



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN,  
INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA  
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN  
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

**III PROMOCIÓN**

**TESIS DE GRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS  
MENCIÓN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

**TEMA: “INVESTIGACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO  
QUE OFRECEN LOS HOTELES EN LA CIUDAD DE  
LATACUNGA A SUS HUÉSPEDES, BASADA EN LA NORMA  
ISO 9004:2009 GESTIÓN DEL ÉXITO SOSTENIDO DE UNA  
ORGANIZACIÓN. ENFOQUE DE GESTIÓN DE LA CALIDAD,  
CON EL FIN DE PROPONER UN NUEVO SISTEMA DE  
CALIDAD PARA INCENTIVAR EL TURISMO”.**

**PROYECTO DE GRADO II**

**AUTORA: AB. SONIA PAMELA ESCOBAR ARELLANO**

**DIRECTOR: ING. XAVIER FABARA**

**LATACUNGA**

**2015**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**  
**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y**  
**TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA**

**CERTIFICACIÓN**  
ING. XAVIER FABARA

**CERTIFICA**

Que el trabajo titulado “INVESTIGACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO QUE OFRECEN LOS HOTELES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA A SUS HUÉSPEDES, BASADA EN LA NORMA ISO 9004:2009 GESTIÓN DEL ÉXITO SOSTENIDO DE UNA ORGANIZACIÓN. ENFOQUE DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, CON EL FIN DE PROPONER UN NUEVO SISTEMA DE CALIDAD PARA INCENTIVAR EL TURISMO”, realizado por SONIA PAMELA ESCOBAR ARELLANO, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el REGLAMENTO DE ESTUDIANTES DE LA ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO.

Debido al aporte e investigación de la autora en el presente proyecto, se recomienda la publicación del documento.

El presente trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos del presente trabajo. Autoriza a Sonia Pamela Escobar Arellano, que lo entregue al Msc. Julio Tapia, en su calidad de Coordinador de Maestrías.

Latacunga, Abril 2015.

Ing. Xavier Fabara

DIRECTOR

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y  
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Sonia Pamela Escobar Arellano

**DECLARO QUE:**

El proyecto de grado denominado “INVESTIGACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO QUE OFRECEN LOS HOTELES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA A SUS HUÉSPEDES, BASADA EN LA NORMA ISO 9004:2009 GESTIÓN DEL ÉXITO SOSTENIDO DE UNA ORGANIZACIÓN. ENFOQUE DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, CON EL FIN DE PROPONER UN NUEVO SISTEMA DE CALIDAD PARA INCENTIVAR EL TURISMO”, ha sido desarrollado con base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie las de páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, Abril de 2015

**SONIA PAMELA ESCOBAR ARELLANO**

**C.C.: 0502565393**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y  
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo Sonia Pamela Escobar Arellano**

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “INVESTIGACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO QUE OFRECEN LOS HOTELES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA A SUS HUÉSPEDES, BASADA EN LA NORMA ISO 9004:2009 GESTIÓN DEL ÉXITO SOSTENIDO DE UNA ORGANIZACIÓN. ENFOQUE DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, CON EL FIN DE PROPONER UN NUEVO SISTEMA DE CALIDAD PARA INCENTIVAR EL TURISMO”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría

Latacunga, Abril de 2015

**Ab. Sonia Pamela Escobar Arellano**

**C.C. 050256539-3**

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a las personas que más quiero, mi familia, a mis padres que me apoyaron para seguir esta maestría al igual que lo hicieron con mis estudios anteriores, a mi esposo quien es la persona más importante en mi vida y quien me motiva a seguir avanzando y creciendo tanto a nivel personal como profesional, a mis hermanas que siempre están a mi lado y son mis mejores amigas y finalmente pero no por esto menos importante a mi sobrina Isabela que siempre me alegra el día con cada cosa nueva que hace, dice o simplemente con verla feliz.

**Sonia Pamela Escobar Arellano.**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero empezar agradeciendo a Dios ya que sin la gracia de él nada sería posible, a la Santísima Virgen María quien representa para mí un ejemplo de madre, esposa e hija y en quien tengo una fe inmensa.

A mis padres Salomón y Sonia por su apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida. Ellos representan para mí un ejemplo vivo de esfuerzo, perseverancia y amor y fueron quienes me formaron moral y espiritualmente haciéndome la persona que soy ahora.

A mi esposo Julio quien sacrificó varias horas de descanso y días de vacaciones para ayudarme a terminar el presente trabajo.

A mi hermanas Leonela y Eloísa quienes de una u otra forma han aportado con ideas para la realización de este proyecto.

**Sonia Pamela Escobar Arellano.**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>PORTADA</b> .....	i
<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	ii
<b>DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD</b> .....	iii
<b>AUTORIZACIÓN</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xv
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	¡Error! Marcador no definido.
<b>RESUMEN</b> .....	xx
<b>INTRODUCCION</b> .....	xxii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>1. EL PROBLEMA</b> .....	1
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.1.1 Árbol de Problemas .....	3
1.1.2 Análisis Crítico .....	4
1.1.3 Prognosis .....	4
1.1.4 Formulación del problema .....	5
1.1.5 Interrogantes de la Investigación .....	5
1.1.6 Delimitación de la Investigación .....	6
1.2 Justificación .....	6
1.3 Objetivos .....	7
1.3.1 Objetivo general .....	7
1.3.2 Objetivos específicos .....	7
<b>CAPÍTULO II</b> .....	8
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	8
2.1 Conceptos generales .....	8
2.2.1 Historia de la hotelería: .....	8
2.3.1 Hotel definicion epistemologica: .....	10

2.4.1	Hotelería.....	10
2.5.1	Generalidades hotelera en el ecuador.....	11
2.6.1	Categoría hotelera de acuerdo a los servicios:.....	13
2.7.1	Hoteleria ecuatoriana .....	15
2.8.1	Servicios:.....	16
2.9.1	Los Hoteles de Una Estrella o de Categoría Cuatro.....	16
2.9.2	Los Hoteles de Dos Estrellas o de Tercera Categoría.....	18
2.9.3	Los Hoteles de Tres Estrellas o de Segunda Categoría.....	19
2.9.4	Los Hoteles de Cuatro Estrellas o de Primera Categoría .....	20
2.9.5	Los Hoteles de Cinco Estrellas o considerados de lujo .....	22
2.10.1	Hosterías, refugios y cabañas .....	23
2.10.2	Las Hosterías, Refugios y Cabañas de Tres Estrellas de Primera.....	24
2.10.3	Las Hosterías, Refugios y Cabañas de Dos Estrellas o de Segunda .....	25
2.10.4	Las Hosterías, Refugios y Cabañas de una estrella Tercera Categoría ....	25
2.11.1	Investigación .....	26
2.12.1	Encuesta .....	27
2.12.2	Tipos de Encuesta .....	27
2.12.3	Ejemplo de Uso:.....	28
2.13.1	Encuesta por muestreo: ventajas y desventajas.....	29
2.13.2	Ventajas.....	29
2.13.3	Desventajas .....	29
2.14.1	¿Qué son normas iso 9004: 2009? .....	30
2.14.2	Introducción a normas iso 9004: 2009 .....	30
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>35</b>
<b>3.1</b>	<b>PRINCIPALES HOTELES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA..</b>	<b>35</b>
3.2	Investigación .....	36
3.2.1	Modalidad de la investigación .....	36
3.2.2	Zona de influencia de la encuesta .....	37
3.2.3	Población.....	37
3.2.4	Diseño de la encuesta .....	37
3.2.5	Interpretación de las encuestas.....	37
3.2.6	Encuesta a los usuarios del servicio .....	104
3.2.7	Modelo de la encuesta para los usuarios .....	106

3.2.8	Interpretación de las encuestas.....	110
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>124</b>
<b>4.</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD.....</b>	<b>124</b>
4.	Introducción .....	125
4.1	Objetivo.....	127
4.2.	Referencias normativas .....	128
4.3.	Definiciones .....	128
4.4.	Características de los servicios .....	130
4.4.1	Características del Servicio y de la Prestación del Servicio. ....	130
4.4.2	Control de las Características del Servicio y de la Prestación.....	132
4.5	Principios del sistema de calidad .....	132
4.5.1	Aspectos Clave de un Sistema de Calidad. ....	132
4.5.2	Responsabilidad Gerencial.....	132
4.5.2.1	Generalidades.....	132
4.5.2.2	Política de Calidad. ....	133
4.5.2.3	Objetivos de calidad.....	133
4.5.2.4	Autoridad y responsabilidad de calidad. ....	134
4.5.2.5	Revisión gerencial.....	134
4.5.3	Personal y Recursos Materiales .....	135
4.5.3.1	Generalidades.....	135
4.5.3.2	Personal.....	136
4.5.3.2.1	Motivación. ....	136
4.5.3.2.2	Entrenamiento y desarrollo. ....	137
4.5.3.2.3	Comunicación. ....	138
4.5.3.3	Recursos materiales.....	138
4.5.4	Estructura del Sistema de Calidad.....	139
4.5.4.1	Generalidades.....	139
4.5.4.2	Ciclo de la calidad del servicio .....	140
4.5.4.3	Documentación y registros de calidad .....	141
4.5.4.3.1	Sistema de documentación.....	141
4.5.4.3.2	Control de documentación. ....	142
4.5.4.4	Auditorías internas de calidad.....	143
4.5.5.	Interface con los Clientes.....	143

4.5.5.1	Generalidades.....	144
4.5.5.2	Comunicación con los clientes.....	144
4.6	Elementos operacionales del sistema de calidad.....	146
4.6.1	Proceso de Comercialización.....	146
4.6.1.1	Calidad en investigación y análisis de mercado.....	146
4.6.1.2	Obligaciones del proveedor.....	147
4.6.1.3	Resumen del servicio.....	147
4.6.1.4	Gerencia del servicio.....	150
4.6.1.5	Calidad en la publicidad.....	159
4.6.2	Proceso de Diseño.....	160
4.6.2.1	Generalidades.....	160
4.6.2.2	Responsabilidades del diseño.....	160
4.6.2.3	Especificación del servicio.....	161
4.6.2.4	Especificación de la prestación del servicio.....	162
4.6.2.4.1	Generalidades.....	162
4.6.2.4.2	Procedimientos de prestación del servicio.....	163
4.6.2.4.3	Calidad en las compras.....	166
4.6.2.4.4	Equipo proporcionado por el proveedor a los clientes para el servicio y la prestación del servicio.....	167
4.6.2.4.5	Identificación y traceabilidad del servicio.....	167
4.6.2.4.6	Manipulación, almacenamiento, empaque, suministro y protección de las posesiones de los clientes.....	167
4.6.2.5	Especificación de control de calidad.....	168
4.6.2.6	Revisión del diseño.....	169
4.6.2.7	Validación de las especificaciones del servicio, de la prestación del servicio y del control de calidad.....	170
4.6.2.8	Control de cambio de diseño.....	171
4.6.3	Proceso de Prestación del Servicio.....	171
4.6.3.1	Generalidades.....	171
4.6.3.2	Verificación de la calidad del servicio por el proveedor.....	172
4.6.3.3	Verificación de la calidad del servicio por el cliente.....	172
4.6.3.4	Estado del servicio.....	173
4.6.3.5	Acción correctiva para servicios disconformes.....	173
4.6.3.5.1	Responsabilidades.....	173

4.6.3.5.2	Identificación de disconformidad y acción correctiva. ....	174
4.6.3.6	Control del sistema de medición. ....	174
4.6.4	Análisis y Mejoramiento del Comportamiento del Servicio.....	176
4.6.4.1	Generalidades.....	177
4.6.4.2	Recolección y análisis de datos.....	177
4.6.4.3	Métodos estadísticos. ....	178
4.6.4.4	Mejoramiento de la calidad del servicio. ....	178
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>179</b>
<b>5.1</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>179</b>
5.2	Percepción de los servicios que brindan los hoteles en Iatacunga .....	180
BIBLIOGRAFÍA .....		181
LINKOGRAFIA .....		182
ANEXOS.....		<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICES DE GRÁFICOS

### CAPÍTULO I

Gráfico: 1. 1	Árbol de Problemas .....	3
---------------	--------------------------	---

### CAPÍTULO II

Gráfico: 2. 1	Flujo de información.....	14
Gráfico: 2. 2	Aspectos Claves de un Sistema de Calidad .....	35

### CAPÍTULO III

Gráfico 3. 1	Tipo de Hotel .....	38
Gráfico 3. 2	Categoría de hotel .....	39
Gráfico 3. 3	Nivel de preparación intelectual empleados .....	40
Gráfico 3. 4	Servicio de calidad ofertado a lo turistas .....	41
Gráfico 3. 5	Tipo de habitaciones del hotel .....	42
Gráfico 3. 6	Tiempo de espera promedio para atención .....	43
Gráfico 3. 7	Calificación del servicio del hotel.....	44
Gráfico 3. 8	Porcentaje de quejas.....	45
Gráfico 3. 9	Queja más frecuente.....	46
Gráfico 3. 10	Tiene buzón de sugerencias .....	47
Gráfico 3. 11	Importancia de la higiene.....	48
Gráfico 3. 12	Importancia de la seguridad .....	49
Gráfico 3. 13	Frecuencia de cumplimiento de requerimientos .....	50
Gráfico 3. 14	Importancia de la puntualidad.....	51
Gráfico 3. 15	Frecuencia de verificación del servicio prestado .....	52
Gráfico 3. 16	Formación de personal e infraestructura adecuada.....	53
Gráfico 3. 17	Gerencia comprometida con el desarrollo .....	54
Gráfico 3. 18	Parámetros de la gerencia para determinar la calidad del servicio ...	55
Gráfico 3. 19	Objetivos del servicio del hotel.....	56
Gráfico 3. 20	Responsables del servicio de calidad.....	57
Gráfico 3. 21	Relaciones con proveedores.....	58
Gráfico 3. 22	Evaluaciones de desempeño .....	59

Gráfico 3. 23	Frecuencia de evaluaciones.....	60
Gráfico 3. 24	Importancia de la motivación a empleados.....	61
Gráfico 3. 25	Personal debidamente motivado .....	62
Gráfico 3. 26	Motivación del personal.....	63
Gráfico 3. 27	Ambiente de trabajo .....	64
Gráfico 3. 28	Ubicación del personal.....	65
Gráfico 3. 29	Promueve la capacitación del personal .....	66
Gráfico 3. 30	De qué manera .....	67
Gráfico 3. 31	Conocimientos de gestión de calidad.....	68
Gráfico 3. 32	Conocimiento de política, objetivos y conceptos de satisfacción al cliente.....	69
Gráfico 3. 33	Buena comunicación entre empleados y huéspedes .....	70
Gráfico 3. 34	Atención rápida, oportuna y uniforme a los huéspedes .....	71
Gráfico 3. 35	Buena comunicación entre empleados.....	72
Gráfico 3. 36	Instrucciones de trabajo .....	73
Gráfico 3. 37	Información documentada de responsabilidades de los empleados..	74
Gráfico 3. 38	Recursos necesarios para brindar un servicio de calidad.....	75
Gráfico 3. 39	Retroalimentación .....	76
Gráfico 3. 40	Cómo se la realiza .....	77
Gráfico 3. 41	Documentos que garanticen la calidad del servicio .....	78
Gráfico 3. 42	Frecuencia de auditorías .....	79
Gráfico 3. 43	Registro de auditorías .....	80
Gráfico 3. 44	Solicitudes de cliente información de novedades .....	81
Gráfico 3. 45	Claridad en el servicio y precio .....	82
Gráfico 3. 46	Inconvenientes .....	83
Gráfico 3. 47	Expectativas .....	84
Gráfico 3. 48	Características del servicio .....	85
Gráfico 3. 49	Conocimientos de legislación en salud, seguridad y medio ambiente.....	86
Gráfico 3. 50	Proveedores fieles .....	87
Gráfico 3. 51	Calificación de proveedores.....	88
Gráfico 3. 52	Proyección de funcionamiento.....	89
Gráfico 3. 53	Publicidad .....	90
Gráfico 3. 54	Publicidad adecuada.....	91

Gráfico 3. 55	Publicidad refleja especificaciones .....	92
Gráfico 3. 56	Diferencia entre servicio y prestación del servicio .....	93
Gráfico 3. 57	Compras de insumos .....	94
Gráfico 3. 58	Calidad de los insumos .....	95
Gráfico 3. 59	Característica principal cuando realiza las compras .....	96
Gráfico 3. 60	Uso de instalaciones.....	97
Gráfico 3. 61	Protección a los bienes de los huéspedes .....	98
Gráfico 3. 62	Acciones preventivas .....	99
Gráfico 3. 63	Acciones correctivas .....	100
Gráfico 3. 64	Mediciones de la prestación del servicio .....	101
Gráfico 3. 65	Documentación de mediciones .....	102
Gráfico 3. 66	Plan de mejora .....	103
Gráfico 3. 67	Plan de mejora .....	104
Gráfico 3. 68	Fórmula para cálculo de tamaño de la muestra.....	106
Gráfico 3. 69	Cumplimiento de expectativas .....	110
Gráfico 3. 70	Servicio recibido .....	111
Gráfico 3. 71	Precio justo .....	112
Gráfico 3. 72	Pago extra.....	113
Gráfico 3. 73	Confianza en el servicio.....	114
Gráfico 3. 74	Personal confiable.....	115
Gráfico 3. 75	Infraestructura, limpieza, decoración, mobiliaria adecuada .....	116
Gráfico 3. 76	Prontitud en atención .....	117
Gráfico 3. 77	Respuestas satisfactorias .....	118
Gráfico 3. 78	Trato recibido.....	119
Gráfico 3. 79	Huésped importante .....	120
Gráfico 3. 80	Temperatura adecuada .....	121
Gráfico 3. 81	Ruido molesto .....	122
Gráfico 3. 82	Olor particular .....	123
Gráfico 3. 83	Señalización adecuada .....	124

#### **CAPÍTULO IV**

Gráfico 4. 1	Manual del cargo y perfil: Administrador.....	153
Gráfico 4. 2	Manual del cargo y perfil: Chef.....	154

Gráfico 4. 3	Manual del cargo y perfil: Recepcionista.....	155
Gráfico 4. 4	Manual del cargo y perfil: Meseros/as.....	156
Gráfico 4. 5	Manual del cargo y perfil: Auxiliares de Cocina .....	157
Gráfico 4. 6	Manual del cargo y perfil: Guardia de Parqueo.....	158
Gráfico 4. 7	Procedimientos de prestación del servicio.....	163

## ÍNDICE DE TABLAS

### CAPÍTULO III

Tabla 3. 1	Principales hoteles que operan en la zona urbana de la ciudad de Latacunga .....	35
Tabla 3. 2	Tipo de hotel .....	37
Tabla 3. 3	Categoría de hotel .....	38
Tabla 3. 4	Nivel de preparación intelectual empleados .....	39
Tabla 3. 5	Servicio de calidad ofertado a los turistas.....	40
Tabla 3. 6	Tipo de habitaciones del hotel .....	41
Tabla 3. 7	Tiempo de espera promedio para atención .....	42
Tabla 3. 8	Calificación del servicio del hotel.....	43
Tabla 3. 9	Porcentaje de quejas.....	44
Tabla 3. 10	Queja más frecuente.....	45
Tabla 3. 11	Tiene buzón de sugerencias .....	46
Tabla 3. 12	Importancia de la higiene.....	47
Tabla 3. 13	Importancia de la seguridad .....	48
Tabla 3. 14	Frecuencia de cumplimiento de requerimientos .....	49
Tabla 3. 15	Importancia de la puntualidad.....	50
Tabla 3. 16	Frecuencia de verificación del servicio prestado .....	51
Tabla 3. 17	Formación de personal e infraestructura adecuada.....	52
Tabla 3. 18	Gerencia comprometida con el desarrollo .....	53
Tabla 3. 19	Parámetros de la gerencia para determinar la calidad del servicio .....	54
Tabla 3. 20	Objetivos del servicio del hotel.....	55
Tabla 3. 21	Responsables del servicio de calidad.....	56
Tabla 3. 22	Relaciones con proveedores.....	57
Tabla 3. 23	Evaluaciones de desempeño.....	58
Tabla 3. 24	Frecuencia de evaluaciones.....	59
Tabla 3. 25	Importancia de la motivación a empleados.....	60
Tabla 3. 26	Personal debidamente motivado .....	61
Tabla 3. 27	Motivación del personal.....	62
Tabla 3. 28	Ambiente de trabajo .....	63
Tabla 3. 29	Ubicación del personal.....	64

Tabla 3. 30 Promueve la capacitación del personal .....	65
Tabla 3. 31 De qué manera .....	66
Tabla 3. 32 Conocimientos de gestión de calidad.....	67
Tabla 3. 33 Conocimiento de política, objetivos y conceptos de satisfacción al cliente.....	68
Tabla 3. 34 Buena comunicación entre empleados y huéspedes .....	69
Tabla 3. 35 Atención rápida, oportuna y uniforme a los huéspedes .....	70
Tabla 3. 36 Buena comunicación entre empleados.....	71
Tabla 3. 37 Instrucciones de trabajo .....	72
Tabla 3. 38 Información documentada de responsabilidades de los empleados.....	73
Tabla 3. 39 Recursos necesarios para brindar un servicio de calidad.....	74
Tabla 3. 40 Retroalimentación .....	75
Tabla 3. 41 Cómo se la realiza.....	76
Tabla 3. 42 Documentos que garanticen la calidad del servicio.....	77
Tabla 3. 43 Frecuencia de auditorías.....	78
Tabla 3. 44 Registro de auditorías.....	79
Tabla 3. 45 Solicitudes de cliente información de novedades .....	81
Tabla 3. 46 Claridad en el servicio y precio.....	81
Tabla 3. 47 Inconvenientes .....	82
Tabla 3. 48 Expectativas .....	84
Tabla 3. 49 Características del servicio.....	84
Tabla 3. 50 Conocimientos de legislación en salud, seguridad y medio ambiente...	85
Tabla 3. 51 Proveedores fieles .....	86
Tabla 3. 52 Calificación de proveedores.....	87
Tabla 3. 53 Proyección de funcionamiento.....	88
Tabla 3. 54 Publicidad.....	89
Tabla 3. 55 Publicidad adecuada.....	90
Tabla 3. 56 Publicidad refleja especificaciones .....	91
Tabla 3. 57 Diferencia entre servicio y prestación del servicio .....	93
Tabla 3. 58 Compras de insumos .....	93
Tabla 3. 59 Calidad de los insumos .....	94
Tabla 3. 60 Característica principal cuando realiza las compras .....	95
Tabla 3. 61 Uso de instalaciones.....	96
Tabla 3. 62 Protección a los bienes de los huéspedes.....	97

