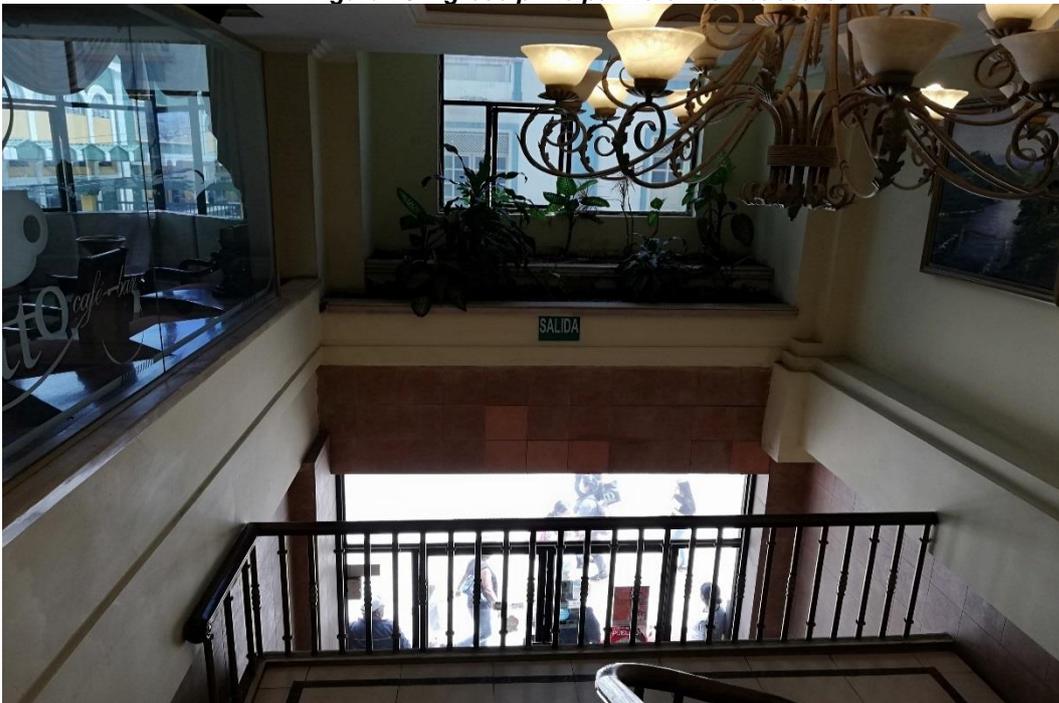
Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 75 Área de Restaurante Cafetto Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 76 Ingreso principal Hotel Bombuscaro



Fuente: Instalaciones Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

ANEXO N.º 8

PROFORMAS PARA LAS ESTRATEGIAS SUGERIDAS

Figura 77 Proforma emitida por la empresa Textiles



MUÑOZ BORRERO SAUL LEONARDO
RUC: 1102741590001
Dir: 18 DE NOVIEMBRE 207-14 Y AZUAY Y MIGUEL RIOFRIO - Telef: (07)2578631

Descargue su Comprobante en www.CIFA.ec Usuario:1102089545 Clave:1102089545
Factura:002005-000000686 FECHA: 13-Feb-2019 CAM 11:54:18
Nro. AUTORIZACION: 1302201901110274159000120020050000006861234567818
RUC/C.I. : 1102089545001 CLIENTE: TELLO CANO LEONIDAS ALBERTO
DIRECCION: 10 de AGOSTO Y AV. UNIVERSITARIA CIUDAD: LOJA
Tlf: 2577021 VENEDOR: ALMACEN

CODIGO	DESCRIPCION	N PZ	Cantidad	VALOR UNITARIO	TOTAL
BOSS STR	CASIMIR BOSS STRESH	1	12.15 M	12.5000	151.88
BOSS STR	CASIMIR BOSS STRESH	1	9.00 M	12.5000	112.50
UNIVELI	Lafa P/BLUSA ESTAMPADA	1	18.75 M	8.9286	167.41
UNIVELI	Lafa P/BLUSA ESTAMPADA	1	13.50 M	8.9286	120.54

Forma de Pago: CREDITO Vence:15-Mar-2019

SUBTOTAL:	552.33
Descuento:	0.00
TARIFA 0%:	0.00
IVA:	66.28
FLETE Y EMB.:	0.00
TOTAL:	618.61

CONDICIONES DE PAGO

DIAS	FECHA	TOTAL

Firma Autorizada

TOTAL

Recibi Conforme

Fuente: Empresa Importadora Textiles del Sur
Elaboración: Livicura Jandry

Figura 78 Proforma emitida por la empresa Flora



FLORA
academia corte y confección

Línea exclusiva en ropa de moda sport y de ventas para damas, caballeros y niños, confección de uniformes deportivos, escolares, administrativos etc.

SUCRE QUITO Y 18 DE NOVIEMBRE CELL 0981295198

Fecha: 14 de febrero de 2019
 Cliente: Llivicura Jandry
 Cedula/RUC 1104769607
 Teléfono: 0997225566

Es grato dirigirme a ustedes con la finalidad de hacerles llegar la siguiente proforma.

Cotización uniformes dos modelos para administración.

DAMAS

DETALLE	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
	CASIMIR HOMBRE	8	21.25	170.00
	CHALECO HOMBRE	8	16.50	132.00
	CAMISA HOMBRE	12	22.10	265.20
	SACO HOMBRE	8	60.00	480.00
	TOTAL			1.047,20

CABALLEROS

DETALLE	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
	CASIMIR DAMA	8	21.25	170.00
	CHALECO DAMA	8	16.50	132.00
	BLUSA	12	22.10	265.20
	SACO DAMA	8	60.00	480.00
	TOTAL			1.047,20

Dentro de los valores antes mencionados ya está incluido la mano de obra, telas e IVA.

Fuente: Empresa Flora Corte y Confección
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 79 Proforma emitida por la empresa Despuntadas

DESPUNTADAS

CLIENTE: JANDRY LLIVICURA
 DIRECCION: LA BANDA
 CELULAR: 0997225566
 CEDULA: 1104769607

PROFORMA

DETALLE	PAX	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
DAMAS	4			
CASIMIR DAMAS		8	20.00	80.00
SACO		8	60.00	480.00
BLUSA		12	24.00	288.00
CHALECO		8	20.00	160.00
PAÑUELO		12	3.00	36.00
				1.044,00
CABALLEROS	4			
PANTALON TELA		8	20.00	160.00
CHALECO		8	20.00	160.00
CAMISA		12	24.00	288.00
SACO		8	60.00	480.00
CORBATA		12	2.50	30,00
				1.118,00

Dentro del presupuesto está incluido la mano de obra, IVA y materia prima.

Centro de confección despuntadas.
 18 de noviembre entre Imbabura y sucre
 Celular: 0981295198

Fuente: Empresa Despuntadas
 Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 80 Proforma de plasmas marca Riviera

COTIZACION

Fecha: 14-02-19 Teléfono:

Nombre: Cédula:

PRECIOS INCLUYEN IVA

Código	Descripción	P.V.P.
- R1091801	RIVIERA 40" + SOPORTE + OBSERVI	\$ 459,15
- 330920002	LG 43" + OBSERVI	678,31
341010001	SMS 43" + OBSERVI	578,75
3 AÑOS GARANTIA.		
1 TOTAL		\$

Observaciones: Crédito Directo Tarjeta de Crédito

Vendedor: PATRICIA J. Celular: 0967219021.