Tabla 3. 63 Acciones preventivas .....	99
Tabla 3. 64 Acciones correctivas .....	100
Tabla 3. 65 Mediciones de la prestación del servicio .....	100
Tabla 3. 66 Documentación de mediciones .....	101
Tabla 3. 67 Plan de mejora.....	102
Tabla 3. 68 Plan de mejora.....	103
Tabla 3. 69 Personas hospedadas en los hoteles .....	105
Tabla 3. 70 Cumplimiento de expectativas .....	109
Tabla 3. 71 Servicio recibido .....	110
Tabla 3. 72 Precio justo.....	111
Tabla 3. 73 Pago extra.....	112
Tabla 3. 74 Confianza en el servicio .....	113
Tabla 3. 75 Personal confiable .....	114
Tabla 3. 76 Infraestructura, limpieza, decoración, mobiliaria adecuada .....	115
Tabla 3. 77 Prontitud en atención .....	117
Tabla 3. 78 Respuestas satisfactorias .....	117
Tabla 3. 79 Trato recibido.....	118
Tabla 3. 80 Huésped importante .....	119
Tabla 3. 81 Temperatura adecuada .....	120
Tabla 3. 82 Ruido molesto .....	121
Tabla 3. 83 Olor particular .....	122
Tabla 3. 84 Señalización adecuada .....	124

## ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO 1.       MODELO DE ORDEN DE COMPRA
- ANEXO 2.       MODELO DE LA CALIFICACIÓN DE PROVEEDORES
- ANEXO 3.       MODELO DE REGISTRO DE QUEJAS Y RECLAMOS
- ANEXO 4.       MODELO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
                  EXTERNO
  
- ANEXO 5.       ENCUESTA
- ANEXO 6.       ENCUESTA PERSONAL Y RECURSOS MATERIALES
- ANEXO 7.       ENCUESTA ESTRUCTURA DEL SISTEMA DE CALIDAD
- ANEXO 8.       INTERFACE CON LOS CLIENTES
- ANEXO 9.       ENCUESTA ELEMENTOS OPERACIONALES
- ANEXO 10.      ENCUESTA PROCESO DE DISEÑO

## RESUMEN

Con el crecimiento de la ciudad en los últimos años, también lo ha hecho la industria hotelera. Es común salir de nuestras casas y encontrarnos en la parte céntrica de la ciudad con varios hoteles que brindan alojamiento a turistas nacionales y extranjeros. Se considera interesante investigar: ¿Cuál es la calidad de servicio que ofrecen estos establecimientos a sus huéspedes?; saber si son cómodos, seguros, aseados, y si sus costos son justos de acuerdo al servicio que dan. Saber si en realidad lo que se oferta por la prensa, el internet o al momento en que uno alquila una habitación se cumple o no. La investigación se basó en ir de hotel en hotel visitando sus instalaciones y observando la clase de servicio que ofrecen a los huéspedes. Se desea proponer una alternativa de mejora al servicio con calidad y que sea aplicable a todos los establecimientos hoteleros independientemente de las estrellas que posean. Otro aspecto importante de esta investigación es el fomento al turismo, ya que los visitantes de la ciudad de Latacunga necesitan contar con la infraestructura hotelera adecuada y un sistema de calidad en el servicio que los satisfaga plenamente. Con la calidad se generan mayores ingresos económicos (especialmente al sector hotelero) y contribuye al desarrollo. En este estudio se investigó los principales hoteles de la ciudad de Latacunga, y no se han escogido hostales y hosterías porque el objetivo al que están dirigidos es diferente al de un hotel. Es necesario enfocarse en los lugares donde el viajero prefiere hospedarse cuando llega a un lugar ajeno a su ciudad natal o de residencia.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **INDUSTRIA HOTELERA.**
- **HOTELES DE LATACUNGA**
- **ALOJAMIENTO A TURISTAS.**
- **CLASE DE SERVICIOS QUE OFRECEN.**
- **GESTIÓN DE LA CALIDAD HOTELERA**

## **ABSTRACT**

With the growth of the city in recent years, so has the hotel industry. It is common leave our homes and finds us in the central part of the city with several hotels that agencies providing accommodation for national and foreign tourists. It is considered interesting to investigate: ¿What is the quality of service that they offer these facilities to its guests? ; know if they are comfortable, safe, neat, and if their costs are fair according to the service they provide. Know whether in reality what offer for the press, the internet or to the moment one rents a room is met or not. The research was based on going from hotel to hotel visiting their facilities and observing the class of service that they offer to the guests. You want to propose an alternative for improving the quality service that would be applicable to all hotel establishments regardless of the stars who possess. Another important aspect of this research is to promote tourism, as visitors to the city of Latacunga they need to have the appropriate hotel infrastructure and a quality system in the service that fully satisfies. With the quality are generated greater economic revenues (especially the hotel industry) and contributes to the development. In this study we investigated the major hotels in the city of Latacunga, and have not been chosen hostels and hostels because the goal to which they are directed is different to that of a hotel. We need to focus on the places where the traveler prefers staying when it comes to a location outside of your hometown or residence.

### **KEY WORDS**

- **HOTEL INDUSTRY**
- **LATACUNGA HOTELS**
- **ACCOMMODATION TO TOURISTS.**
- **CLASS SERVICES THEY OFFER.**
- **QUALITY HOTEL MANAGEMENT**

## INTRODUCCION

Nuestro mundo actual es un mundo de cambios y de una encarnizada competencia por el éxito empresarial. Las organizaciones que pretendan triunfar, adquiriendo seguridad laboral apropiándose del mercado, deben preocuparse permanentemente por la excelencia, manejo y control de la calidad en todo su quehacer práctico y profesional.

Siendo los huéspedes tan exigentes y teniendo tantas alternativas entre las que elegir los servicios que requieran.

Quienes, en este enrevesado mundo, consideren e intenten, en los mercados libres que hoy dominan el comercio mundial, garantizar al cliente que sus productos o servicios son y serán siempre, para ellos, una buena inversión, podrán ganar un lugar privilegiado, y lo que es aún más difícil, mantener en el tiempo el funcionamiento de su negocio.

No por gusto, en los países desarrollados y con gran importancia surge como, concepto primordial lo que ya conocemos como, Calidad Total en los servicios.

La calidad en los servicios y la calidad total, consisten en controlar y verificar la calidad de todos los factores involucrados en un proceso y de todas las actividades de una organización, a fin de asegurarse que el producto o servicio ofrecido sea óptimo. Se establece como primera prioridad la excelencia en todo lo que se hace dentro de las empresas y organizaciones considerando, por tanto, igualmente valiosos e importantes, todos los trabajos al interno de la misma.

Para lograr la excelencia o calidad total, debemos partir preocupándonos de nuestro propio comportamiento, pues siendo exigentes con nosotros mismos, lo seremos con nuestro trabajo.

Al intentar lograr la calidad óptima en cada una de las secciones o servicios que brindamos, crearemos una empresa más eficiente, más dinámica, orientada hacia los resultados, en la que indudablemente sería muy agradable trabajar, estaremos logrando satisfacer nuestro propio objetivo personal, siendo este el disfrute de nuestra labor, y lo que también es un objetivo importante y nuestra razón de ser en el ámbito de la empresa, “satisfacer las necesidades de nuestros huéspedes”.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **Contextualización**

En la actualidad las cadenas hoteleras en Ecuador, han ido en incremento debido a las políticas de desarrollo económico que emplea el gobierno para mejorar el sector turístico, brindando a las Empresas Hoteleras, la oportunidad de mejorar sus instalaciones y los servicios que prestan las mismas, mediante incentivos económicos y préstamos, también ha implementado campañas publicitarias de destinos turísticos, como la realizada en el principal campeonato profesional de fútbol americano. Esta fecha marca un hito, sin precedentes, en el registro histórico del turismo Ecuatoriano, realizado en los estados Unidos de América, en el 2014.

Se espera obtener un mayor movimiento turístico a finales del 2015, y el incremento de las personas extranjeras que visiten el Ecuador, siendo este el motivo por el cual, varias cadenas internacionales e inversionistas nacionales, han apostado al desarrollo turístico del Ecuador, como un destino privilegiado para construir o administrar un hotel y brindar a los huéspedes con calidad el mejor de los servicios.

Según Ordoñez & Marco – 2005 mencionan que “la categorización hotelera en el Ecuador, se designa de acuerdo a la zonificación”. Los servicios y las adecuaciones en la infraestructura del hotel, definen la categoría a la que representa. La Ley de Turismo vigente en la constitución del Ecuador, en el artículo 53 define la categoría y los conceptos generales del alojamiento turístico, según los hoteles, hoteles residencias, hoteles apartamentos pueden recibir una categoría de lujo hasta una de cuarta, dependiendo de los requisitos que cumplan.

Al existir comentarios en cuanto a la calidad de los servicios que ofrecen los hoteles en Ecuador, se debe de realizar una investigación o estudio en la organización de recursos humanos, en el clima laboral de los colaboradores dentro del establecimiento, o áreas que desempeñan en el hotel, también es de gran importancia recalcar que la prestación de servicios de los hoteles se gradúa de acuerdo a la categoría que preside el lugar de alojamiento, que en nuestro país alcanza una categoría máxima de cinco estrellas o primera categoría.

Por todo lo anteriormente dicho se ha evidenciado la importancia en la calidad de los servicios que prestan las Empresas de servicio Hotelero en el Ecuador y esencialmente en la Ciudad de Latacunga. Al finalizar se conocerá el resultado de la investigación realizada, que debilidades y fortalezas se evidencian, lo cual contribuirá a proponer un nuevo Sistema de Calidad en los Servicios a los Huéspedes que incentive aún más el Turismo en la Ciudad y el País.

### 1.1.1 Árbol de Problemas

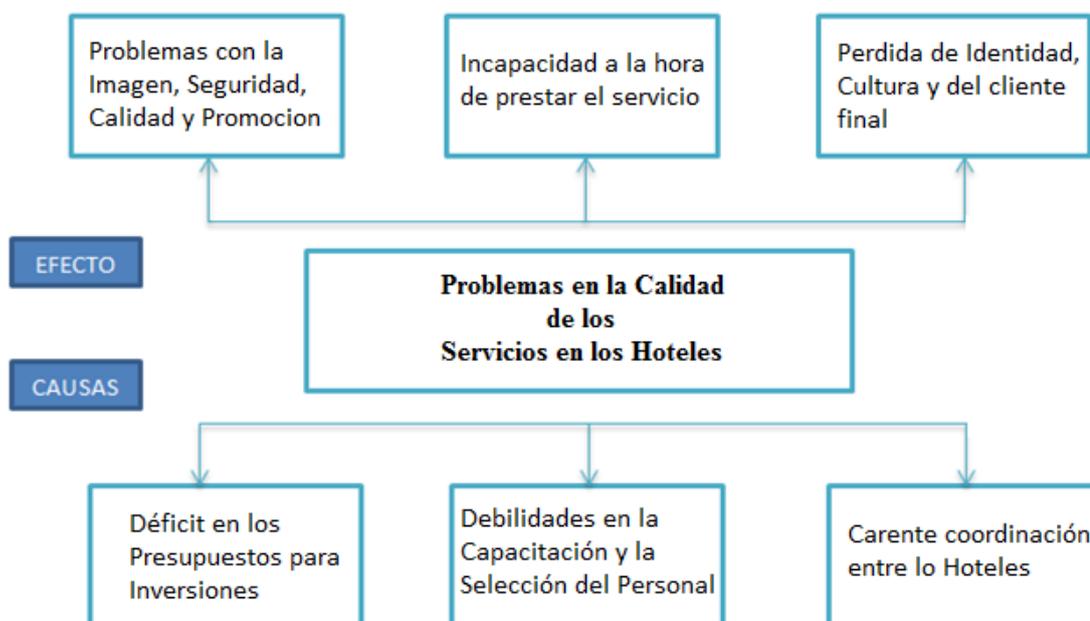


Gráfico: 1. 1 Árbol de Problemas

### **1.1.2 Análisis Crítico**

Dentro de los aspectos que pueden afectar la calidad de los servicios, estaría el déficit en los presupuestos para la realización de inversiones, lo que perjudicaría de forma importante las Instalaciones Hoteleras, pues no contarían con un programa de promoción, de productos, de seguridad, imagen y calidad en los servicios acorde a la actualidad.

Otro problema sería en su esencia en la selección de los recursos humanos y su capacitación para las funciones a desarrollar en los Hoteles, esto provocaría una incapacidad y preparación total a la hora de prestar los servicios con calidad y profesionalidad según la categoría, provocando la pérdida del cliente e imposibilitando que decida el retorno a nuestras instalaciones hoteleras.

Además podrían estar afectados, por el incumplimiento de las iniciativas del Ministerio del Turismo, por la falta de coordinación ente los Hoteles y Lugares de Alojamiento de la ciudad, provocando pérdida de identidad ya que no existiría un servicio de calidad con carácter tradicional que provoque que el huésped no esté en contacto directo con la población y las costumbres de la ciudad, perdiendo así la posibilidad de un desarrollo sostenible en las Empresas Turísticas del País y en la Ciudad.

### **1.1.3 Prognosis**

Al no dar solución al problema de investigación planteado las Empresas Turísticas de la ciudad y el País podrían colapsar en su Sistema de Calidad en los Servicios de atención a los huéspedes. De igual manera si no existe un Sistema de Mejora Continua en la Calidad de los Servicios que se Prestan y que conlleve a lograr mejores y profesionales resultados como se quiere, se estancaría la evolución y desarrollo de las Empresas Hoteleras de la Ciudad provocando pérdidas considerables en la economía, que impedirían el desarrollo y la obtención de categorías y servicios de calidad superiores para con los huéspedes en la actualidad.

Sin embargo; si se da solución al problema planteado, las Empresas Hoteleras de la Ciudad y el País podrían implementar un Sistema de Calidad en los Servicios de mejora continua de atención a los huéspedes. De igual manera influirán positivamente en el crecimiento económico de nuestro país y en el caso en particular de la Ciudad de Latacunga aumentarían los niveles de ingresos y desarrollo logrando ponerse a la altura de lo que necesita el país en presente con beneficios en el futuro.

#### **1.1.4 Formulación del problema**

¿Influye la Calidad del Servicio a los Huéspedes en los Hoteles en el desarrollo y en la incentivación del turismo en la Ciudad de Latacunga?

#### **1.1.5 Interrogantes de la Investigación**

- ¿Cuál es el presupuesto asignado según su categoría en los distintos hoteles que se encuentran en la Ciudad de Latacunga?
- ¿Cuál es el nivel de selección del personal y su capacitación según su categoría en los distintos hoteles que se encuentran en la Ciudad de Latacunga?
- ¿Qué es el nivel de gestión y coordinación según su categoría en los distintos hoteles que se encuentran en la Ciudad de Latacunga?
- ¿Cuál sería el Sistema de Calidad en los servicios a implementar que diera solución y contribuyera a mejorar la Calidad de los Servicios a los huéspedes en los Hoteles en la Ciudad de Latacunga?

### 1.1.6 Delimitación de la Investigación

<b>Campo</b>	Turismo
<b>Áreas</b>	Empresas Hoteleras
<b>Aspecto</b>	Calidad de los Servicios a los huéspedes
<b>Delimitación Espacial</b>	Hoteles que se encuentran en la Ciudad.
<b>Provincia</b>	
<b>Cantón</b>	Latacunga
<b>Delimitación Temporal</b>	2015 – 2016

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

La ciudad de Latacunga ha ido creciendo en los últimos años y con ello la infraestructura hotelera por esta razón, se considera importante tratar el tema de los hoteles y la calidad del servicio que ofrecen a sus huéspedes, acorde con las opciones que tienen los turistas al momento de buscar hospedaje en nuestra ciudad.

Con el funcionamiento del nuevo aeropuerto en nuestra Latacunga se plantea incrementar la afluencia de visitantes a la zona creando cadenas turísticas, es decir se pretende ofrecer con calidad, servicios completos que incluyan transportes, alojamiento, visitas, excursiones e incluso renta de autos, y que estos se oferten en dicha instalación.

Es necesario que los hoteles que se encuentran funcionando al momento en la ciudad de Latacunga y los nuevos que se crearán deban estar preparados y abiertos a la innovación para ofrecer un servicio de calidad a sus huéspedes.

Hay que tener en cuenta que de la profesionalidad en la selección y capacitación del personal que brindará la hospitalidad y el trato que recibirán los turistas depende su retorno, si un hotel le ofrece todas las comodidades que el huésped requiere

seguramente esta persona regresará a la ciudad y se hospedará en este sitio y aún más, incluso podría recomendarlo a las personas que estén pensando en venir a la ciudad.

Con esta investigación lo que se pretende es conocer la calidad en el servicio ofertado, cuales son las fallas más comunes al momento de recibir a los huéspedes en los distintos hoteles que se encuentran en la ciudad de Latacunga, ya que nuestra ciudad al contar con varios atractivos turísticos además de la riqueza cultural, es un sitio muy visitado por turistas tanto nacionales como extranjeros.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

- Investigar acerca de la calidad de servicio que ofrecen a sus huéspedes los hoteles en la ciudad de Latacunga a fin de proponer un nuevo sistema de calidad para incentivar el turismo en la misma.

#### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar la fundamentación del Marco Teórico de la calidad del servicio de los hoteles en la ciudad de Latacunga.
- Determinar los tipos de hoteles que existen y su clasificación según su categoría.
- Conocer cuántos hoteles se encuentran operando actualmente en la ciudad de Latacunga y que servicios ofrecen a sus huéspedes.
- Proponer un servicio de calidad eficiente para los hoteles de la ciudad de Latacunga.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 CONCEPTOS GENERALES**

##### **2.2.1 HISTORIA DE LA HOTELERÍA:**

Según Ecuador (2004), menciona que:

El inicio de la hotelería Ecuatoriana, data del año 1955, con la agrupación de empresarios Guayaquileños, quienes fueron los fundadores de la organización nacional de hoteleros, con la finalidad de representar los intereses del sector”. Los representantes, Frederick Stoeckli, del Hotel Humbolt Internacional y Francisco Bruzzone, del Hotel Continental, el Majestic y el Pacífico, Fernando David, del Hotel Tourist, Luis Aguas, del Hotel Ritz; Isaac Aboad, del Hotel Metropolitano, Hernán Álvarez Soria y Ernesto Granizo Velasco, funcionarios de la Subdirección de Propaganda y Fomento de Turismo del Ministerio de Economía y Turismo en esa época.

La agrupación de los empresarios Guayaquileños, en la Industria Hotelera, fue fundamental para el inicio de proyectos que fomentaron el turismo en el Ecuador. Por otra parte, sirvió como plataforma turística a nivel nacional e internacional, siendo ejemplo para las demás cadenas hoteleras y pequeños empresarios locales, en la organización y prestación de servicios hoteleros, que permitan al huésped disfrutar de su estadía y una grata experiencia.

Según Robert y Kunstaetter – 2002, mencionan que dado el desarrollo de la industria la Asociación Hotelera Nacional del Ecuador, a extendió sus cadenas de acción, por todo el Ecuador y proyectándose a nivel internacional, con la firme decisión de representar y desarrollar el sector hotelero desde 1987.

En la actualidad la Industria Hotelera Ecuatoriana, ha generado grandes avances en el incremento de infraestructura hotelera, con el propósito de ampliar las comodidades de los huéspedes, brindándoles un espacio de relajamiento y diversión, además de una estadía placentera, ofreciendo una amplia gama de servicios.

Según Ballesteros y Carrion – 2007, mencionan que “hoy en día, las cadenas hoteleras en Ecuador, se han ido incrementado debido a las políticas de desarrollo económico que emplea el gobierno Ecuatoriano, para mejorar el sector turístico”, brindando a las pequeñas y grandes empresas hoteleras, la oportunidad de mejorar sus adecuaciones mediante incentivos económicos y préstamos que servirán para adecuar la infraestructura y generar un mejor servicio al turista, también ha implementado campañas de promoción de destinos turísticos, como la realizada en el (súper Bowl) “ALL YOU NEED IS ECUADOR” en el principal campeonato profesional de fútbol americano. Esta fecha marca un hito, sin precedentes, en el registro histórico del turismo Ecuatoriano, realizado en los estados Unidos de América, en el 2014.

Aprovechando el potencial turístico del Ecuador el gobierno ha implementado importantes campañas para promocionar el turismo, esperando obtener un mayor movimiento económico generado por los visitantes. Por otra parte, a finales del 2015, se espera que aumenten las visitas del turista y el aumento en la capacidad de gasto de las personas extranjeras que visitan el Ecuador. Motivo por el cual, se han interesado en invertir en el Ecuador, varias cadenas internacionales e inversionistas nacionales, apostando al desarrollo turístico del Ecuador, estableciendo convenios y promocionando el turismo, como un destino privilegiado para construir o administrar un hotel y brindar a los huéspedes servicios de calidad.

Es importante mencionar que la campaña promocional fue inédita, obteniendo resultados positivos para fomentar el turismo en el Ecuador, estando enfocada a un país en específico y en un evento en especial, siendo una gran oportunidad para el país promocionarse, debido a la gran magnitud de interés que despertó en todo el mundo. La Gente de Australia, Nueva Zelanda, Egipto, Singapur, Malasia, Venezuela, y algunos países más, se han sumado a esta iniciativa promocional del ministerio de turismo Ecuatoriano, el cual argumenta que se está trabajando en calidad e Infraestructura para recibir el incremento de visitantes.

### **2.3.1 HOTEL DEFINICION EPISTEMOLOGICA:**

Según Cozumel y Roo – 2005, argumenta que “la palabra hotel, admite como procedencia el francés (hotel), es internacional, empezó a usarse a finales del siglo XI designando una morada y en el siglo XIX, cualquier establecimiento para alojar huéspedes y viajeros”. La voz proviene del latín hospitalis domus, casa para acoger a huéspedes.

Un hotel, es una estructura edificada con la planificación y acondicionamientos, con el fin de brindar servicios, de alojamiento a las personas, permitiéndoles a los huéspedes el confort y la comodidad, ofreciendo servicios adicionales como restaurantes y cafeterías, algunos hoteles cuentan con servicios de Spa y Peluquería, gimnasio/rumba terapia, salas de recepciones y conferencias, servicios de transportes, guía turística animando a los grupos a organizar un recorrido por las demás cadenas o hostales asociados a la cadena o simplemente llegar a una localidad y alojarse con una familia, lo cual les permitirá compartir la cultura y tradiciones de las comunidades.