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

1 \$	Cuota Inicial
2 \$	Saldo a financiar (1-2)
3 \$	% Interés
4 \$	
Cuotas Semanales \$	Cuotas Mensuales \$
	Total a pagar (2+3+4)

Fuente: Local de electrodomésticos La Ganga
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 81 Proforma de plasmas marca Riviera

FECHA DE IMPRESIÓN 14 de Feb. 2019
RECI MAN: 0
EMISOR: 725
ESTABLECIMIENTO 201 TIENDA LOJA 276
DIRECCION: 18 DE NOVIEMBRE NO07-43
LOJA - ECUADOR

COTIZACIÓN

NOMBRE: LLIVICURA JANDRY
FECHA: 15/02/2019
CEDULA: 1104769607

PRECIOS INCLUYEN IVA

CODIGO	DESCRIPCIÓN	P.V.P	UNIDADES	TOTAL
RIV103476	Rivera 40" MAS SOPORTE REG.	397.99	10	3.979,90

OBSERVACIONES
Proforma emitida para 10 plasmas Smart de 40 pulgadas con soporte pago directo

Vendedor:

	\$%
Cuota inicial	
Saldo a financiar	
Intereses	
Cuotas mensuales	
Total a pagar	

Fuente: Local de electrodomésticos Artefacta
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 82 proforma de plasmas marca Riviera



10 de Agosto y Av. Universitaria
Telf.: 2581-069 * Fax: 2581-027

PROFORMA

FECHA: 15 de febrero del 2019
 CLIENTE: JANDRY RAMIRO LLIVICURA ESPINOSA
 RUC: 1104769607
 TELEFONO: 0997225566
 DIRECCION: LA BANDA

	ARTICULO	P. UNIT	P. TOTAL
10	LED MARCA: RIVIERA MODELO: RLED-DSG40CHG5S FH CARACTERISTICAS FULL HD ENTRADA DE VIDEO ACCESO REDES SOCIALES	352,68	3526,80
NOTA: Retenciones y cheques a nombre de la Sra. Glenda Mireya Villavicencio Cueva.		SUBTOTAL	3526,80
		IVA 12%	423,22
		IVA 0%	
		TOTAL	3950,02

RUC: 1102541768001
 Nota: Precios incluyen iva

Mireya Villavicencio
 RUC. 1102541768001

Fuente: local de electrodomésticos TV electrodomésticos
 Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 83 Proforma emitida por la empresa Star Media Computers



Star Media
Computers

Proforma

Fecha: 2018/02/16
 Cliente: Hotel Bombuscaro

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V.UNIT	V.TOTAL
5	ROUTER TPLINK WR840N ENRUTADOR INALAMBRICO 300MBPS 4 PUERTOS LAN 2 ANTENAS 	32	160
		SUBTOTAL	160
		IVA 12%	19,2
		TOTAL	179,2

Garantía: 1 Bajo desperfectos de fábrica
 Precio no incluye instalación y/o configuración
 Validez de la oferta 8 días laborables, (stock local de componentes)

Dir: Miguel Rifo e/ Bolívar y Bernardo Valdivieso
 Telf: (593) 072-580142 - 0980595293
 Mail: starmediapc@gmail.com

www.starmediapc.com

Fuente: Star Media Computers
 Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 84 Proforma emitida por la empresa Master PC



master pc
tecnología

PROFORMA

DIRIGA AL SR. LLIVICURA JANDRY
 DIRECCION: LA BANDA
 CEDULA: 1104769607
 TELEFONO: 0997225566

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL
5	 ROUTER TPLINKWR840N ENRUTADOR INALAMBRICO 300 BPS DOS ANTENAS 4 PUERTOS	31.25	161.25
		SUBTOTAL	156.25
		IVA 12%	18.75
		TOTAL	175.00

OBSERVACIONES:
 GARANTIA POR 12 MESES
 INSTALACION INCLUIDA

Dirección:
 Azuay 12-57 E/ Bernardo Valdivieso y Olmedo
 Loja, LOJA, Ecuador
 Teléfono 07-3700520

Fuente: master PC
 Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 85 Proforma emitida por la empresa Electrocompu