En nuestro medio hotelero, los servicios que se brindan a los huéspedes, están acorde con la naturaleza o temática del hotel, la diversidad de los ecosistemas, permite ofrecer un sin número de servicios, brindándole al huésped el disfrutar de las variadas alternativas y servicios de la localidad.

### **2.4.1 HOTELERÍA**

Según Bello – 2007, define “a la hotelería como las actividades económicas, referentes a la prestación de servicios de alojamiento y la alimentación, usualmente ligados al turismo”.

Los lugares con trascendencia turística, sujetos a estas actividades reciben distintos nombres, según la categoría, aunque las denominaciones oficiales suelen depender de la reglamentación interna en la localidad, clasificándolos con criterios urbanísticos, sanitarios, de seguridad. En el Ecuador las denominaciones según los sectores turísticos: hoteles, hostales, paradores, pensiones, casas rurales, bares, tabernas, restaurantes, casas de comidas, chiringuitos, paladares, etc.

### **2.5.1 GENERALIDADES HOTELERA EN EL ECUADOR**

Según Ordoñez y Marco – 2005, mencionan que “con la estrategia promocional, el turismo, ha generado una inversión importante para el desarrollo económico de los pueblos y ciudades dedicadas a la actividad turística”, los visitantes extranjeros aumentaron un 15.81 % en el primer trimestre del 2012, al pasar de 279.451 en el 2011 a 323.645, en el 2012. Según la información entregada por la Dirección Nacional de Migración al Ministerio de Turismo. Se especula que para el 2014 la demanda de habitaciones en el sector hotelero crezca.

Según Ecuador – 2004, menciona que “previsto los acontecimientos, el ministerio de turismo tiene considerado la inversión en el ámbito turístico, más de USD 200 millones serán invertidos en los próximos 4 años”, eso incluye la construcción de 10 nuevos hoteles bajo la marca francesa IBIS-Accor. En esta línea también celebró la respuesta de la empresa privada local, encontrado una respuesta buena, basándose a la campaña “Viaja Primero Ecuador” logrando los objetivos en las empresas Ecuatorianas, Promoviendo los destinos turísticos del país. Los incentivos por la promoción generan el financiamiento del 20 % y 30% de su publicidad, asumida por el ministerio de turismo.

Según Perez – 2008, menciona que “al querer ejecutar un proyecto hotelero, lo fundamental a tomarse en cuenta son los inversionistas”. Los lugares de hospedaje se han ido adaptando a los requerimientos de cada lugar y mercado turístico. En las

ciudades, se encuentran las cadenas de hoteles de lujo, estándar, boutique, boutique de lujo, resorts, campestres, etc. Cada marca hace la diferencia de su sello y sus estándares en los servicios que brindan. Uno de los principales factores a tomar en cuenta son: las nuevas tecnologías de información que han incrementado las exigencias del huésped.

Al generar comentarios sobre los servicios que ofrece la industria hotelera Ecuatoriana, se debe de estudiar la organización de recursos humanos, en el clima laboral de los colaboradores dentro del establecimiento, o áreas que desempeñan, en el hotel, también es de gran importancia recalcar que la prestación de servicios de los hoteles se gradúa de acuerdo a la categoría que preside el lugar de alojamiento.

Según Barrera, Gallegos y Rodríguez (1999), mencionan que:

En el artículo quinto, del Reglamento Hotelero del Ecuador, define que los establecimientos que presten servicios de hospedaje, para que puedan ser clasificados en las categorías, deberán de contar con las condiciones necesarias detalladas a continuación:

- Deberá ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo siempre que esta sea Completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo.
- Facilitar al huésped tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los Hoteles - Residencias y Hoteles - Apartamentos.
- Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

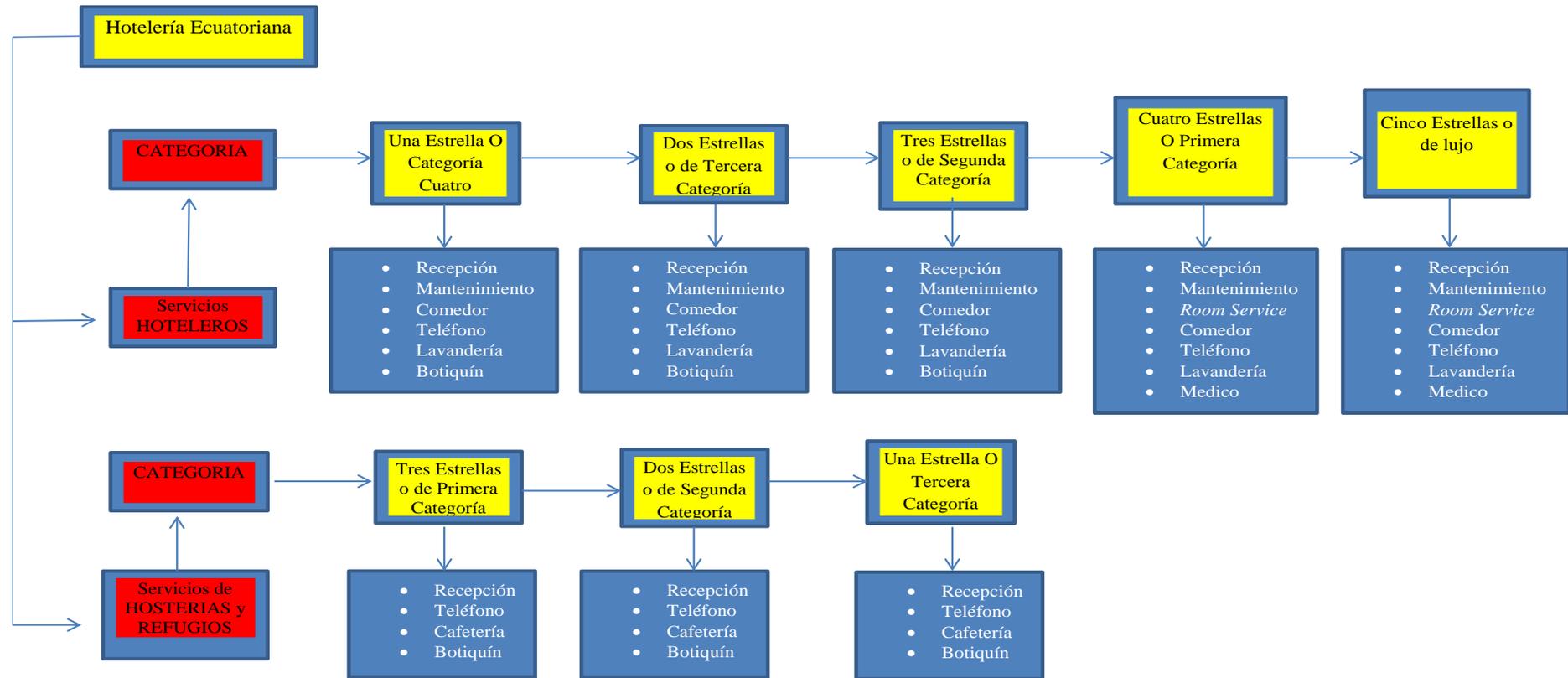
En el Ecuador, se han incrementado las infraestructuras hoteleras, de acuerdo a los reglamentos hoteleros, para brindar al turista nacional y extranjero un buen servicio. Por otra parte, el ministerio de turismo brinda facilidades a los inversionistas, que les permita implantar servicios de calidad, con financiamientos de la corporación financiera nacional (CFN), con tasas de interés privilegiadas a 15 años plazo orientados para proyectos nuevos como para existentes, considerando que el turismo ocupa el segundo lugar de ingresos económicos en el país, luego de productos alimentarios.

### **2.6.1 CATEGORÍA HOTELERA DE ACUERDO A LOS SERVICIOS:**

Según Ordoñez y Marco – 2005, mencionan que “la categorización hotelera en el Ecuador, se designa de acuerdo a la zonificación”. Los servicios y las adecuaciones en la infraestructura del hotel, definen la categoría a la que representa.

La Ley de Turismo vigente en la constitución del Ecuador, en el artículo 53 define la categoría y los conceptos generales del alojamiento turístico, según los hoteles, hoteles residencias, hoteles apartamentos pueden recibir una categoría de lujo hasta una de cuarta, dependiendo de los requisitos que cumplan.

**FLUJO DE INFORMACION**



**Gráfico: 2. 1 Flujo de información**

### **2.7.1 HOTELERIA ECUATORIANA**

Según Ballesteros y Carrion – 2007, refieren que “la actividad hotelera del Ecuador, va de la mano con el incremento del turismo, gracias a las alternativas y promociones que brindan los lugares de hospedaje, se puede disfrutar de la estancia y la cultura de los pueblos”. El desarrollo del turismo genera 405.820 mil fuentes de trabajo directas e indirectas en el Ecuador, de acuerdo a resultados estadísticos de las Encuestas Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo en el Ecuador, INEC 2015. De esta cifra, 272.808 son mujeres y 133.012 son hombres.

El Ministerio de Turismo, ha implementado una campaña en todo el país, para mejorar los servicios en los establecimientos y el compromiso en los colaboradores, para garantizar el retorno del visitante. Sustentados en la aplicación de cinco pilares fundamentales: Seguridad, Calidad, Destinos y Productos, Conectividad y Promoción.

Según, Ordoñez y Marco – 2005, mencionan que “en la actualidad se desarrollan propuestas estratégicas para mejorar la estadía de los turistas en el Ecuador, con el compromiso de las empresas hoteleras y pequeños empresarios locales”, como la campaña internacional “All you need is Ecuador”, una acción sin precedentes en la historia turística Ecuatoriana, que arrancó con éxito el 2014 el primero de abril, logrando que el Ecuador lidere las expectativas de los turistas de planificar viajes en todos los países del mundo, por ser un destino de diversidad cultural y natural, que lo tiene todo para ser considerado un valioso destino turístico.

La ideología del ministerio de turismo, liderado por la ministra, Sandra Naranjo Bautista, es desarrollar un turismo sostenible con el esfuerzo de la población Ecuatoriana, para avanzar firmes en la construcción de una conciencia turística que se propague rápidamente por costa sierra y oriente, en las penínsulas y archipiélagos igualmente. Entre todos los ecuatorianos establecer una estadía de calidad al turismo nacional e internacional, que produzca motivación y apoyo en cada una de las acciones emprendidas para el desarrollo del turismo.

Según, Perez – 2008, menciona que “en el Ecuador la industria hotelera ha mejorado los servicios y alternativas, adecuándolas a los requerimientos de los turistas y viajeros

que recurren a los servicios de hospedaje y alimentación”, con la diferencia de que antes era un buen servicio hoy en día es catalogado como un servicio extraordinario, las adecuaciones y los servicios son destinados para la comodidad de los clientes.

Los hoteles se enfocan en los requerimientos de los clientes y en brindarles gratas experiencias. Los hoteles de lujo por norma internacional ya tienen establecidas las actividades y servicios regidos por la Organización Mundial de Turismo. En tanto los hoteles locales o nacionales, generan alternativas propuestas por la iniciativa tomando en cuenta los valores culturales, y los vínculos naturales que mantienen con sus huéspedes, como el trato al cliente y servicio personalizado determinarán la estancia de un huésped en un hotel local.

### **2.8.1 SERVICIOS:**

Según Valdes, Agustín y Vega – 1999, mencionan que “un buen servicio, se define en base a las actividades realizadas en conjunto que buscan responder a las necesidades de un cliente”. Hoy en día los servicios hoteleros generan una diversidad de actividades, donde el cliente decide la convivencia. Las actividades son desarrolladas por un grupo selecto de colaboradores que trabajan en las empresas o agrupaciones hoteleras.

Por la demanda hotelera, gracias a la iniciativa del ministerio de turismo, la coordinación entre los hoteles y lugares de alojamiento, se ofrecen servicio de carácter tradicional, con el objetivo que no sólo buscan unas bonitas instalaciones de hotel, sino que también quieren un contacto más directo con la población y sus costumbres del destino que visitan.

Según Bigne, Font y Andreu – 2000, mencionan que “la Organización Mundial de Turismo, es la encargada de determinar y unificar los criterios en cuando a la clasificación hotelera”, clásica y las demás conocidas para saber qué servicios tiene cada hotel está determinada por la cantidad de estrellas que tenga.

### **2.9.1 Los Hoteles de Una Estrella o de Categoría Cuatro**

Según Puig y Fresco – 2006, mencionan que “los hoteles de esta categoría, son frecuentados por viajeros siendo el hospedaje económico prestando escasos servicios”. Comúnmente ofrecen habitaciones privadas, algunos cuentan con baño privado o en otros casos un baño compartido con otras habitaciones.

Normalmente estas edificaciones están ubicadas en los alrededores de los parques y centros de la ciudad, son los lugares escogidos como puntos estratégicos para desarrollar esta actividad. El servicio es escaso y la atención es de mejorar en algunos establecimientos, debiendo de contar con los siguientes servicios:

Según Puig y Fresco (2006), argumentan los servicios que deben brindar los hoteles de una estrella:

- Servicio de Recepción, permanentemente atendido, dentro de lo posible, por personal capacitado. Los Botones o Mensajeros dependerán de Recepción.
- Servicio de Pisos para el mantenimiento de las habitaciones, así como para su limpieza que será atendido por Camareras, cuyo número dependerá de la capacidad del establecimiento, debiendo existir al menos una Camarera por cada diez y ocho habitaciones.
- Servicio de Comedor, atendido por el personal necesario según la capacidad del establecimiento.
- Servicio de Lavandería y Planchado de la ropa de los huéspedes y de la lencería del establecimiento. Este servicio podrá ser propio del establecimiento o contratado.
- Teléfono Público.
- Botiquín de primeros auxilios.

Estos establecimientos generalmente son de espacios reducidos situados en residencias o en pequeñas edificaciones, el panorama no es muy inspirador, y los espacios solo permiten reposar, sin embargo se los utiliza para pasar la noche o tomar un descanso en el camino. Los servicios de teléfono y televisión si se los requiere normalmente se deben pagar recargos o deben ser compartidos en el hall central del edificio.

## 2.9.2 Los Hoteles de Dos Estrellas o de Tercera Categoría

Las habitaciones de los hoteles de dos estrellas son amplias y cuentan con baño privado.

Según Puig y Fresco (2006), mencionan que:

La adecuación de las habitaciones está compuesta por elementos extras que facilitan la estadía y comodidad de los huéspedes, comúnmente son roperos, mesas, sillas, anaqueles etc.

Los servicios que ofrecen estos hoteles son:

- Información turística de la zona en la que encuentran.
- Servicio de Recepción, permanentemente atendido por personal capacitado.
- Los Botones o Mensajeros de penderán de la Recepción.
- Servicio de Pisos para el mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza que será atendido por Camareras, cuyo número dependerá de la capacidad del establecimiento, debiendo existir por lo menos una camarera por cada diez y ocho habitaciones.
- Servicio de comedor, que estará atendido por el personal necesario según la capacidad del establecimiento con estaciones de diez mesas como máximo.
- Servicio Telefónico. Existirá una central con por lo menos dos líneas, atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este cometido la Recepción.
- Servicio de Lavandería y Planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del establecimiento. Este servicio podrá ser propio del establecimiento o contratado.
- Botiquín de primeros auxilios

En su gran mayoría, estos hoteles brindan servicios de comedor o cafetería, aunque sus horarios son establecidos y los menús son básicos. Por lo habitual se encuentran ubicados en las zonas céntricas de las ciudades o poblaciones, aunque las vistas que ofrecen no son espectaculares. Una de las características es que son hoteles funcionales y

su clientela la constituyen viajeros o profesionales, que llegan al hotel, por la actividad que se encuentran realizando en el lugar y solo buscan descansar y programar las actividades.

### **2.9.3 Los Hoteles de Tres Estrellas o de Segunda Categoría**

Las habitaciones de los hoteles de tres estrellas, tienen un costo promedio. Sus instalaciones cuentan con habitaciones con baños privados y confortables, con espacio de adecuados para recibir visitas y el menaje de la habitación es completo, está compuesto por armarios, mesas, sillas, televisión y teléfono privado.

En algunos casos dentro de las habitaciones se encuentran pequeñas neveras provistas de bebidas que son pagadas al final de la estadía en caso de haber sido consumidas.

Según Puig y Fresco (2006), mencionan que:

Estos hoteles cuentan siempre con una ubicación privilegiada, ya sea en la zona céntrica de la ciudad o cerca de lugares turísticos que tiene grandes atracciones. También sus instalaciones pueden incluir parking.

Característicamente se clasifican en esta categoría porque cuentan con los siguientes servicios:

- Servicio de Recepción - Conserjería, permanentemente atendido por personal experto. El Jefe de Recepción conocerá los idiomas español e inglés. Los demás Recepcionistas y Capitán de Botones deberán tener conocimientos básicos de algún idioma extranjero. El Capitán de Botones, los Ascensoristas, los Mozos de Equipajes y los Botones o Mensajeros dependerán del requerimiento de la Recepción.
- Servicio de Pisos para mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza y preparación, que estará a cargo de un Ama de Llaves ayudada por las Camareras de Pisos. El número de Camareras dependerá de la capacidad del establecimiento debiendo existir una Camarera por cada diez y seis habitaciones.

- Servicio de Comedor que estará atendido por el Maitre o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario, según la capacidad del establecimiento, con estaciones de ocho mesas como máximo.
- Servicio Telefónico. Existirá una central, que contara por lo menos dos líneas, atendida permanentemente por personal experto y suficiente para facilitar un servicio rápido y eficaz. Los encargados de este servicio deberán hablar el español y tener además conocimientos de inglés.
- Servicio de Lavandería y Planchado de la ropa de los huéspedes y de la lencería del establecimiento. Este servicio podrá ser propio del establecimiento o contratado.
- Botiquín de primeros auxilios.

El servicio de comidas que ofrecen es generalmente del estilo de bares con horarios de mañana, tarde y noche, a más de esto poseen un amplio abanico de opciones turísticas para los huéspedes mediante excursiones. A más de esto cuentan con servicio de botones, servicio a la habitación las 24 horas, conserjes y servicio bilingüe en la recepción para huéspedes que hablen otro idioma.

#### **2.9.4 Los Hoteles de Cuatro Estrellas o de Primera Categoría**

Los hoteles de cuatro estrellas son considerados de primera clase, la estadía por persona redondea los 100 dólares la noche incluido desayuno, son lujosos, tienen amplias habitaciones con todas las comodidades, el menaje de las habitaciones incluyen secador de cabello, televisión por cable, entre otros servicios que ofrecen, servicio de lavandería, centro de reuniones o negocios, centros de ocio tales como gimnasios, canchas deportivas, mesas de billar y tiendas de estilo “duty free”.

Según Puig y Fresco (2006), mencionan que:

El personal que labora en estos hoteles está altamente calificado y entre ellos se encuentran: chefs, botones y parqueados plurilingües e incluso guías que ofrecen guías y recorridos por la región. Esta categoría deberá contar con los siguientes servicios:

- Servicio de Recepción.
- Conserjería, permanentemente atendidos por personal experto.
- Servicio de Pisos para el mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza y preparación, que estará a cargo de un Ama de Llaves, auxiliada por las Camareras de Pisos, cuyo número dependerá de la capacidad del establecimiento, debiendo existir como mínimo una Camarera por cada catorce habitaciones.
- Servicio de Habitaciones (*Room Service*), para atender los pedidos de comidas y bebidas a las habitaciones de manera permanente. Este servicio deberá estar atendido por personas especializadas bajo las órdenes del Mayordomo o Jefe de *Room Service*, quien deberá tener conocimientos del idioma inglés, además de hablar el español. Al igual que los hoteles de Lujo.
- Servicio de Comedor que estará atendido por un Maître o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario, según la capacidad del establecimiento, con estaciones de seis mesas como máximo. Los Jefes de Comedor a más de conocer el español deberán tener por lo menos conocimientos básicos del idioma inglés.
- Servicio Telefónico. Existirá una central con por lo menos cinco líneas atendida permanentemente por personal experto y eficiente para facilitar un servicio rápido y eficaz. Los encargados de este servicio deberán conocer además del español el idioma inglés.
- Servicio de Lavandería y Planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del establecimiento. Esta dependencia deberá tener una batería de lavado con una capacidad mínima de una libra por habitación.
- Servicio Médico debidamente atendido por un médico y enfermero, este último deberá atender permanentemente. Estos servicios se prestarán con cargo al cliente que los requiera.

Siempre cuentan con servicio de bar y restaurante, las comidas y bebidas pueden ser degustadas directamente en la habitación. Su ubicación es excelente, cuentan con vistas espectaculares, suites de lujo con jacuzzi, Spa, etc. Las estancias de los huéspedes en este

tipo de hotel son largas y placenteras ya que pueden disfrutar su estadía mientras descansan o realizan alguna de las actividades que el hotel les ofrece.

### **2.9.5 Los Hoteles de Cinco Estrellas o considerados de lujo**

En los hoteles cinco estrellas se pueden realizar fiestas especiales o congresos ya que cuentan con mucho espacio y capacidad suficiente para recibir a un gran número de personas.

Según Puig y Fresco (2006), mencionan que:

Los hoteles cinco estrellas son considerados de lujo, porque ofrecen a sus huéspedes una atención impecable y una amplia gama de servicios extraordinarios como: piscina, gimnasio con entrenadores y animadores, guardería para niños, shows nocturnos y eventos, la estadía por persona equivale a 250 dólares, incluido los pases para todos los servicios del hotel.

Los hoteles cinco estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

- Servicios de Recepción y Conserjería que estarán atendidos por personal experto y distinto para cada uno de estos servicios.
- Servicio de Pisos para el mantenimiento de las habitaciones así como su limpieza y preparación que estará a cargo de un ama de llaves, auxiliada por las camareras de piso, cuyo número dependerá de la capacidad del establecimiento, como mínimo una camarera por cada doce habitaciones.
- El servicio de Habitaciones Room Service, deberá tener personal encargado de atender los pedidos de los huéspedes durante las 24 horas del día tanto de comidas como de bebidas.
- Servicio de comedor que estará atendido por el “Maitre” o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario según la capacidad del establecimiento, cuidando que las estaciones del comedor no excedan de cuatro mesas.
- Los Jefes de Comedor deberán conocer además del español el idioma inglés.

- Servicio telefónico en el que existirá una central de por lo menos 10 líneas atendidas permanentemente por personal experto y suficiente para facilitar un servicio rápido y eficaz; los encargados de este servicio deberán conocer además del español el idioma inglés.
- Servicio de lavandería y planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del establecimiento.
- Servicio Médico, debidamente atendido por un médico y un enfermero, este último atenderá permanentemente. Estos servicios se prestarán con cargo al cliente que los requiera.

El aseso al área de los restaurantes a más de su exquisita y variada comida preparada por chefs de primera categoría y especializados en la gastronomía de la región, es amenizada con música en vivo. Las habitaciones son cómodas, tienen espacios amplios y cuentan con todas las comodidades como: televisión por cable, servicio de limpieza, servicio de lavandería, atención personalizada las 24 horas del día. Las vistas que ofrecen son inigualables, los servicios suelen incluir un coctel de bien venida gratuito y descuentos en las entradas a eventos que se realicen por temporadas.

### **2.10.1 Hosterias, Refugios Y Cabañas**

Se hace necesario mencionarlos porque son establecimientos hoteleros predominantes en el Ecuador y en Latacunga:

Según, Ronco – 1994, argumenta que “las Hosterías, Refugios, Moteles y Cabañas, según las comodidades y servicios que presten a los usuarios se clasificarán en las categorías de tres, dos y una estrella que corresponden a la primera, segunda y tercera categoría”. Son de gran acogida por los turistas y visitantes, siendo un modelo que está dando resultados en américa latina, ya queda a conocer los antecedentes de la cultura y su forma de vida, activando la economía de las comunidades, empleando modelos de gestión, basado en objetivos comunes, como el agua, la gente, el trabajo sostenible, y así buscar una adecuada utilización de los recursos naturales, generando fuentes de trabajo, pero sobre todo para buscar un mayor bienestar de las comunidades, brindando un buen servicio al turismo.

El plan de desarrollo hotelero de la Tucunga, “es inclusivo”, tanto en la actividad agro turística en el campo y en la ciudad las tradiciones y cultura. Ejerciendo las comunidades el control social, la organización, la estrategia de competitividad, estrategia artesanal, involucrando a todos los sectores, priorizando la gestión ambiental, con la acción conjunta del gobierno y la comunidad generando cadenas productivas, desarrollando estrategias de turismo especial, siendo más eficientes, buscando una alternativa que desarrolle ingresos complementarios. La economía de los visitantes y las variadas alternativas de hospedaje, según los servicios, permite disfrutar del hospedaje que ofrecen las hosterías, refugios, y cabañas en Latacunga.

Las hosterías Ecológicas, son confortables, donde hay amplias habitaciones familiares, paseos a caballo, visitas a cascadas, piscinas con hidromasajes naturales, la gastronomía típica. Son algunas de las alternativas que ofrecen para la diversión de los turistas, los balnearios, la flora y fauna es un atractivo turístico que deslumbra a los visitantes, los volcanes, los platos típicos, el chuchucas, con más de cuatro generaciones, las hallullas, galletas con el queso de hoja fresco, son un acompañante para el deleite de los visitantes, son algunas de las alternativas de la cocina tradicional de la zona.

Los refugios son los sitios ideales para los que quieren ascender a las montañas, allí se brinda alimentación, no es un hotel, es un lugar donde se ofrecen las comodidades para seguir un acenso a la cumbre, con aire puro que atrapa como un hechizo, la avenida de los volcanes, los páramos, etc.

Las caminatas y ascensos a los volcanes, alientan el espíritu y cargan de energía a los visitantes, de la mano de los guías, disfrutan los hermosos paisajes que ofrece la naturaleza. Un clima idóneo, los senderos, los animales, son parte de las experiencias que se pueden disfrutar en cada lugar de alojamiento en Latacunga.

### **2.10.2 Las Hosterías, Refugios y Cabañas de Tres Estrellas en la Primera Categoría**

Según Bigne, Font y Andreu (2000), las Hosterías, Refugios, y Cabañas de Tres Estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

- Servicio de Recepción las 24 horas del día.
- Central telefónica para llamadas locales e inter provinciales en los lugares donde hubiere este servicio y para comunicación con las habitaciones.
- En los refugios y moteles, servicio de cafetería las 24 horas del día.
- Botiquín de primeros auxilios.

### **2.10.3 Las Hosterías, Refugios y Cabañas de Dos Estrellas o de Segunda Categoría**

Según Bigne, Font y Andreu (2000), deberán contar con los siguientes servicios:

- Servicio de Recepción las 24 horas del día.
- Servicio de Recepción las 24 horas del día atendido por personal calificado.
- Existirá un Mozo de Equipaje o Mensajero que dependerá de Recepción.
- Central de Teléfono para llamadas locales e inter provinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones.
- Este servicio estará atendido por el personal de Recepción.
- En los Moteles servicio de cafetería las 24 horas del día.
- Botiquín de primeros auxilios.

### **2.10.4 Las Hosterías, Refugios y Cabañas de una estrella Tercera Categoría**

Según, (Bigne, Font, & Andreu, 2000) deberán contar con los siguientes servicios:

- Servicio de Recepción atendido las 24 horas del día por personal capacitado.
- Existirá un Mozo de Equipaje y Mensajero que dependerá de la Recepción.
- Teléfono público en la Recepción.
- En los Moteles servicio de cafetería las 24 horas del día.
- Botiquín de primeros auxilios.

### 2.11.1 INVESTIGACIÓN

Según Cegarra – 2012, menciona que “de acuerdo a las definiciones que presenta la Real Academia Española (RAE) sobre la palabra investigar (del latín *investigare*), este verbo se refiere a la acción de hacer diligencias para descubrir algo”. También hace referencia a la realización de actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático, con la intención de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia.

En ese sentido, puede decirse que una investigación es la búsqueda de conocimientos o de soluciones a ciertos problemas. Cabe destacar que una investigación, en especial en el campo científico, es un proceso sistemático se recogen datos a partir de un plan preestablecido que, una vez interpretados, modificarán o añadirán conocimientos a los ya existentes, organizado es necesario especificar los detalles relacionados con el estudio y objetivo sus conclusiones no se basan en impresiones subjetivas, sino en hechos que se han observado y medido.

Las actividades que se realizan dentro de un proceso investigativo incluyen la medición de fenómenos, la comparación de los resultados obtenidos y la interpretación de éstos en función de los conocimientos actuales. También se pueden realizar encuestas para buscar el objetivo.

Según Cegarra – 2012, menciona que “existen dos grandes tipos de investigación: la investigación básica también llamada pura o fundamental, que suele realizarse en laboratorios y permite la ampliación del conocimiento científico gracias a la creación o modificación de teorías”, y la investigación aplicada, que consiste en la utilización de los conocimientos en la práctica. Las investigaciones también pueden clasificarse de acuerdo al nivel de interacción entre las disciplinas participantes multidisciplinaria, interdisciplinaria o transdisciplinaria.

Según Bunge – 2004, menciona que “la investigación científica es una actividad orientada a la obtención de nuevos conocimientos y por esa vía, ocasionalmente dar solución a problemas o interrogantes de carácter científico”.

Una investigación se caracteriza por ser un proceso único:

- **Sistemático:** A partir de la formulación de una hipótesis u objetivo de trabajo, se recogen datos según un plan preestablecido que, una vez analizados e interpretados, modificarán o añadirán nuevos conocimientos a los ya existentes, iniciándose entonces un nuevo ciclo de investigación. La sistemática empleada en una investigación es la del método científico.
- **Organizado:** todos los miembros de un equipo de investigación deben conocer lo que deben hacer durante todo el estudio, aplicando las mismas definiciones y criterios a todos los participantes y actuando de forma idéntica ante cualquier duda. Para conseguirlo, es imprescindible escribir un protocolo de investigación donde se especifiquen todos los detalles relacionados con el estudio.
- **Objetivo:** las conclusiones obtenidas del estudio no se basan en impresiones subjetivas, sino en hechos que se han observado y medido, y que en su interpretación se evita cualquier prejuicio que los responsables del estudio pudieran hacer.

### 2.12.1 ENCUESTA

Según Martin – 2011, menciona que “una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación”. La información que es obtenida mediante la realización de una encuesta se realiza mediante un conjunto de preguntas dirigidas a una población representativa del estudio que se pretende realizar, con un solo propósito el cual es dar a conocer las opiniones, características o hechos específicos de la población. Para obtener un adecuado resultado se debe seleccionar las preguntas idóneas, de acuerdo con el tema de investigación.

### 2.12.2 Tipos de Encuesta

Si se enlista en un archivo, a los miembros de la población, se considera a la encuesta un censo. La dificultad de este tipo de encuesta es que es un poco compleja, porque

consume mucho tiempo y es económicamente costosa. Se debe considerar que la ventaja de esta encuesta, es que si no se cometieron errores, se posee información de cualquier individuo de la población.

Según Rada – 2009, argumenta que “los censos pocas veces otorgan información de forma clara y precisa, por lo que no se sabe si es verdadera información la que se obtiene”. Por lo que en la mayoría de investigaciones, se realiza una encuesta muestral, denominada encuesta por muestreo, con el fin de obtener la información necesaria. En esta encuesta se realiza una selección de la población o muestra, que se considere representativa del total de la población. Necesariamente la muestra se debe ser realizada con un marco muestral o lista de elementos pertenecientes a la población, de la cual se obtendrá la muestra.

La forma de reducir una encuesta por medio de muestreo es considerada un sondeo de opinión poblacional, esta forma de encuesta es similar a un muestreo, a diferencia de que la muestra de la población elegida, no es suficiente para que los resultados puedan aportar un informe confiable.

En la Actualidad, existen diferentes sistemas de gestión de encuesta, que cumplen su objetivo y es acercar su información obtenida a los investigadores, que hasta el momento no contaban con el acceso a los medios necesarios para ejecutarla

### **2.12.3 Ejemplo de Uso:**

Según Rada (2009), menciona algunos ejemplos de aplicación de la encuesta facilitando la labor del investigador:

1. Medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales.
2. Evaluar las estadísticas demográficas como errores, omisiones e inexactitudes.
3. Conocer profundamente patrones de las variables demográficas y sus factores asociados como fecundidad y migraciones determinantes.
4. Evaluar periódicamente los resultados de un programa en ejecución.
5. Saber la opinión del público acerca de un determinado tema.

Rada, considera 5 condiciones, para emplear bien una encuesta dirigida a una población, siendo las mejores y apropiadas recomendaciones, que facilitaran el trabajo del investigador, convirtiéndose en ayuda para la recolección de datos confiables.

### **2.13.1 Encuesta por muestreo: ventajas y desventajas**

#### **2.13.2 Ventajas**

Según, (Martin, 2011) argumenta las ventajas en la aplicación de la encuesta:

1. Bajo costo
2. Información más exacta (mejor calidad) que la del censo debido a que el menor número de encuestadores permite capacitarlos mejor y más selectivamente.
3. Es posible introducir métodos científicos objetivos de medición para corregir errores.
4. Mayor rapidez en la obtención de resultados.
5. Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
6. Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

Martin, define 6 ventajas de la aplicación de una encuesta, como una alternativa para obtener información veraz y oportuna en la investigación, considerando a la encuesta como un instrumento de recolección de datos idóneo.

#### **2.13.3 Desventajas**

Según Martin (2011), indica también que en la encuesta existen desventajas que se deben considerar a la hora de aplicar las encuestas:

Requiere para su diseño de profesionales con buenos conocimientos de teoría y habilidad en su aplicación. Hay un mayor riesgo de sesgo muestral. Es necesario dar un

margen de confiabilidad de los datos, una medida del error estadístico posible al no haber encuestado a la población completa. Por lo tanto deben aplicarse análisis estadísticos que permitan medir dicho error con, por ejemplo, intervalos de confianza, medidas de desviación estándar, coeficiente de variación, etc. Esto requiere de profesionales capacitados al efecto, y complica el análisis de las conclusiones.

El planeamiento y ejecución de la investigación suele ser más complejo que si se realizara por censo, por lo que se deben considerar las desventajas para tener encuesta al momento de aplicar la encuesta y no cometer errores que podrían alterar la información llevando a falsear la investigación.

#### **2.14.1 ¿QUÉ SON NORMAS ISO 9004: 2009?**

Según Plaza, Medrano y Posa – 2010, definen que “son Normas Internacionales que proporcionan la orientación de la empresa u organización con fines Comerciales, para conseguir el éxito sostenido en cualquier entorno de trabajo exigente y en constante cambio, mediante un enfoque de gestión de calidad”.

Según Jesus y Gonzalez – 2010, menciona que “las Normas ISO 9004-2009: establecen las directrices relativas en los factores técnicos, administrativos y humanos que intervienen en la calidad del servicio, es decir, es una norma que se refiere especialmente a los servicios brindados de manera general”.

#### **2.14.2 INTRODUCCIÓN A NORMAS ISO 9004: 2009**

Tercera edición 2009-11-01, Traducción officielle Gestión para el éxito sostenido de una organización o empresa, la realización de las Normas Internacionales se desarrollan por los comités técnicos de ISO, las cuales se consideran en el presente estudio como guía para aplicar una mejor gestión dentro de las prestaciones de servicios hoteleros.

Según Plaza, Medrano y Posa (2010), mencionan que esta Norma Internacional proporciona orientación para ayudar a conseguir el éxito sostenido para cualquier

organización en un entorno complejo, exigente y en constante cambio, mediante un enfoque de gestión de la calidad:

1. El éxito sostenido de una organización se logra por su capacidad para satisfacer las necesidades y las expectativas de sus clientes y de otras partes interesadas, a largo plazo y de un modo equilibrado. El éxito sostenido se puede lograr mediante la gestión eficaz de la organización considerando su misión y visión, mediante la toma de conciencia del entorno de la organización, mediante el aprendizaje y a través de la aplicación apropiada de mejoras, innovaciones o ambas.
2. Esta Norma Internacional promueve la autoevaluación como una herramienta importante para la revisión del nivel de madurez de la organización, abarcando su liderazgo, estrategia, sistema de gestión, recursos y procesos, para identificar áreas de fortalezas y debilidades y oportunidades tanto para la mejora, como para la innovación.
3. La organización puede lograr el éxito sostenido satisfaciendo de manera coherente las necesidades y expectativas de sus partes interesadas, de manera equilibrada, a largo plazo. El entorno de una organización sufre cambios de manera continua y es incierto y para lograr el éxito sostenido su alta dirección debería: tener una planificación con perspectiva a largo plazo, realizar un seguimiento constante y analizar regularmente el entorno de la organización, identificar todas sus partes interesadas pertinentes, evaluar sus impactos individuales potenciales sobre el desempeño de la organización, así como determinar la manera de satisfacer sus necesidades y expectativas de modo equilibrado.
4. La alta dirección debería tomar decisiones para el cambio y la innovación de la organización de manera oportuna a fin de mantener y mejorar el desempeño de la organización, Los medios por los que se expresan y se satisfacen las necesidades y expectativas de las partes interesadas pueden adoptar una amplia variedad de formas, incluyendo la colaboración, la cooperación, la negociación, la contratación externa, o el cese total de una actividad.
5. Hacer un seguimiento continuo y analizar regularmente el entorno de la organización, incluyendo las necesidades y expectativas de sus clientes, la situación competitiva, las nuevas tecnologías, los cambios de política. Estos procesos se deberían establecer de manera oportuna, proporcionando los planes y recursos necesarios para apoyarlos. La formulación de la estrategia de una

organización también debería considerar actividades tales como el análisis de las demandas del cliente o las reglamentarias, sus productos, sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

6. Revisar el sistema de gestión y sus procesos y actualizarlos según sea necesario, realizar el seguimiento, medir, analizar, revisar e informar a quien corresponda, proporcionar todos los recursos necesarios, incluyendo aquellos para la mejora, la innovación y el aprendizaje, desarrollar, actualizar y cumplir sus objetivos, incluyendo la definición de plazos para lograrlos, y asegurarse de que los resultados son coherentes con la estrategia.
7. Recursos financieros La alta dirección de la organización debería determinar las necesidades financieras de la organización y establecer los recursos financieros necesarios para sus operaciones actuales y futuras. Los recursos financieros pueden ser muy diversos, tales como dinero en efectivo, títulos, créditos u otros instrumentos financieros. La organización debería establecer y mantener procesos para realizar el seguimiento, controlar e informar sobre la asignación y el uso eficiente de los recursos financieros relacionados con los objetivos de la organización.
8. Competencia de las personas Para asegurarse de que la organización cuenta con las competencias necesarias, debería establecer y mantener un “plan de desarrollo de las personas” y procesos asociados, que deberían ayudar a la organización a identificar, desarrollar y mejorar la competencia de las personas a través de los siguientes pasos: identificar las competencias profesionales y personales que la organización podría necesitar a corto y largo plazo, de acuerdo con su misión, visión, estrategia, políticas y objetivos, identificar las competencias disponibles actualmente en la organización y las brechas entre lo que está disponible y lo que se necesita actualmente y lo que se podría necesitar en el futuro, implementar acciones para mejorar y/o adquirir competencias para cerrar las brechas, revisar y evaluar la eficacia de las acciones tomadas para asegurarse de que se han adquirido las competencias necesarias, y– mantener las competencias que se han adquirido.
9. La organización y sus proveedores son interdependientes y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.
10. La organización debería considerar la alianza como una forma específica de relación con los proveedores, en la que los proveedores pueden invertir y

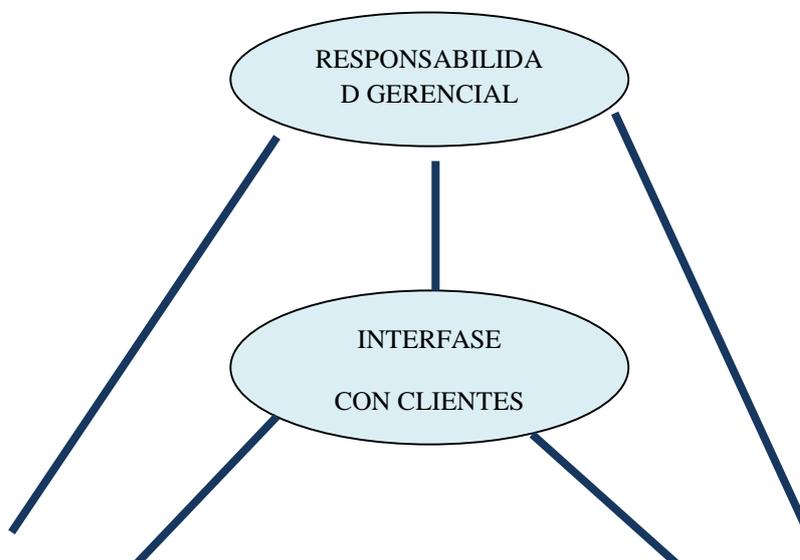
compartir los beneficios o las pérdidas del área de actividad de la organización. Cuando una organización está desarrollando alianzas, debería considerar temas tales como:– proporcionar información a los aliados, cuando sea apropiado, para maximizar sus contribuciones, dar apoyo a los aliados, en cuanto a proporcionarles recursos (tales como información, conocimientos, experiencia, tecnología, procesos y formación compartida), compartir con los aliados los beneficios y las pérdidas, y mejorar el desempeño de los aliados.

11. La organización debería identificar y evaluar los riesgos asociados a su infraestructura y tomar acciones para mitigarlos, incluyendo el establecimiento de planes de contingencia adecuados.
12. Captar los conocimientos y la experiencia de las personas en la organización, reunir los conocimientos de los clientes, los proveedores y los aliados, captar los conocimientos no documentados (tácitos y explícitos) que existan en la organización, asegurarse de la comunicación eficaz de la información importante (en particular en cada interfaz en las cadenas de suministro y de producción), y gestionar datos y registros.
13. La organización debería asegurarse de gestionar de manera proactiva todos los procesos, incluyendo los contratados externamente, para asegurarse de su eficacia y su eficiencia, a fin de lograr sus objetivos. Esto puede facilitarse adoptando un “enfoque basado en procesos” que incluya establecer procesos, interdependencias, restricciones y recursos compartidos. Se deberían revisar de forma regular los procesos y sus interrelaciones y deberían tomarse las acciones apropiadas para su mejora. Los procesos deberían gestionarse como un sistema, creando y comprendiendo las redes de procesos, sus secuencias y sus interacciones.
14. La alta dirección de la organización debería evaluar el progreso en el logro de los resultados planificados frente a su misión, visión, políticas, estrategias y objetivos, a todos los niveles y en todos los procesos y las funciones pertinentes de la organización. Se debería utilizar un proceso de medición y análisis para hacer el seguimiento de este progreso, buscar y proporcionar la información necesaria para las evaluaciones del desempeño y tomar decisiones eficazmente.
15. Las auditorías internas son una herramienta eficaz para determinar los niveles de cumplimiento del sistema de gestión de la organización con respecto a criterios dados y proporcionan información valiosa para comprender, analizar y mejorar continuamente el desempeño de la organización.

Para mejorar los servicios de las empresas hoteleras, se deben considerar las normas ISO ya que estas proporcionan la orientación para conseguir el éxito sostenido de la empresa, en la gestión de estrategias y su entorno laboral o del ciclo de vida, mediante el enfoque de gestión de calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes a largo plazo y de manera equilibrada, la organización de la empresa mediante la toma de conciencia sobre el aprendizaje de nuevas y tendientes mejoras, que permitan lograr un entorno de madurez, reconociendo su utilidad podemos mencionar algunos aspectos importantes que considera la norma:

- Para lograr el éxito sostenido considera como prioridad establecer y mantener una misión, visión y valores eficientes.
- Sistema de gestión de calidad y recursos, basados en procesos.
- Necesidades y expectativas de las partes que integran la empresa.
- Relaciona los criterios de desempeño con los niveles de madurez otorgando la autoevaluación, basados en las normas internacionales.
- Incorpora aspectos como gestión de conocimientos identificando oportunidades de cambio mediante la tecnología en consideración con la innovación y el aprendizaje.
- Se destaca la orientación hacia el éxito sostenido de la empresa.

### **ASPECTOS CLAVES DE UN SISTEMA DE CALIDAD**





**Gráfico: 2. 2 Aspectos Claves de un Sistema de Calidad**

**Fuente: [http://www.science.oas.org/OEA\\_GTZ/LIBROS/CTM/anex7\\_ctm.htm](http://www.science.oas.org/OEA_GTZ/LIBROS/CTM/anex7_ctm.htm)**

### **CAPÍTULO III**

#### **3.1 PRINCIPALES HOTELES QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE LATACUNGA.**

En la ciudad de Latacunga encontramos varios hoteles que sirven a los turistas para tomar un descanso y continuar con su viaje hacia sectores aledaños o bien para descansar disfrutando de la tranquilidad que la ciudad puede ofrecerles.

A continuación, un cuadro con los principales hoteles que operan en la ciudad de Latacunga con sus respectivas direcciones y teléfonos.