ELECTROCOMPU

Dirección: Bernardo Valdivieso E/ Mercadillo y Azuay
Loja, LOJA, Ecuador



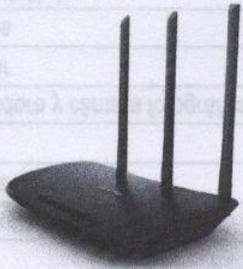
Cotización

Datos

Nombre: Jandry Llivicura	801.00
Cedula: 1104769607	41.00
Fecha: 15 de febrero de 2019	000.00
Dirección: La Banda	0.00
Teléfono: 07-2573511	30.00

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
5	ROUTER TP-LINK TL-WR940N, 2.4 GH	32.50	162.50
TOTAL IVA 12%			182.00

MODELO



PRECIO DE PUNTO	0.00
PRECIO DE PUNTO	0.00
PRECIO	0.00
PRECIO DE PUNTO	30.00
PRECIO	90.00
PRECIO	100.00
PRECIO	90.00
PRECIO DE PUNTO	0.00
PRECIO DE PUNTO	0.00
PRECIO	0.00

INSTALACION INCLUIDA
GARANTIA POR UN AÑO

Fuente: Empresa tecnológica Electrocompu
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 86 Proforma emitida por la empresa Star Media Computers



Proforma

Fecha: 2018/02/18
 Cliente: Hotel Bombuscaro

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V.UNIT	V.TOTAL
4	CAMARA DLINK DCS-931L INTERNET WIRELESS-ROUTER <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div>	46	184
SUBTOTAL			184
IVA 12%			22,08
TOTAL			206,08

Garantía: 1 Bajo desperfectos de fábrica
 Precio no incluye instalación y/o configuración
 Validez de la oferta 8 días laborables, (stock local de componentes)

Dir: Miguel Riofrío e/ Bolívar y Bernardo Valdivieso
 Telf: (593) 072-580142 - 0980595293
 Mail: starmediapc@gmail.com

www.starmediapc.com

Fuente: Empresa tecnológica Star Media Computers
Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 87 Proforma emitida por la empresa Master PC



PROFORMA

FECHA: 15 DE FEBRERO DE 2019

DIRIGA AL SR. LLIVICURA JANDRY

DIRECCION: LA BANDA

CEDULA: 1104769607

TELEFONO: 0997225566

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL
4	 CAMARA DE SEGURIDAD DLINK-931L CONECCION A WERELESS	45.00	180.00
		SUBTOTAL	180,00
		IVA 12%	21,60
		TOTAL	201,60

OBSERVACIONES:

GARANTIA POR 12 MESES

EN CASO DE INSTALACION EL VALOR ES ADICIONAL

Dirección:
Azúay 12-57 E/ Bernardo Valdivieso y Olmedo
Loja, LOJA, Ecuador
Teléfono 07-3700520

Fuente: Empresa tecnológica Master PC

Elaboración: Llivicura Jandry

Figura 88 Proforma emitida por la empresa Electrocompu

ELECTROCOMPU

Dirección: Bernardo Valdivieso E/ Mercadillo y Azuay
Loja, LOJA, Ecuador



Cotización

Datos

Nombre: Jandry Livicura
Cedula: 1104769607
Fecha: 15 de febrero de 2019
Dirección: La Banda
Teléfono: 07-2573511

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
4	CAMARA DE SEGURIDAD DLINK-931L CONECCION A WERELESS-VG.	43,00	172,00
		IVA 12%	20,64
		TOTAL	192,64

MODELO



D-Link Cloud Camera 1050 DCS-931L

NO INCLUYE INSTALACIÓN
GARANTIA POR UN AÑO

Fuente: Empresa tecnológica Electrocompu

Elaboración: Livicura Jandry

Figura 89 proformas de sensores de movimiento

LOCALES	DIRECCIÓN	UNIDADES	VALOR	TOTAL
	Azuay 156-18 y Sucre	36	8,50	306,00
	18 de noviembre y Pasaje Rodríguez	36	8,60	309,60
	18 de noviembre y Chile Centro Comercial la Pradera	36	8,00	288,00