**Tabla 3. 1**

## Principales hoteles que operan en la zona urbana de la ciudad de Latacunga

HOTELES	DIRECCIÓN	TELÉFONOS
HOTEL RODELU	Calle Quito 16-31 y Padre Salcedo	(03) 2800956 – 2811264
HOTEL LATACUNGA	Av. Eloy Alfaro y General Montero	(03) 2801895 – 2801383
HOTEL ESTAMBÚL	Calle Belisario Quevedo y Padre Salcedo	(03) 2800354
HOTEL EL MARQUEZ	Calle Marquez de Maenza y Roosevelt	(03) 2811150
HOTEL TILIPULO	Calle Guayaquil y Belisario Quevedo	(03) 2810 611
HOTEL LOS ANDES	Calle Flavio Alfaro s/n y Av. Eloy Alfaro	(03) 2800386 - 2800933
HOTEL COTOPAXI	Calle Padre Salcedo N 5 - 61	(03) 2801310
HOTEL LLACTACUNGA	Av. Eloy Alfro 73-213	(03) 2811461 - 2802372
HOTEL ROSIM	Calle Quito 16-49 y Padre Salcedo	(03) 2800853 - 280217
HOTEL MAKROZ	Calle Felix Valencia 8-56 y Quito	(03) 2800907
HOTEL CENTRAL	Calle Sánchez de Orellana y Padre Salcedo	(03) 2802912
HOTEL BRONX	Ciudadela Rumipamba	(03) 3813412 - 2806171
HOTEL PLAZA REAL	Calle Felix Valencia 5/2 y Antonia Vela	(03) 2814148 - 2803385
HOTEL RITZOR	Calle Quito y Felix Valencia	(03) 2809971 - 085642971
HOTEL RADIZON'S	Av. Amazonas y General Maldonado	(03) 2803486 - 086396009
HOTEL CARIBEAN REAL	Av. General Proaño San Martín	(03) 2812286 - 2812286
GRAN HOTEL JULIO SAN PEDRO	Calle Belisario Quevedo y Juan Abel Echeverria	(03) 2812434

### 3.2 INVESTIGACIÓN

#### 3.2.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que se va a realizar es una investigación de campo, se va a realizar un modelo de encuesta que va a ser aplicada a los principales hoteles de la ciudad de Latacunga para conocer la calidad del servicio que ofrecen a sus huéspedes. Visitaré cada uno de los establecimientos donde funcionan los hoteles y veremos sus habitaciones e instalaciones con la finalidad de constatar por mí misma si en realidad el servicio de calidad que ofrecen se cumple o no.

La encuesta será realizada a los hoteles que se encuentran en el cuadro anterior, cabe señalar que este cuadro contiene información de los hoteles en la zona urbana de la ciudad y en este no están incluidos los hostales ni las hosterías, ya que el target en relación a la clientela que manejan estos son diferentes y no son masivos como es el caso de los hoteles.

### **3.2.2 ZONA DE INFLUENCIA DE LA ENCUESTA**

Como se menciona anteriormente la encuesta va a ser realizada a los hoteles de la zona urbana ciudad de Latacunga, sin incluir hostales ni hosterías.

### **3.2.3 POBLACIÓN**

En esta investigación no se va a realizar una encuesta, sino un censo a los principales hoteles de la zona urbana de la ciudad de Latacunga. En nuestro caso el número de hoteles a ser encuestados son diecisiete.

### **3.2.4 DISEÑO DE LA ENCUESTA**

#### **ENCUESTA**

Se realizó la encuesta con el fin de conocer la calidad de servicios que brindan los Hoteles en la ciudad de Latacunga, por lo cual se necesitó de la colaboración de los ciudadanos y extranjeros que visitan la ciudad, ya que sus respuestas son las más idóneas para conocer la calidad de servicios hoteleros de la zona, esta información se utilizara en la investigación como fundamento para dar a conocer las interrogantes y definir las hipótesis.

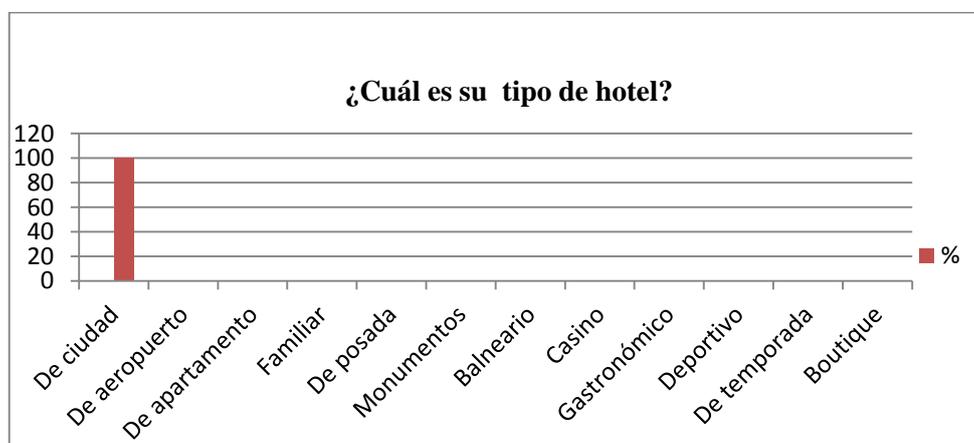
### **3.2.5 INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS**

#### **1.- ¿Cuál es el tipo de hotel?**

#### **Tabla 3. 2**

#### **Tipo de hotel**

TIPO DE HOTEL	%
De ciudad	100
De aeropuerto	0
De apartamento	0
Familiar	0
De posada	0
Monumentos	0
Balneario	0
Casino	0
Gastronómico	0
Deportivo	0
De temporada	0
Boutique	0
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 1 Tipo de Hotel**

### INTERPRETACIÓN:

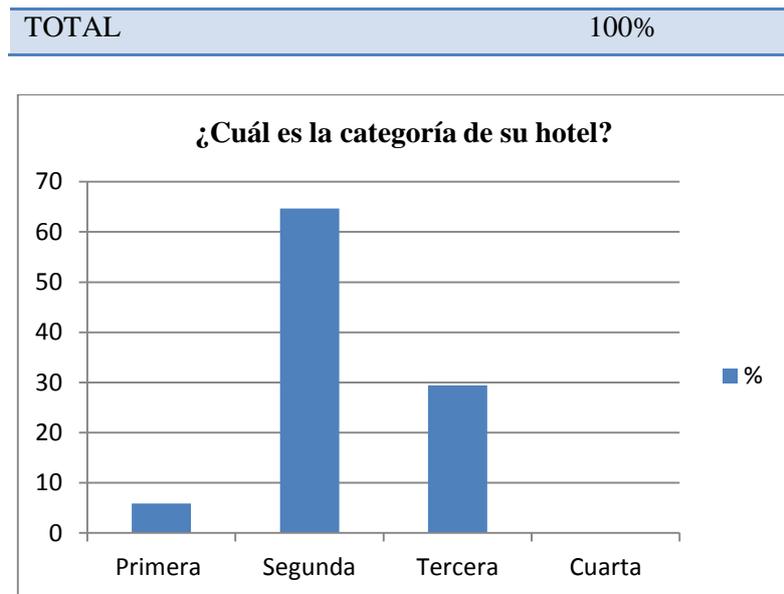
El cien por ciento de la preferencia de los Hoteles en la Latacunga, es de ciudad.

### 2- ¿Cuál es la categoría de su hotel?

**Tabla 3. 3**

#### Categoría de hotel

CATEGORÍA	%
Primera	5,88
Segunda	64,70
Tercera	29,42
Cuarta	0



**Gráfico 3. 2 Categoría de hotel**

### INTERPRETACIÓN:

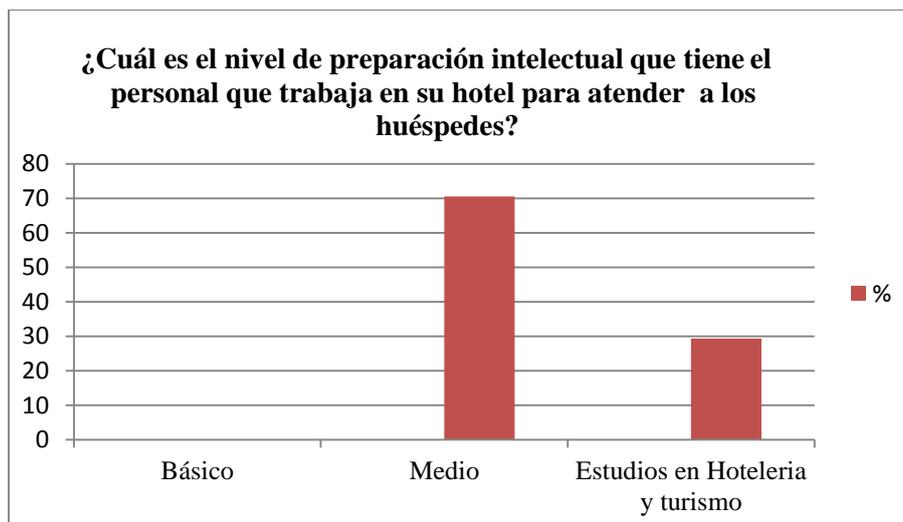
El 5,88% de los establecimientos censados son de primera categoría, el 64,70% de los establecimientos es de segunda categoría, el 29,42% de los establecimientos es de tercera categoría y no encontramos ningún establecimiento de cuarta categoría.

### 3.- ¿Cuál es el nivel de preparación intelectual que tiene el personal que trabaja en el hotel para atender a los huéspedes?

**Tabla 3. 4**

#### Nivel de preparación intelectual empleados

NIVEL	%
<b>Básico</b>	0
<b>Medio</b>	70,58
<b>Estudios en Hotelería y turismo</b>	29,42
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico: 3. 3 Nivel de preparación intelectual empleados**

### INTERPRETACIÓN:

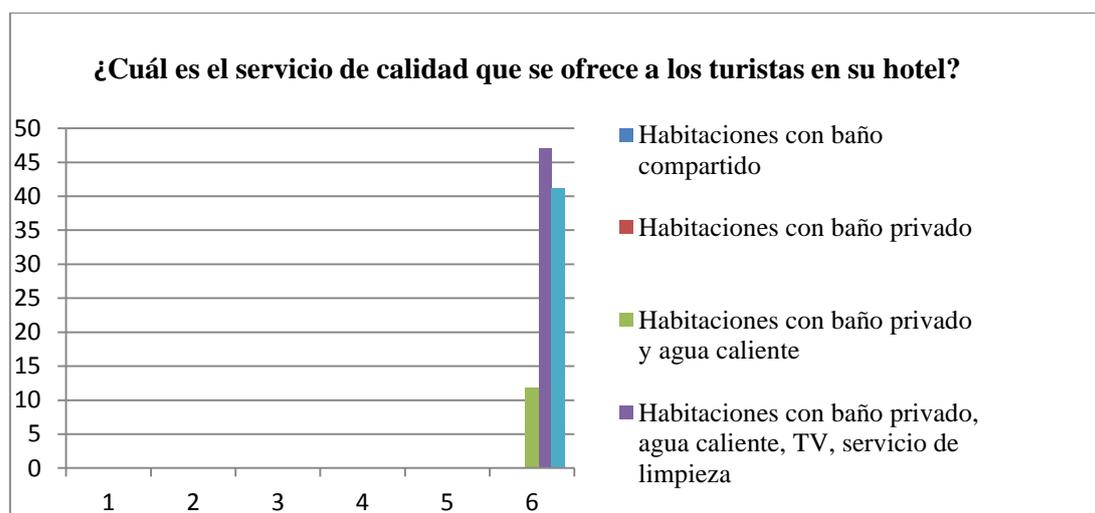
El 70,58% de los empleados que labora en los hoteles de la ciudad de Latacunga tiene una preparación intelectual de nivel medio y el 29,42% de los empleados que laboran en los hoteles de la ciudad de Latacunga tienen una preparación intelectual de nivel superior con estudios en Hotelería y Turismo.

#### 4.- ¿Cuál es el servicio de calidad que se ofrece a los turistas en su hotel?

**Tabla 3. 5**

#### Servicio de calidad ofertado a los turistas

SERVICIO	%
Habitaciones con baño compartido	0
Habitaciones con baño privado	0
Habitaciones con baño privado y agua caliente	11,76
Habitaciones con baño privado, agua caliente, TV, servicio de limpieza	47,06
Habitaciones con baño privado, agua caliente, TV con cable, servicio de limpieza, desayuno	41,17
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 4 Servicio de calidad ofertado a lo turistas**

### INTERPRETACIÓN:

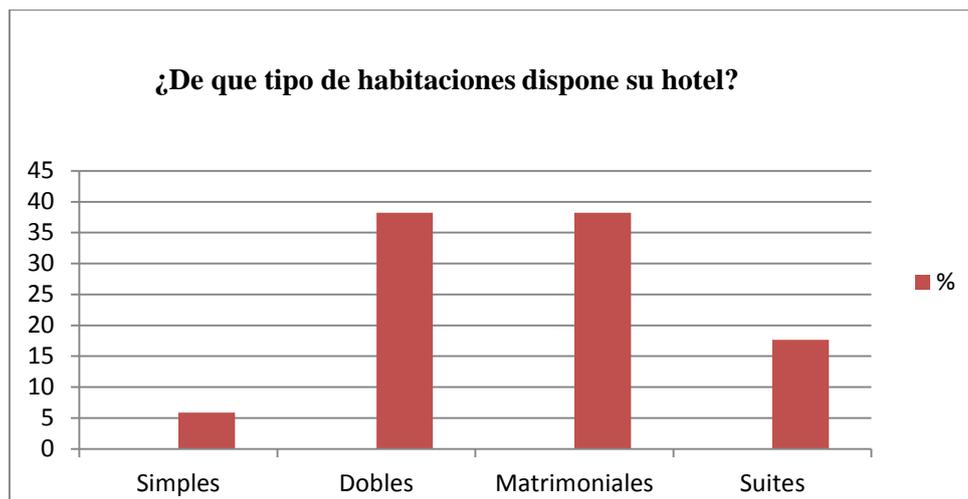
El 11,76% de los establecimientos hoteleros censados ofrecen un servicio de calidad que ofrece habitaciones con baño privado y agua caliente; el 47,06% de los hoteles ofrecen un servicio de calidad que ofrece habitaciones con baño privado, agua caliente, televisión y servicio de limpieza; el 41,17% de los hoteles ofrece un servicio de calidad de habitaciones con baño privado, agua caliente, televisión con cable, servicio de limpieza y desayuno.

### 5.- ¿De qué tipo de habitaciones dispone su hotel y que costo tienen?

**Tabla 3. 6**

#### Tipo de habitaciones del hotel

HABITACIONES	%
<b>Simples</b>	5,88
<b>Dobles</b>	38,24
<b>Matrimoniales</b>	38,34
<b>Suites</b>	17,64
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 5 Tipo de habitaciones del hotel**

### **INTERPRETACIÓN:**

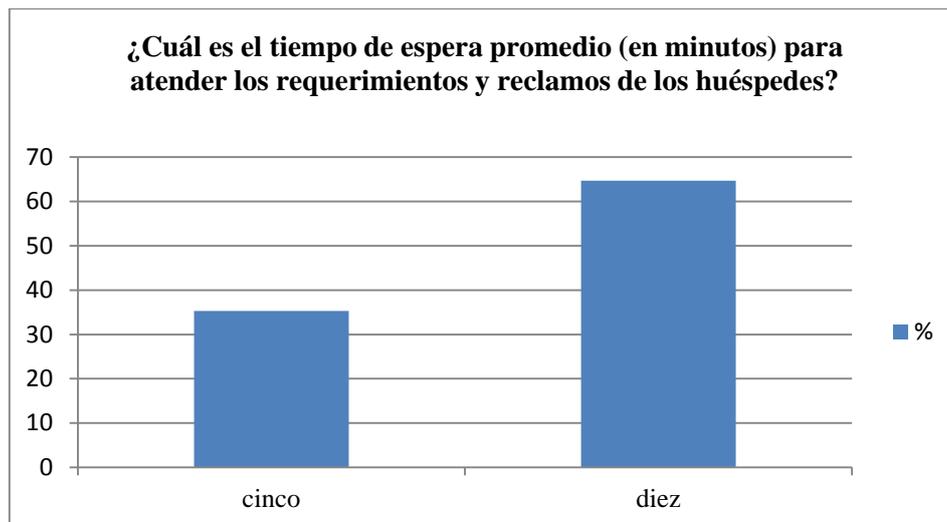
El 5,88% de los establecimientos hoteleros censados cuentan con habitaciones simples, el 38,24% de los hoteles cuentan con habitaciones simples, dobles y matrimoniales y el 17,64 % de los establecimientos hoteleros a más de tener habitaciones simples, dobles y matrimoniales también cuentan con suites.

**6.- ¿Cuál es el tiempo de espera promedio (en minutos) para atender los requerimientos y reclamos de los huéspedes?**

**Tabla 3. 7**

#### **Tiempo de espera promedio para atención**

TIEMPO	%
cinco	35,29
diez	64,70
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 6 Tiempo de espera promedio para atención**

### INTERPRETACIÓN:

El 35,29 % de los establecimientos hoteleros tienen un tiempo de espera promedio de cinco minutos para atender los requerimientos o reclamos de sus huéspedes y; el 64,70% de los hoteles tienen un tiempo promedio de espera de diez minutos.

**7.- ¿En una escala del uno al diez, siendo uno lo más bajo y diez lo más alto. Que calificación le daría usted al servicio que su hotel le ofrece a sus huéspedes, los complace totalmente o podría mejorar? ¿Qué tipo de mejora?**

**Tabla 3. 8**

#### Calificación del servicio del hotel

CALIFICACIÓN	%
<b>Uno</b>	0
<b>Dos</b>	0

Tres	0
Cuatro	0
Cinco	0
Seis	0
Siete	5,88
Ocho	29,41
Nueve	11,76
Diez	52,95
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 7 Calificación del servicio del hotel**

### INTERPRETACIÓN:

El 5,88% de los hoteles censados le dieron una calificación de siete puntos al servicio prestado a sus huéspedes; el 29,41% le dio una calificación de ocho a su servicio; el 11,76% le dio a su servicio la calificación de nueve y; el 52,95% de los hoteles censados le dieron a su servicio una puntuación de diez.

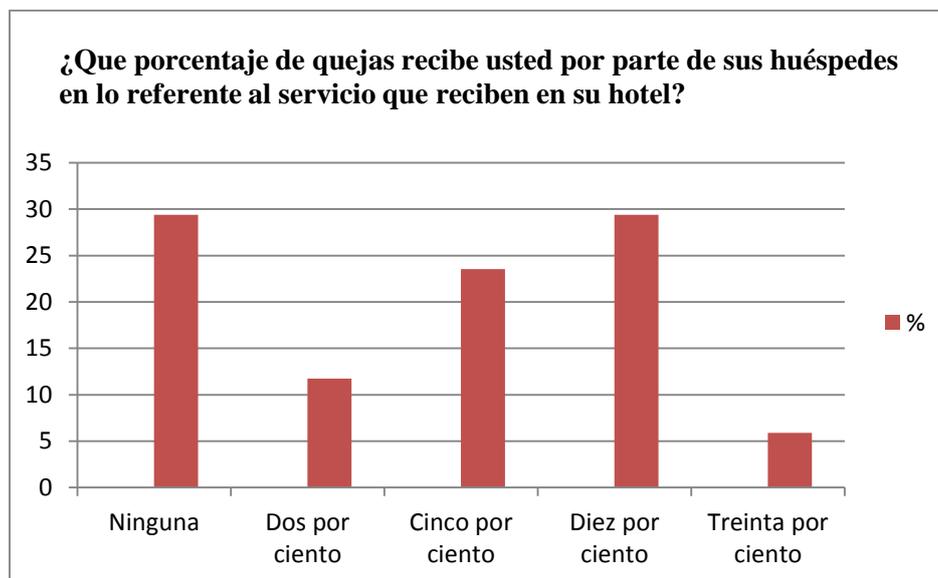
**8.- ¿Qué porcentaje de quejas recibe usted por parte de sus huéspedes en lo referente al servicio que reciben en su hotel?**

**Tabla 3. 9**

### Porcentaje de quejas

QUEJAS	%
Dos por ciento	19

Cinco por ciento	31
Diez por ciento	37
Treinta por ciento	13
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 8 Porcentaje de quejas**

### INTERPRETACIÓN:

El 19 % recibe el 2% de quejas por parte de sus huéspedes en lo referente al servicio; el 31% de los hoteles reciben un cinco por ciento de quejas de sus huéspedes, el 37% recibe un porcentaje de quejas del 10% y; el 13% recibe un porcentaje de quejas del 30%, las quejas que se reciben están direccionadas a la calidad de servicios que brindan a sus huéspedes los hoteles de Latacunga.

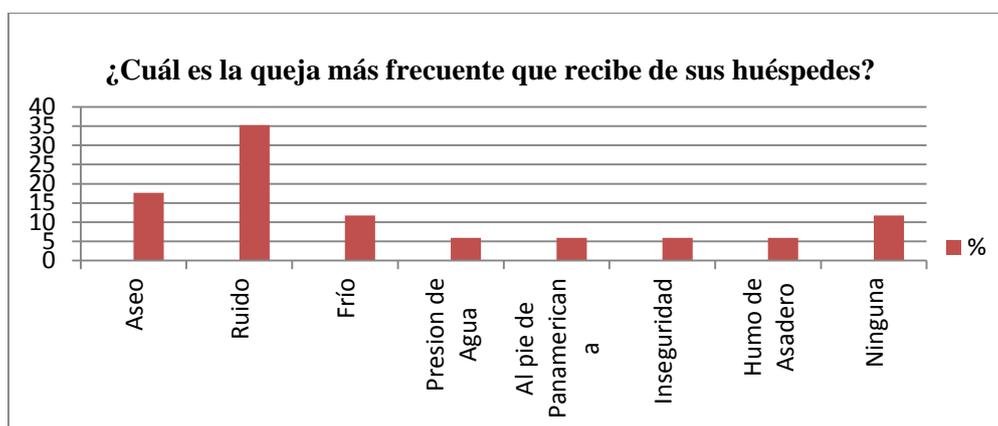
**9.- ¿Cuál es la queja más frecuente que recibe de sus huéspedes? Y que acciones ha tomado al respecto?**

**Tabla 3. 10**

#### Queja más frecuente

QUEJA	%
Aseo	17,65
Ruido	35,29

<b>Frío</b>	11,76
<b>Presión de Agua</b>	5,88
<b>Al pie de Panamericana</b>	5,88
<b>Inseguridad</b>	5,88
<b>Humo de Asadero</b>	5,88
<b>Ninguna</b>	11,77
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 9 Queja más frecuente**

### INTERPRETACIÓN:

El 17,65% de los hoteles censados dicen que la queja más frecuente en su servicio es debido al aseo de las instalaciones, 35,29% de los hoteles dicen que la queja más frecuente que reciben con respecto a su servicio es el ruido; el 11,76% de los hoteles dicen que la queja más frecuente es el frío de las habitaciones; el 5,88% dice que la queja más frecuente es debido a la presión de agua en las duchas; el 5,88% dice que la queja más frecuente es que se encuentra al pie de la Panamericana; el 5,88% dice que la queja más frecuente que recibe es debido a la inseguridad; el 5,88% dice que la queja más frecuente que reciben es por el humo del asadero que se encuentra en la planta baja y; el 11,77% dice que no recibe ninguna queja por parte de sus huéspedes en lo referente a la calidad en el servicio.

**10.- ¿Tiene un buzón de sugerencias que pueda ayudarle a mejorar su calidad en el servicio que ofrece a sus huéspedes?**

**Tabla 3. 11**

**Tiene buzón de sugerencias**

BUZÓN	%
SI	11,77
NO	88,23
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 10 Tiene buzón de sugerencias**

#### **INTERPRETACIÓN:**

El 11,77% de los establecimientos censados dicen que no tienen un buzón de sugerencias que les ayude a mejorar el servicio de calidad que ofrecen a sus huéspedes y; el 88,23% de los establecimientos censados dicen que si cuentan con un buzón de sugerencias para mejorar el servicio ofertado a sus huéspedes.

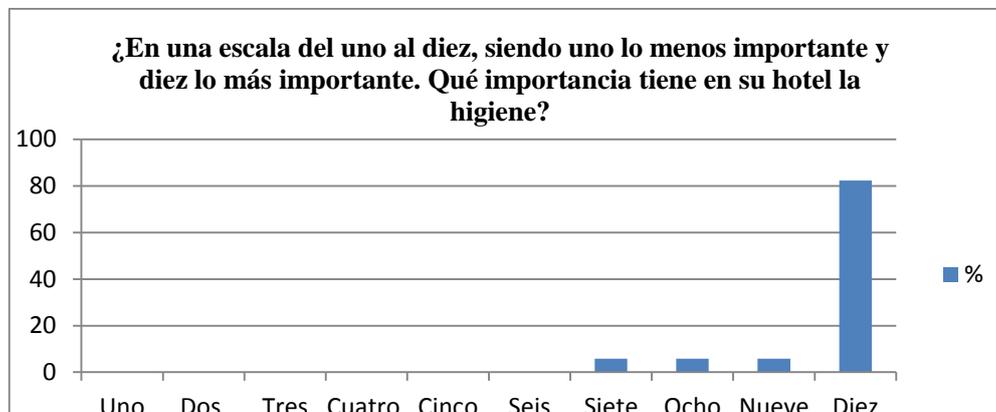
**11.- ¿En una escala del uno al diez, siendo 1 lo menos importante y 10 lo más importante. Qué importancia tiene en su hotel la higiene?**

**Tabla 3. 12**

#### **Importancia de la higiene**

IMPORTANCIA	%
Uno	0
Dos	0
Tres	0
Cuatro	0
Cinco	0
Seis	0
Siete	5,88

<b>Ocho</b>	5,88
<b>Nueve</b>	5,88
<b>Diez</b>	82,36
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 11 Importancia de la higiene**

### INTERPRETACIÓN:

El 5,88% de los hoteles censados le dieron una calificación de siete en la importancia que tenían para ellos la higiene; el 5,88% le dieron una calificación de ocho a la importancia que tienen para ellos la higiene; el 5,88% considera en una puntuación de nueve a la importancia de la higiene dentro de su establecimiento y; el 82,36% le dio una puntuación de diez a la importancia que tienen para su hotel la higiene.

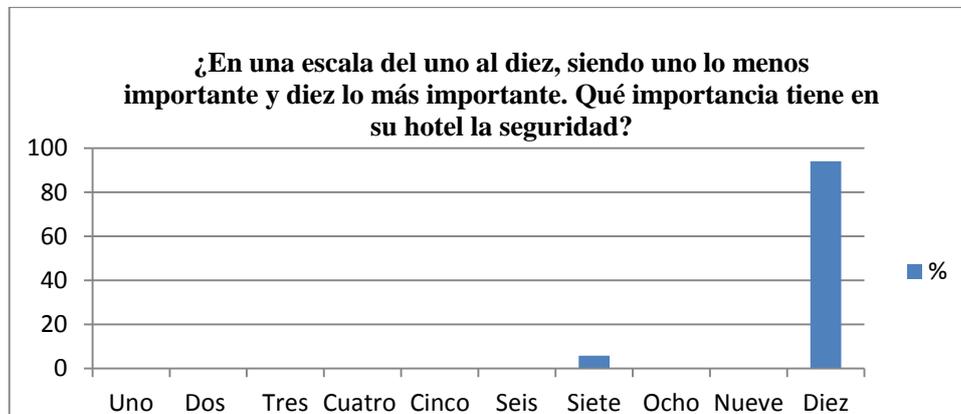
**12.- ¿En una escala del uno al diez, siendo 1 lo menos importante y 10 lo más importante. Qué importancia tiene en su hotel la seguridad?**

**Tabla 3. 13**

### Importancia de la seguridad

IMPORTANCIA	%
<b>Uno</b>	0
<b>Dos</b>	0
<b>Tres</b>	0
<b>Cuatro</b>	0
<b>Cinco</b>	0
<b>Seis</b>	0
<b>Siete</b>	5,88
<b>Ocho</b>	0

<b>Nueve</b>	0
<b>Diez</b>	94,12
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 12 Importancia de la seguridad**

### INTERPRETACIÓN:

El 5,88% le da una puntuación de siete a la seguridad dentro de su establecimiento y; el 94,12% de los establecimientos censados le dieron una puntuación de diez a la seguridad de sus hoteles.

### 13.- ¿Con qué frecuencia cumple usted con los requerimientos de sus huéspedes?

**Tabla 3. 14**

#### Frecuencia de cumplimiento de requerimientos

FRECUENCIA	%
<b>Siempre</b>	52,94
<b>Constantemente</b>	47,06
<b>A veces</b>	0
<b>Nunca</b>	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 13 Frecuencia de cumplimiento de requerimientos**

### INTERPRETACIÓN:

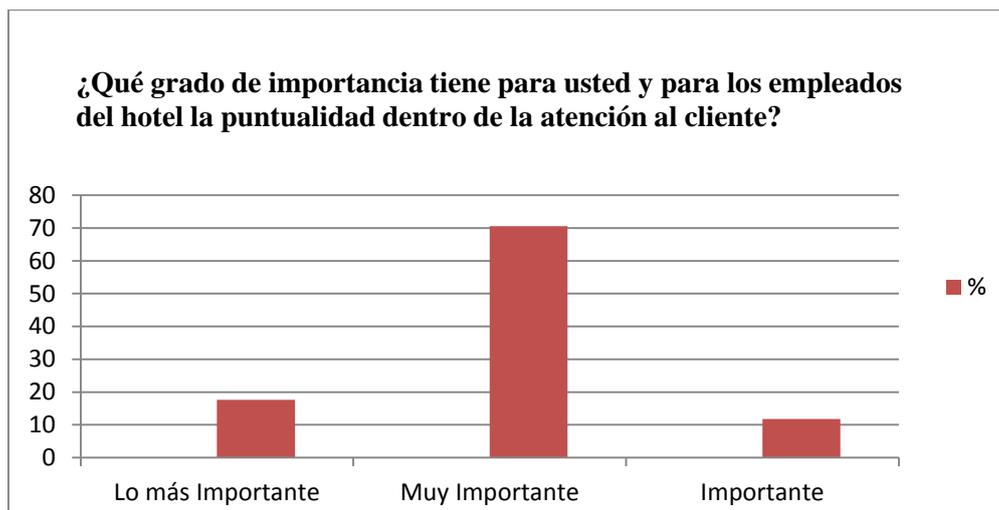
El 52,94% de los hoteles censados dicen que siempre cumplen con los requerimientos de sus huéspedes, mientras que el 47,06% de los hoteles censados dice que cumple constantemente con los requerimientos de sus huéspedes.

**14.- ¿Qué grado de importancia tiene para usted y los empleados del hotel la puntualidad dentro de la atención al cliente?**

**Tabla 3. 15**

### Importancia de la puntualidad

IMPORTANCIA	%
Lo más Importante	17,64
Muy Importante	70,59
Importante	11,77
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 14 Importancia de la puntualidad**

### INTERPRETACIÓN:

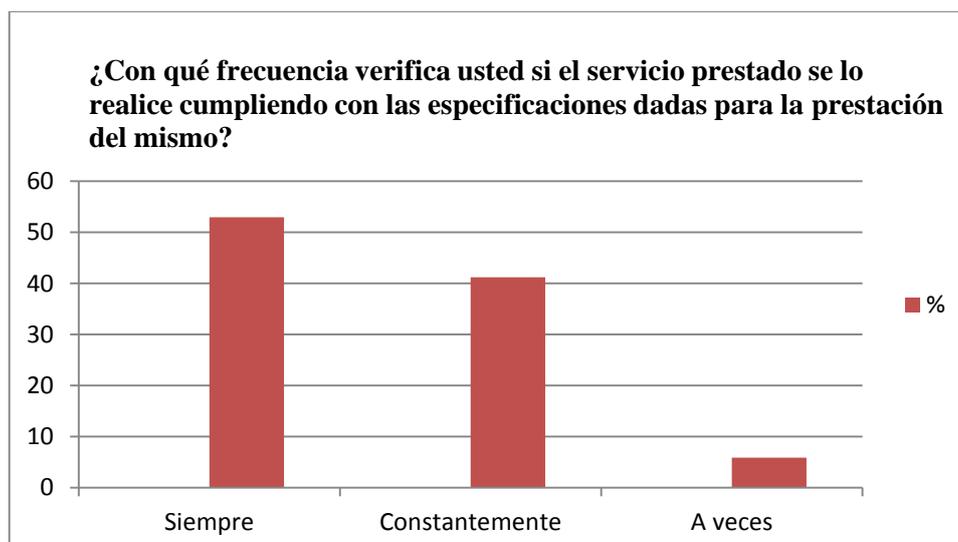
De los hoteles censados para el 17,64% la puntualidad es lo más importante; para el 70,59% la puntualidad dentro de la atención al cliente es muy importante; el 11,77% considera que la puntualidad es importante.

**15.- ¿Con qué frecuencia verifica usted que el servicio prestado se lo realice cumpliendo con las especificaciones dadas para la prestación del mismo?**

**Tabla 3. 16**

### Frecuencia de verificación del servicio prestado

FRECUENCIA	%
<b>Siempre</b>	52,94
<b>Constantemente</b>	41,18
<b>A veces</b>	5,88
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 15 Frecuencia de verificación del servicio prestado**

### **INTERPRETACIÓN:**

El 52,94% de los hoteles censados dice que siempre verifican si el servicio prestado a los huéspedes se lo realice cumpliendo con las especificaciones dadas para la prestación del mismo; el 41,18 de los establecimientos censados dice que verifican constantemente que el servicio prestado cumpla con las especificaciones y; el 5,88% de los establecimientos censados dicen que a veces supervisan que el servicio prestado cumpla con las especificaciones dadas.

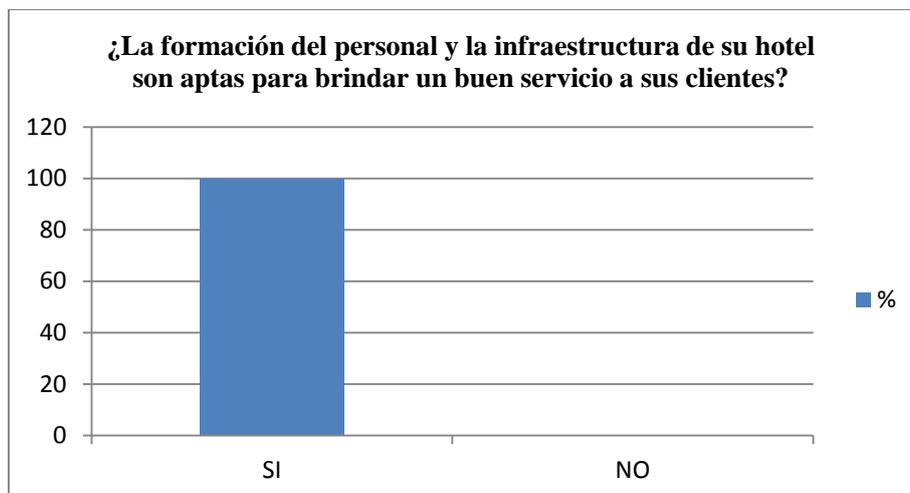
### **16.- ¿La formación del personal y la infraestructura de hotel son aptas para brindar un buen servicio a sus clientes?**

**Tabla 3. 17**

#### **Formación de personal e infraestructura adecuada**

APTO	%
<b>SI</b>	<b>100</b>
<b>NO</b>	<b>0</b>

TOTAL	100%
-------	------



**Gráfico 3. 16 Formación de personal e infraestructura adecuada**

#### INTERPRETACIÓN:

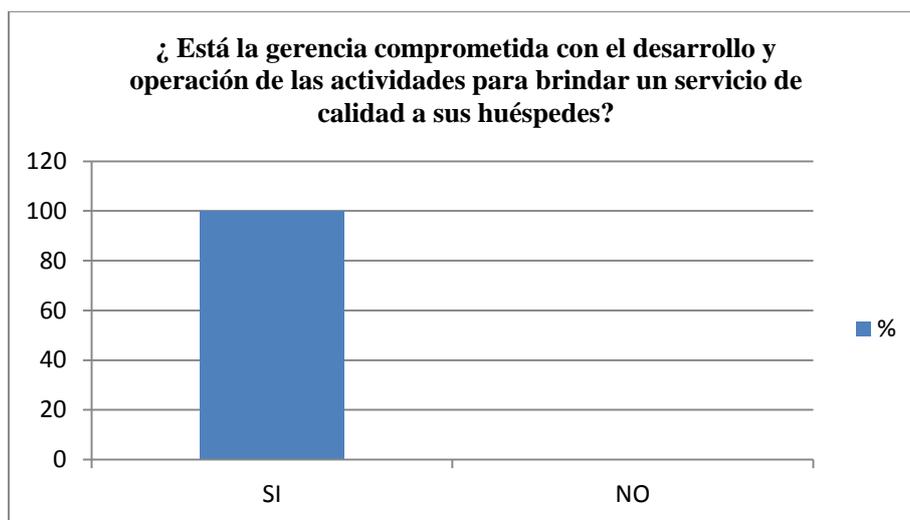
El 100% de los hoteles censados creen que la formación del personal y la infraestructura de su hotel son aptas para brindar un buen servicio a sus clientes.

**17.- ¿Está la gerencia comprometida con el desarrollo y operación de las actividades para brindar un servicio de calidad a sus huéspedes?**

**Tabla 3. 18**

#### Gerencia comprometida con el desarrollo

	COMPROMISO	%
SI		100
NO		0
TOTAL		100%



**Gráfico 3. 17 Gerencia comprometida con el desarrollo**

### **INTERPRETACIÓN:**

El 100% de los establecimientos hoteleros censados respondieron que la gerencia se encuentra comprometida con el desarrollo y operación de las actividades para brindar un servicio de calidad a sus huéspedes

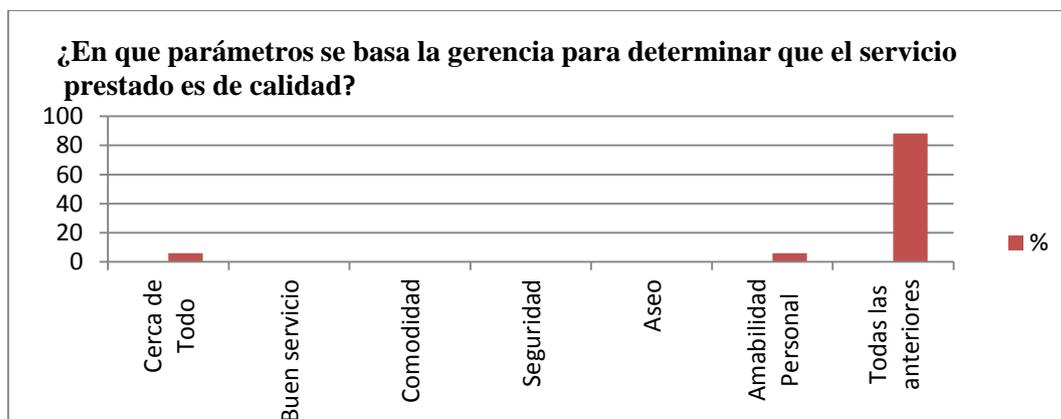
**18.- ¿En qué parámetros se basa la gerencia para determinar que el servicio prestado es de calidad?**

**Tabla 3. 19**

**Parámetros de la gerencia para determinar la calidad del servicio**

Parámetros	%
<b>Cerca de Todo</b>	5,88
<b>Buen servicio</b>	0
<b>Comodidad</b>	0
<b>Seguridad</b>	0
<b>Aseo</b>	0
<b>Amabilidad Personal</b>	5,88

<b>Todas las anteriores</b>	<b>88,24</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 18 Parámetros de la gerencia para determinar la calidad del servicio**

### INTERPRETACIÓN:

Del total de hoteles censados el 5,88% consideran que el servicio que prestan es de calidad porque sus hoteles están cerca de todo; el 5,88% consideran que el servicio que prestan es de calidad por la amabilidad del personal que los atiende en sus hoteles y; el 88,24% considera que su servicio es de calidad ya que proporcionan a sus huéspedes cercanía a todo, buen servicio, comodidad, seguridad, aseo, amabilidad por parte del personal.

### 19.- ¿Cuáles son los objetivos del servicio de su hotel?

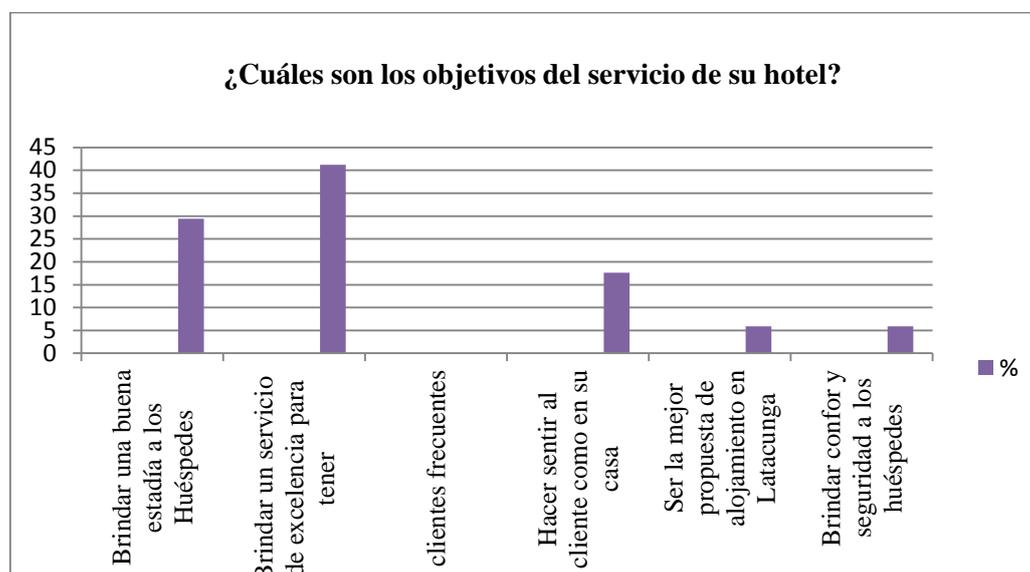
**Tabla 3. 20**

#### Objetivos del servicio del hotel

OBJETIVOS	%
<b>Brindar una buena estadía a los Huéspedes</b>	<b>29,41</b>
<b>Brindar un servicio de excelencia para tener clientes frecuentes</b>	<b>41,18</b>
<b>Hacer sentir al cliente como en su casa</b>	<b>17,65</b>
<b>Ser la mejor propuesta de alojamiento en Latacunga</b>	<b>5,88</b>
<b>Brindar confort y seguridad a los huéspedes</b>	<b>5,88</b>

TOTAL

100%



**Gráfico 3. 19 Objetivos del servicio del hotel**

### INTERPRETACIÓN:

El 29,41% de los establecimientos hoteleros encuestados dicen que el objetivo de su hotel es brindar una buena estadía a los huéspedes; el 41,18% de los hoteles dice que su objetivo es brindar un servicio de excelencia para tener clientes frecuentes; el 17,65% dice que su objetivo es hacer sentir al cliente como en su casa; el 5,88% de los establecimientos hoteleros dicen que su objetivo de servicio es ser la mejor propuesta de alojamiento en Latacunga; el 5,88% de los hoteles dice que su objetivo de servicio es brindar confort y seguridad a los huéspedes.

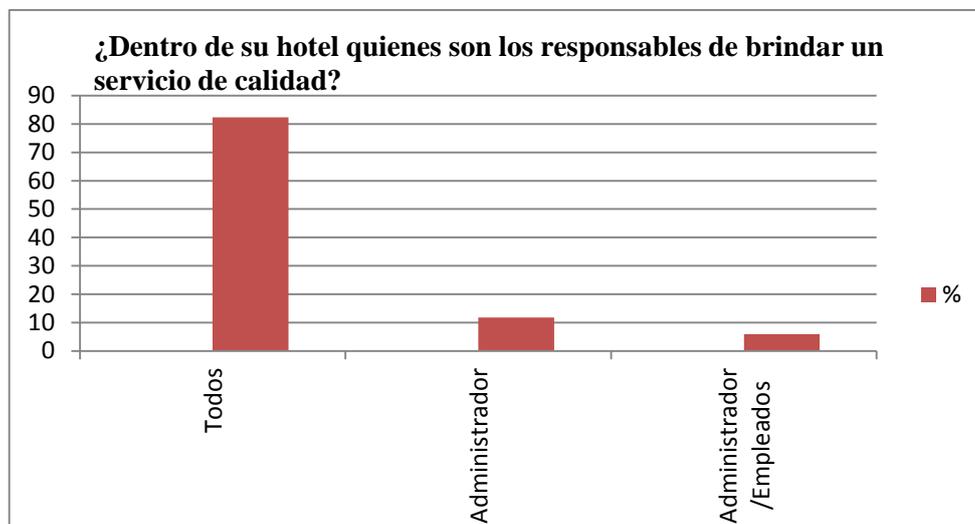
### 20.- ¿Dentro de su hotel quienes son los responsables de brindar un servicio de calidad? Por qué?