Fuente: Empresas varias
Elaboración: Livicura Jandry

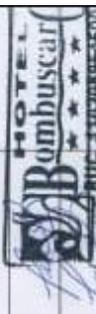
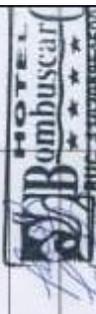
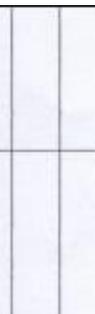
Figura 90 Hoja de ruta

"HOTEL BOMBUSCARO"							
Nº	Fecha	Hora de entrada	Hora de salida	Nombre del Estudiante	Tareas Realizadas	Firma Responsable	Observación
1	08/10/2018	09H00	13H00	Jandy Livicura	Tome de fotos de Habitaciones	[Firma]	BOMBUSCARO
2	12/10/2018	13H00	17H00	Jandy Livicura	Tome de fotos de Pasillos	[Firma]	BOMBUSCARO
3	15/10/2018	09H00	13H00	Jandy Livicura	Tome de fotos Salones y restaurante	[Firma]	BOMBUSCARO
4	19/10/2018	08H00	12H00	Jandy Livicura	Peticion por mejoras en el servicio	[Firma]	BOMBUSCARO
5	23/10/2018	15H00	19H00	Jandy Livicura	Observación de los servicios	[Firma]	BOMBUSCARO
6	27/10/2018	13H00	18H00	Jandy Livicura	Observación de los servicios	[Firma]	BOMBUSCARO
7	02/10/2019	13H00	16H00	Jandy Livicura	Aplicación de la encuesta	[Firma]	BOMBUSCARO
8	05/10/2019	08H00	14H00	Jandy Livicura	Aplicación de la encuesta	[Firma]	BOMBUSCARO
9	08/10/2019	09H00	15H00	Jandy Livicura	Aplicación de la encuesta	[Firma]	BOMBUSCARO
10	09/10/2019	08H00	13H00	Jandy Livicura	Aplicación de la encuesta	[Firma]	BOMBUSCARO
11	07/10/2019	13H00	18H00	Jandy Livicura	Aplicación de la encuesta	[Firma]	BOMBUSCARO
12	10/10/2019	08H00	16H00	Jandy Livicura	Aplicación de la encuesta	[Firma]	BOMBUSCARO
13	11/10/2019	08H00	13H00	Jandy Livicura	Aplicación de la encuesta	[Firma]	BOMBUSCARO
14	12/10/2019	08H00	14H00	Jandy Livicura	Aplicación de la encuesta	[Firma]	BOMBUSCARO
15						[Firma]	BOMBUSCARO

Ciudad Universitaria "Guillermo Falcon Espinosa" Casilla letra "S"
Teléfono: 2547 - 252 Ext. 101, 2547-200 Carrera de Turismo 2545187
jandy.livicura@unl.edu.ec

Fuente: Hotel Bombuscaro
Elaboración: Livicura Jandy

Figura 91 Hoja de ruta

"HOTEL BOMBUSCARO"							
Nº	Fecha	Hora de entrada	Hora de salida	Nombre del Estudiante	Tareas Realizadas	Firma Responsable	Observación
1	17/10/2018	09:00	13:00	Jandry Ramiro Morán	Autorización		
2	23/10/2018	11:00	15:00	Jandry Ramiro Morán	Avisos de fechas para realizar la inscripción		
3	13/11/2018	08:00	11:00	Jandry Ramiro Morán	Fechas de Organismo		
4	14/11/2018	12:00	16:00	Jandry Ramiro Morán	Fechas de destino		
5	15/11/2018	09:00	13:00	Jandry Ramiro Morán	Recibo por los castorinos y aviso por la inscripción		
6	23/11/2018	08:00	14:00	Jandry Ramiro Morán	Entrega al Sr. Gerente Talla Gerente del Hotel B.		
7	26/11/2018	09:00	14:00	Jandry Ramiro Morán	Entregados a las Trabajadoras		
8	27/11/2018	15:00	18:00	Jandry Ramiro Morán	Recomiendo por las Indolencias Helicópteros y depositar en las		
9	28/11/2018	14:00	18:00	Jandry Ramiro Morán	Una de fotos de los diferentes departamentos y Señas del hotel.		