**Tabla 3. 21**

#### Responsables del servicio de calidad

RESPONSABLES	%
Todos	82,35
Administrador	11,77

<b>Administrador/Empleados</b>	<b>5,88</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 20 Responsables del servicio de calidad**

### INTERPRETACIÓN:

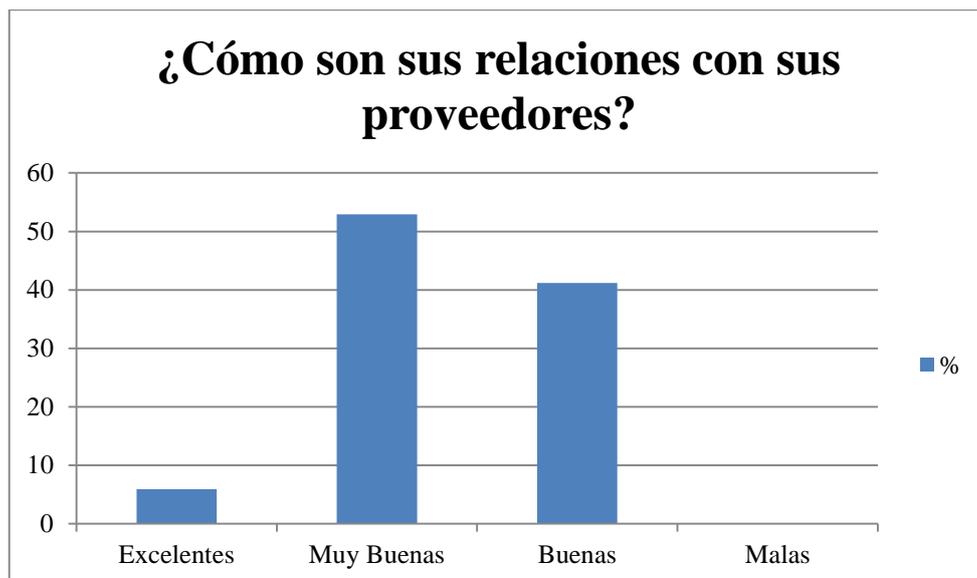
El 82,35% de los hoteles censados respondieron que los responsables del servicio de calidad dentro de sus establecimientos son todos; el 11,77% dicen que el responsable de brindar un servicio de calidad a los huéspedes es el Administrador y; el 5,88% dice que los responsables de brindar el servicio de calidad son los empleado y el administrador.

### 21.- ¿Cómo son sus relaciones con sus proveedores?

**Tabla 3. 22**

#### Relaciones con proveedores

RELACIONES	%
<b>Excelentes</b>	<b>5,88</b>
<b>Muy Buenas</b>	<b>52,94</b>
<b>Buenas</b>	<b>41,18</b>
<b>Malas</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 21 Relaciones con proveedores**

### INTERPRETACIÓN:

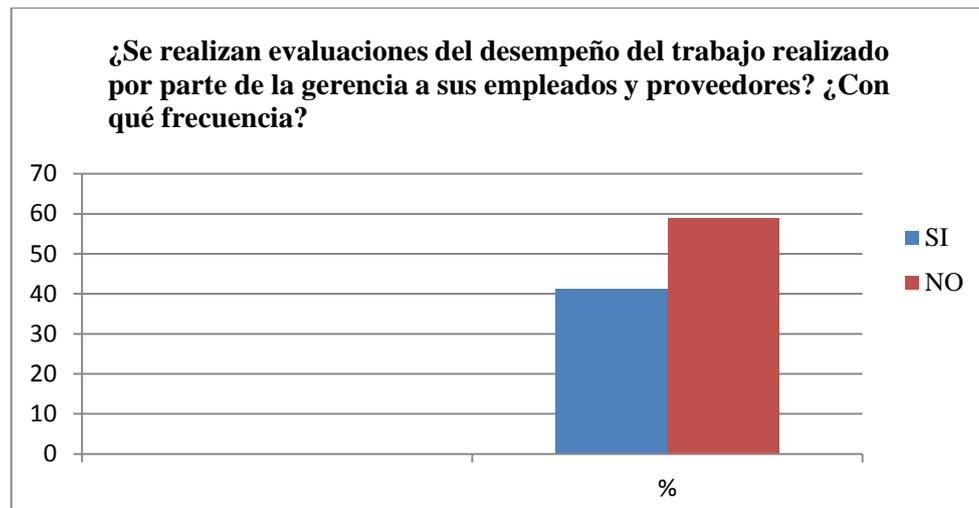
El 5,88% de los hoteles censados dicen que sus relaciones con los proveedores son excelentes; el 52,94% dice que tienen muy buenas relaciones con sus proveedores y; el 41,18% dice que tiene buenas relaciones con sus proveedores.

**22.- ¿Se realizan evaluaciones de desempeño del trabajo realizado por parte de la gerencia a sus empleados y proveedores? Con qué frecuencia?**

**Tabla 3. 23**

### Evaluaciones de desempeño

EVALUACIONES	%
SI	41,18
NO	58,82
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 22 Evaluaciones de desempeño**

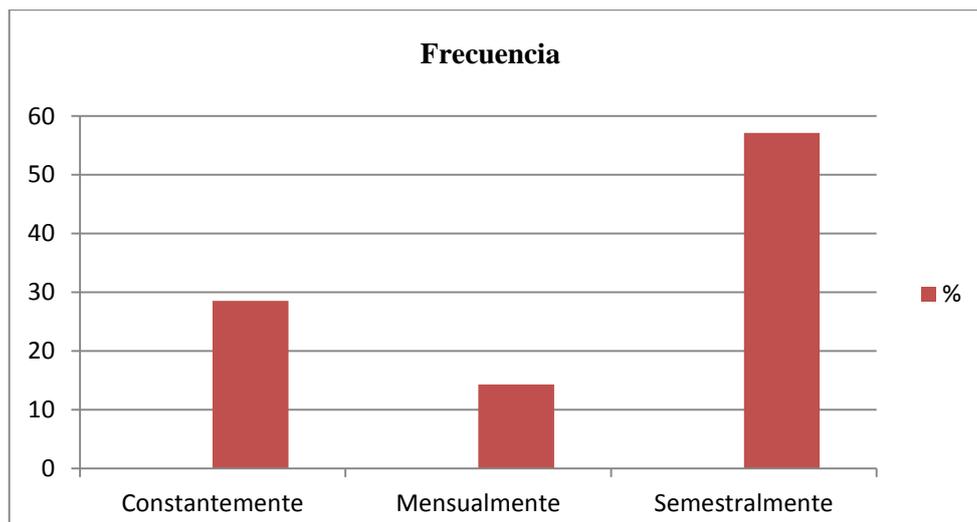
**INTERPRETACIÓN:**

El 41,18% de los hoteles censados dicen que si realizan evaluaciones de desempeño; el 58,82% de los hoteles censados dicen que no realizan evaluaciones de desempeño.

**Tabla 3. 24**

**Frecuencia de evaluaciones**

FRECUENCIA	%
Constantemente	28,57
Mensualmente	14,29
Semestralmente	57,14
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico: 3. 23 Frecuencia de evaluaciones**

### **INTERPRETACIÓN:**

El 28,57% de los hoteles censados dicen que realizan las evaluaciones constantemente; el 14,29% dicen que realizan las evaluaciones de desempeño mensualmente y; el 57,14% dicen que realizan las evaluaciones semestralmente.

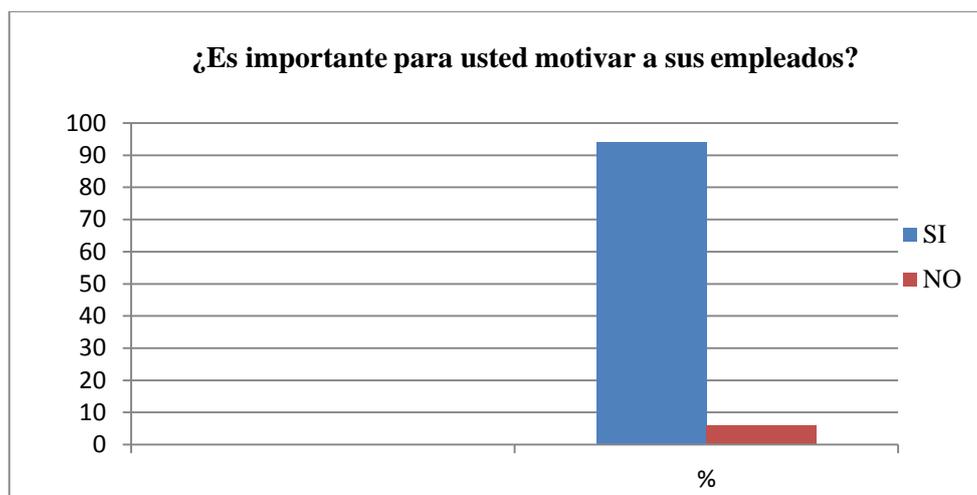
### **PERSONAL Y RECURSOS MATERIALES:**

#### **1.- ¿Es importante para usted motivar a sus empleados?**

**Tabla 3. 25**

#### **Importancia de la motivación a empleados**

	IMPORTANTE	%
<b>SI</b>		94,12
<b>NO</b>		5,88
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>



**Gráfico 3. 24 Importancia de la motivación a empleados**

### **INTERPRETACIÓN:**

El 94,12% de los establecimientos censados contestaron que si es importante para ellos la motivación del personal y; el 5,88% de los hoteles respondieron que no era importante la motivación al personal.

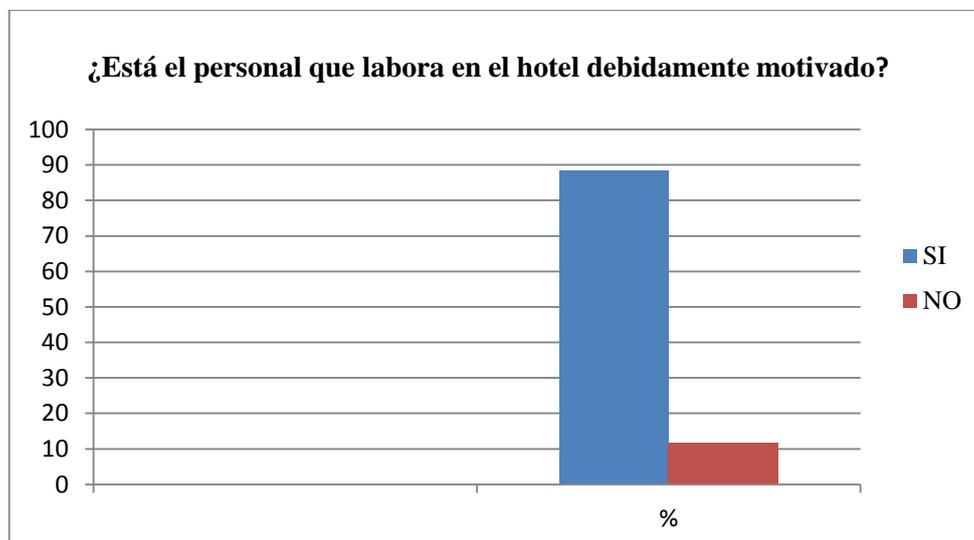
**2.- ¿Está el personal que labora en el hotel debidamente motivado? ¿Cuál es la motivación que recibe?**

**Tabla 3. 26**

#### **Personal debidamente motivado**

PERSONAL MOTIVADO	%
SI	88,24

NO	11,76
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 25 Personal debidamente motivado**

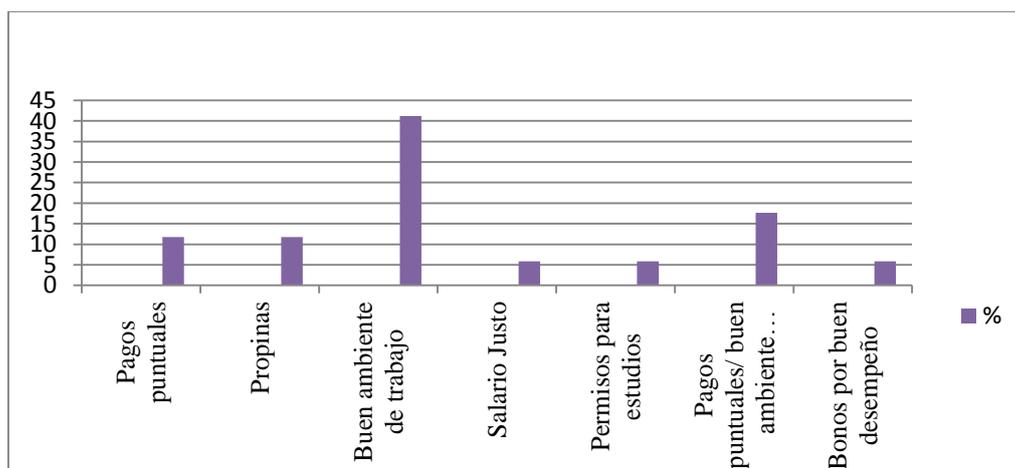
#### INTERPRETACIÓN:

El 88,24% de los hoteles dicen que su personal está debidamente motivado y; el 11,76% de los hoteles dice que su personal no está debidamente motivado.

**Tabla 3. 27**

#### Motivación del personal

MOTIVACIÓN	%
Pagos puntuales	11,76
Propinas	11,76
Buen ambiente de trabajo	41,18
Salario Justo	5,88
Permisos para estudios	5,88
Pagos puntuales/ buen ambiente Trabajo	17,66
Bonos por buen desempeño	5,88
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 26 Motivación del personal**

### INTERPRETACIÓN:

El 11,76% de los hoteles censados dice que su personal está motivado por los pagos puntuales; el 11,76% de los hoteles dice que su personal está motivado por las propinas que reciben a más de su sueldo; el 41,18 de los hoteles dice que su personal está motivado por el buen ambiente de trabajo; el 5,88% dice que su personal está motivado porque reciben un salario justo; el 21 5,88% de los hoteles dice que su personal está motivado por los permisos que les dan para sus estudios; el 17,66% dice que su personal está debidamente motivado por los pagos puntuales y el buen ambiente de trabajo y; el 5,88% de los hoteles dice que su personal se encuentra debidamente motivado por los bonos por buen desempeño que reciben.

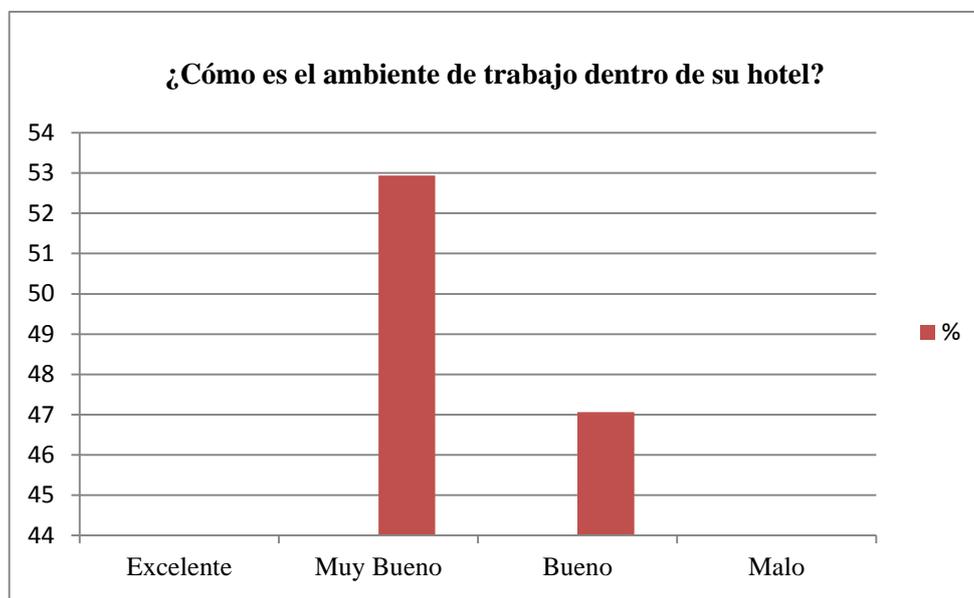
### 3.- ¿Cómo es el ambiente de trabajo dentro de su hotel?

**Tabla 3. 28**

#### Ambiente de trabajo

AMBIENTE DE TRABAJO	%
Excelente	0
Muy Bueno	52,94

<b>Bueno</b>	47,06
<b>Malo</b>	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 27 Ambiente de trabajo**

### **INTERPRETACIÓN:**

El 52,94% de los hoteles censados dicen que el ambiente de trabajo es muy bueno y; el 47,06 dicen que el ambiente de trabajo en sus hoteles es bueno.

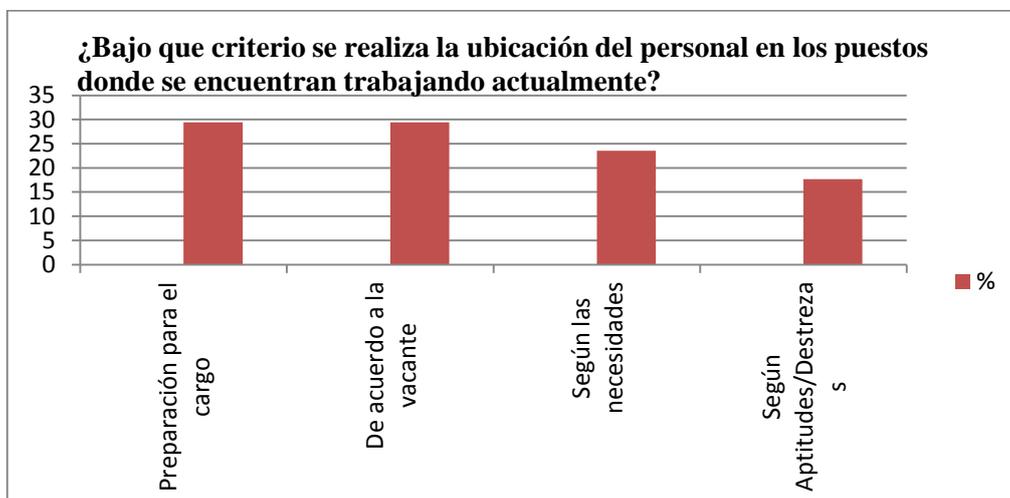
#### **4.- ¿Bajo qué criterio se realiza la ubicación del personal en los puestos donde se encuentran trabajando actualmente?**

**Tabla 3. 29**

#### **Ubicación del personal**

UBICACIÓN DEL PERSONAL	%
<b>Preparación para el cargo</b>	29,41
<b>De acuerdo a la vacante</b>	29,41

<b>Según las necesidades</b>	<b>23,53</b>
<b>Según Aptitudes/Destrezas</b>	<b>17,65</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 28 Ubicación del personal**

### INTERPRETACIÓN:

El 29,41% de los hoteles censados dicen que el criterio en el que se basan para ubicar a sus empleados en los puestos en donde trabajan actualmente es la preparación que se requiere para el cargo; el 29,41% dicen que sus empleados están en los cargos que ocupan tomando en cuenta la vacante que había para el mismo; el 23,53% dice que coloca a su personal en sus plazas de trabajo tomando en cuenta las necesidades del hotel; el 17,65% dicen que colocan a su personal en los puesto de trabajo tomando en cuenta las aptitudes y destrezas de los empleados.

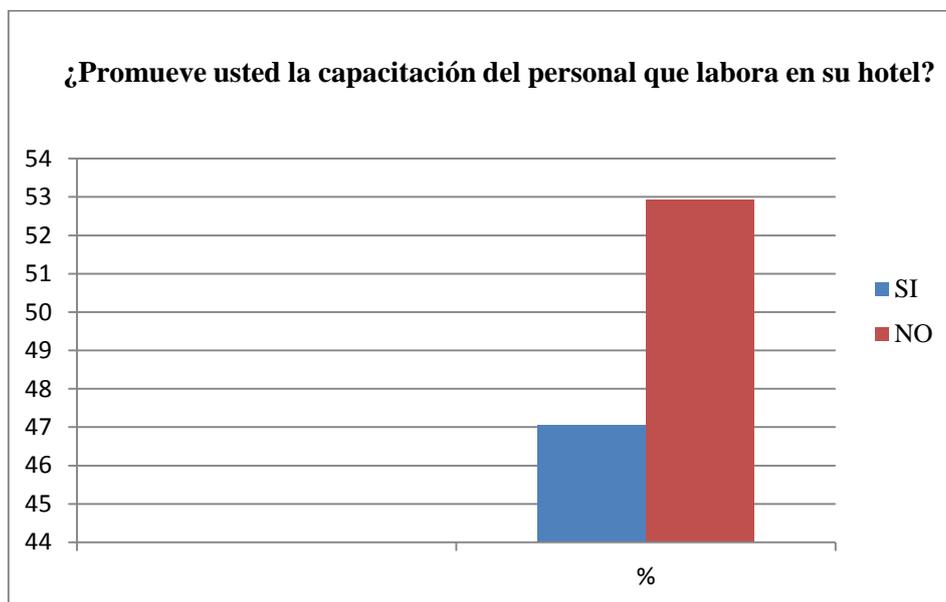
### 5.- ¿Promueve usted la capacitación del personal que labora en su hotel? ¿De qué manera?

**Tabla 3. 30**

#### **Promueve la capacitación del personal**

CAPACTACIÓN	%
<b>SI</b>	<b>47,06</b>

NO	52,94
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 29 Promueve la capacitación del personal**

#### **INTERPRETACIÓN:**

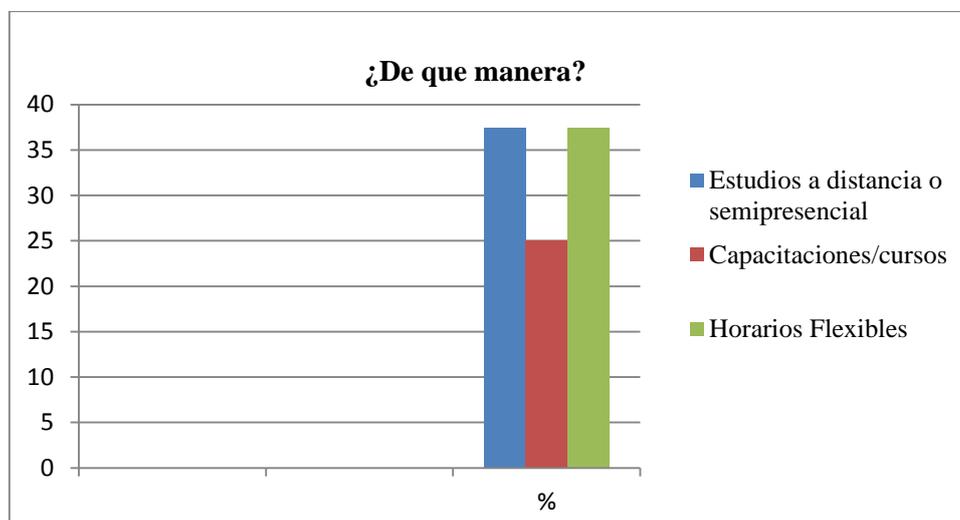
El 47,06% de los hoteles encuestados dice que promueven la capacitación de su personal y; el 52,94% dice que no promueve la capacitación de su personal.