Fuente: Hotel Bombuscaro
Elaboración: Llivicura Jandry

INDICE

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
1 TITULO	1
2 RESUMEN	2
ABSTRACT	3
3 INTRODUCCIÓN	4
4 REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
4.1 Marco Teórico	7
4.1.1 Concepto de calidad.....	7
4.1.2 Teorías de la calidad	8
4.1.3 La calidad del servicio	8
4.1.4 Calidad turística.....	9
4.1.5 Objetivos de la calidad.....	9
4.1.6 Modelos de calidad.....	10
4.1.7 El modelo Baldrige.....	10
4.1.8 Modelo de excelencia de la fundación europea para la gestión de calidad (EFQM).....	10
4.1.9 Dimensiones del servicio	11
4.1.10 La calidad del servicio al cliente	11
4.1.11 Características del servicio.....	12
4.1.12 Servicio.....	12
4.1.13 Análisis de calidad.....	13
4.1.14 Certificaciones de calidad.....	13
4.1.15 Sistema de Calidad	14
4.1.16 Método SERVQUAL.....	14

4.1.17	La calidad en los servicios.....	15
4.1.18	Calidad de Servicio en el Sector Hotelero	16
4.1.19	Planificación estratégica.....	17
4.1.20	Elementos de un plan estratégico	18
4.1.21	Planificación estratégica y gestión de calidad	18
4.2	Marco Referencial	19
4.2.1	Estudios sobre la calidad de los servicios	19
5	MATERIALES Y METODOS	22
5.1	Materiales.....	22
5.2	Materiales de campo.....	22
5.3	Metodología por objetivos	22
5.3.1	Método Científico.....	22
5.3.2	Método analítico	22
5.3.3	Método sintético.....	23
5.3.4	Método descriptivo.....	23
5.4	Metodología para el primer objetivo	23
5.4.1	Diagnosticar la situación actual del Hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja 23	
	• Matriz de diagnostico.....	24
5.5	Metodología para el segundo objetivo.....	25
5.5.1	Evaluar la calidad de servicio brindado por el Hotel Bombuscaro	25
5.6	Metodología para el tercer objetivo	27
5.6.1	Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio del hotel Bombuscaro.....	27
6	RESULTADOS.....	29
6.1	Diagnosticar la situación actual del hotel Bombuscaro de la ciudad de Loja	29
6.1.1	Generalidades de la ciudad de Loja	29
6.1.2	División Política del cantón Loja	29
6.1.3	Mapa de la ciudad de Loja.....	30
6.1.4	Ubicación.....	30
6.1.5	Servicios turísticos del Hotel Bombuscaro.....	38
6.1.6	Resultados de las entrevistas aplicadas.....	39

6.1.7	Análisis FODA del Hotel Bombuscaro	40
6.2	Evaluar la calidad del servicio brindado por el Hotel Bombuscaro.....	42
6.2.1	Tamaño de la muestra.....	43
6.2.2	Resultado de la aplicación del modelo SERVQUAL.....	44
6.2.3	Tabulación de las preguntas realizadas	45
6.2.4	Análisis e interpretación de datos	60
6.2.5	Tabla de resultados por porcentaje	66
6.2.6	Matriz de estrategias	70
6.2.7	Estrategias de aplicación.....	74
6.3	Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio del hotel Bombuscaro.	74
7	DISCUSIÓN	89
8	CONCLUSIONES	94
9	RECOMENDACIONES	96
10	BIBLIOGRAFIA.....	97
11	ANEXOS	107
	INDICE	195