**Tabla 3. 31**

#### **De qué manera**

MANERA	%
<b>Estudios a distancia o Semipresencial</b>	37,50
<b>Capacitaciones/cursos</b>	25,00
<b>Horarios Flexibles</b>	37,50

TOTAL	100%
-------	------



**Gráfico 3. 30 De qué manera**

### INTERPRETACIÓN:

El 37,50% de los hoteles que respondieron que si promueven la capacitación a sus empleados lo hacen apoyándolos en estudios a distancia o semi-presenciales; el 25% dice que promueve la capacitación de su personal enviándolos a cursos y capacitaciones en distintas áreas y; el 37,50% promueve la capacitación del personal con horarios flexibles para estudios.

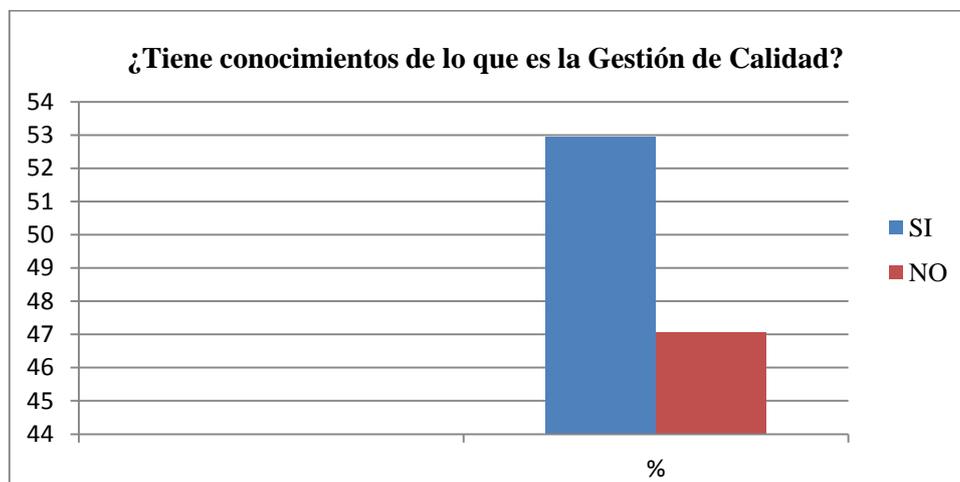
### 6.- ¿Tiene conocimientos de lo que es la Gestión de Calidad?

**Tabla 3. 32**

#### Conocimientos de gestión de calidad

GESTION DE CALIDAD	%
SI	52,94
NO	47,06

TOTAL	100%
-------	------



**Gráfico 3. 31 Conocimientos de gestión de calidad**

### INTERPRETACIÓN:

El 52,94% de los hoteles si conocen lo que es el sistema de gestión de calidad, mientras que el 47,06% no conoce lo que es el sistema de gestión de calidad.

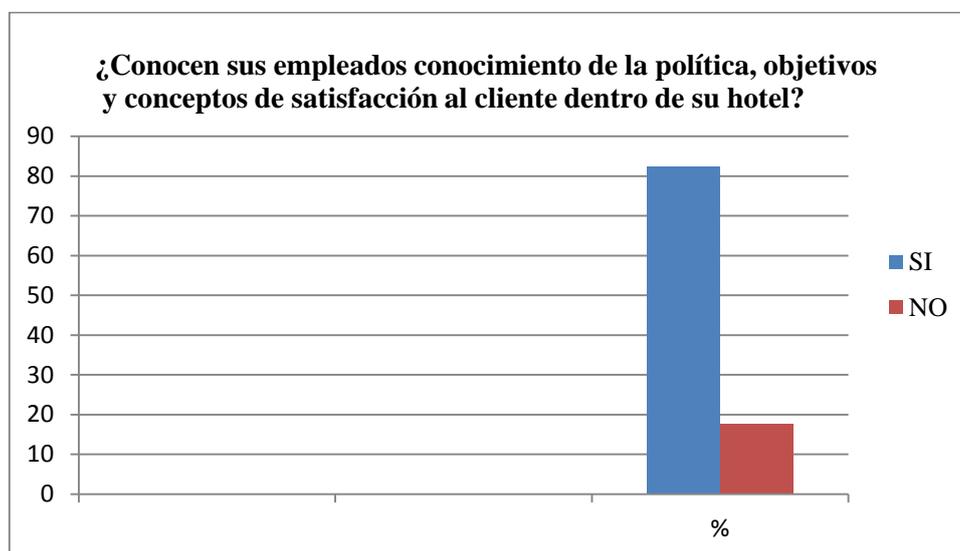
### 7.- ¿Conocen sus empleados la política, objetivos, y conceptos de satisfacción al cliente dentro de su hotel?

**Tabla 3. 33**

**Conocimiento de política, objetivos y conceptos de satisfacción al cliente**

POLÍTICA, OBJETIVOS Y CONCEPTOS	%
SI	82,35
NO	17,65

TOTAL	100%
-------	------



**Gráfico 3. 32 Conocimiento de política, objetivos y conceptos de satisfacción al cliente**

#### INTERPRETACIÓN:

El 82,35% de los hoteles censados dicen que su personal si tiene conocimientos de la política, objetivos y conceptos de satisfacción al cliente y; el 17.65% de los establecimientos hoteleros dice que su personal no conoce bien la política, los objetivos ni el concepto de satisfacción al cliente.

#### 8.- ¿Sus empleados tienen una buena comunicación con los huéspedes de su hotel?

**Tabla 3. 34**

##### Buena comunicación entre empleados y huéspedes

BUENA COMUNICACIÓN	%
SI	94,12
NO	5,88

TOTAL	100%
-------	------



**Gráfico 3. 33 Buena comunicación entre empleados y huéspedes**

#### **INTERPRETACIÓN:**

El 94,12% de los hoteles censados reportaron que sus empleados si tienen buena comunicación con sus huéspedes y; el 5,88% de los hoteles reportaron que sus empleados no tienen buena comunicación con sus huéspedes.

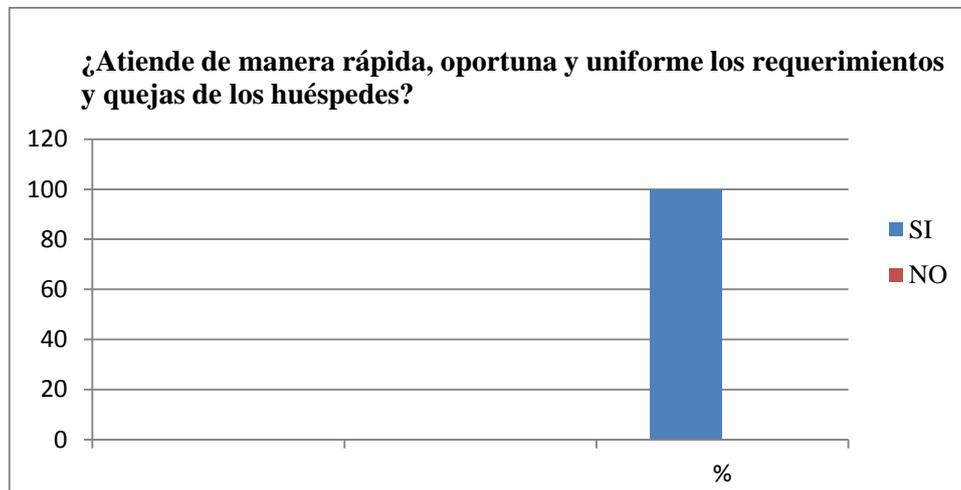
#### **9.- ¿Atienden de manera rápida, oportuna y uniforme los requerimientos y quejas de los huéspedes?**

**Tabla 3. 35**

#### **Atención rápida, oportuna y uniforme a los huéspedes**

REQUERIMIENTOS Y QUEJAS	%
-------------------------	---

<b>SI</b>	<b>100</b>
<b>NO</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 34 Atención rápida, oportuna y uniforme a los huéspedes**

#### **INTERPRETACIÓN:**

El 100% de los hoteles censados respondieron que atienden de manera rápida, oportuna y uniforme lo requerimientos y quejas de los huéspedes.

#### **10.- ¿Tienen sus empleados buena comunicación entre sí?**

**Tabla 3. 36**

**Buena comunicación entre empleados**

BUENA COMUNICACIÓN	%
SI	100
NO	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 35 Buena comunicación entre empleados**

### **INTERPRETACIÓN:**

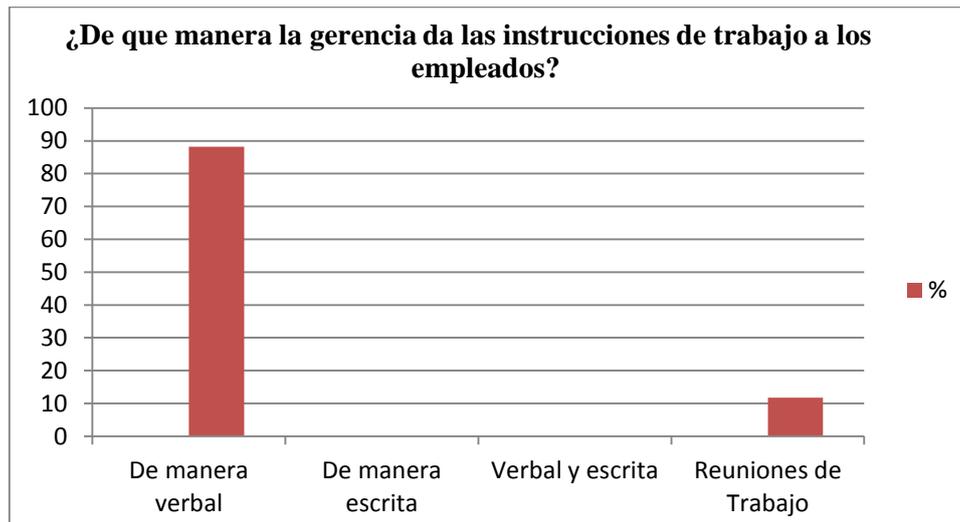
El 100% de los hoteles censados aseguran que sus empleados tienen buena comunicación entre sí.

### **11.- ¿De qué manera la gerencia da las instrucciones de trabajo a los empleados?**

**Tabla 3. 37**

#### **Instrucciones de trabajo**

INSTRUCCIONES TRABAJO	%
De manera verbal	88,24
De manera escrita	0
Verbal y escrita	0
Reuniones de Trabajo	11,76
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 36 Instrucciones de trabajo**

### INTERPRETACIÓN:

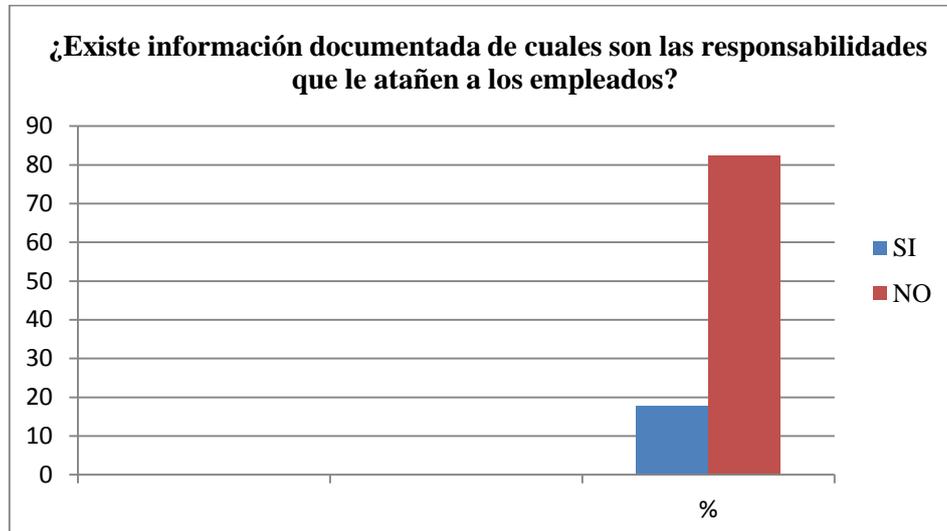
El 88,24% de los hoteles censados respondió que da las instrucciones de trabajo a sus empleados de manera verbal y; el 11,76% de los hoteles respondieron que dan las instrucciones de trabajo a través de reuniones de trabajo.

**12.- ¿Existe información documentada de cuáles son las responsabilidades que le atañen a cada empleado?**

**Tabla 3. 38**

**Información documentada de responsabilidades de los empleados**

INFORMACIÓN DOCUMENTADA	%
SI	17,65
NO	82,35
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 37 Información documentada de responsabilidades de los empleados**

### **INTERPRETACIÓN:**

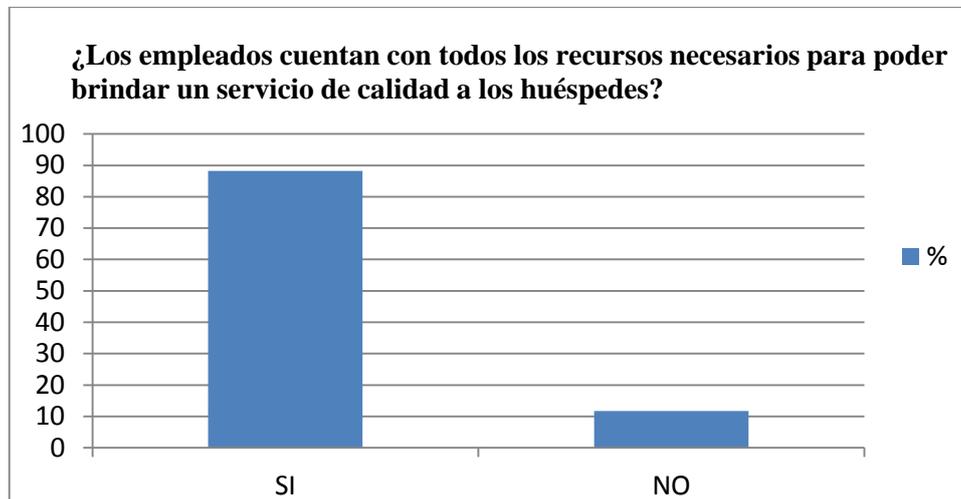
El 17,65% de los hoteles censados tienen información documentada en donde constan las responsabilidades que les atañen a cada empleado y; el 82,35% de los hoteles no tienen información documentada de las responsabilidades que les atañen a sus empleados.

**13.- ¿Los empleados cuentan con todos los recursos necesarios para poder brindar un servicio de calidad a los huéspedes?**

**Tabla 3. 39**

**Recursos necesarios para brindar un servicio de calidad**

RECURSOS	%
SI	88,24
NO	11,76
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 38 Recursos necesarios para brindar un servicio de calidad**

### **INTERPRETACIÓN:**

El 88,24% de los hoteles censados respondieron que sus empleados cuentan que los recursos necesarios para poder brindar un servicio de calidad a los huéspedes y; el 11,76% de los hoteles encuestados respondieron que sus empleados no cuentan que los recursos necesarios para poder brindar un servicio de calidad a los huéspedes.

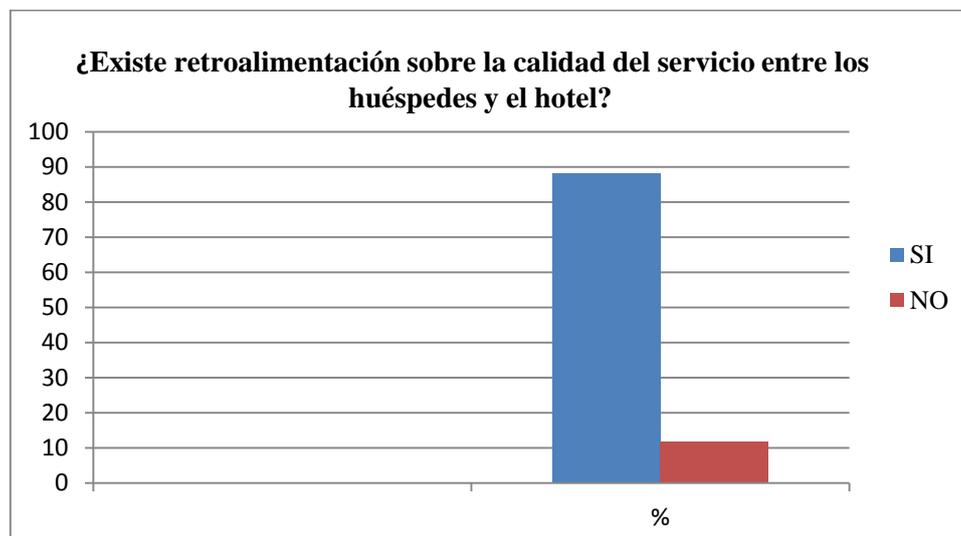
### **ESTRUCTURA DEL SISTEMA DE CALIDAD**

**1.- ¿Existe retroalimentación sobre la calidad del servicio entre los huéspedes y el hotel? ¿Cómo se la realiza?**

**Tabla 3. 40**

### Retroalimentación

RETROALIMENTACIÓN	%
SI	88,24
NO	11,76
TOTAL	100%



**Gráfico 3.39 Retroalimentación**

### INTERPRETACIÓN:

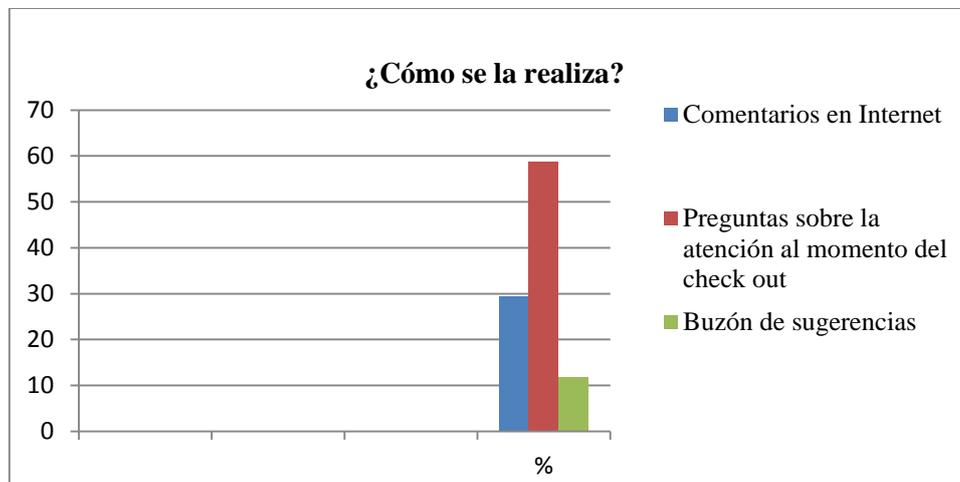
El 88,24% de los hoteles censados respondieron que si existe retroalimentación sobre la calidad del servicio entre los huéspedes y el hotel y; el 11,76% de los hoteles censados respondieron que no existe retroalimentación sobre la calidad del servicio entre los huéspedes y el hotel.

**Tabla 3.41**

### Cómo se la realiza

COMO SE LA REALIZA	%
Comentarios en Internet	29,41
Preguntas sobre la atención al momento del check out	58,82

<b>Buzón de sugerencias</b>	<b>11,76</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 40 Cómo se la realiza**

### **INTERPRETACIÓN:**

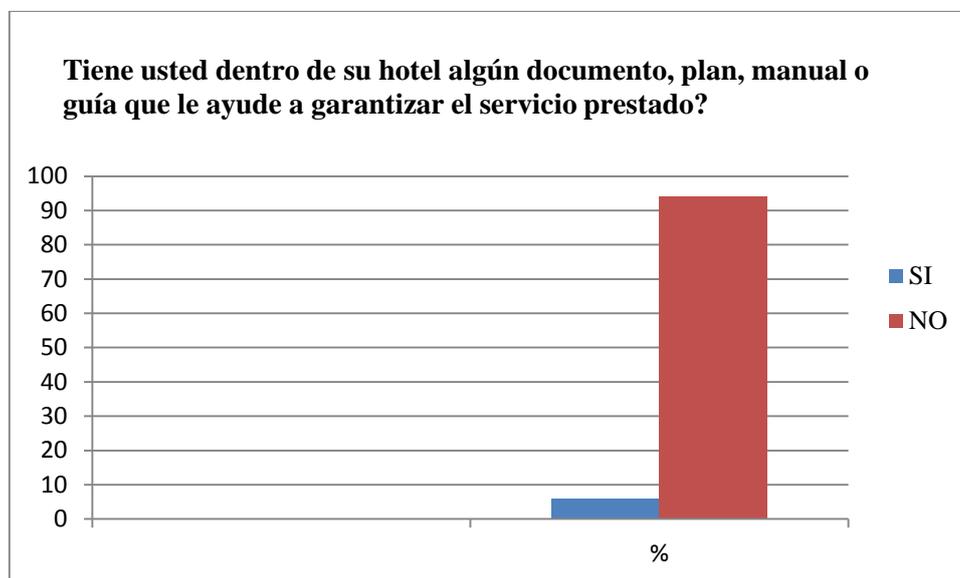
El 29,41% de los hoteles que respondieron que si tienen retroalimentación con sus huéspedes contestaron que lo hacen por medio de comentarios a través de internet; el 58,82% respondieron que lo hacen realizando preguntas a los huéspedes acerca de si les gustó o no el servicio al momento del check out y; el 11,77% tiene un buzón de sugerencias.

**2.- ¿Tiene usted dentro de su hotel algún documento, plan, manual o guía que le ayude a garantizar la calidad en el servicio prestado?**

**Tabla 3. 42**

**Documentos que garanticen la calidad del servicio**

MANUAL DE CALIDAD	%
SI	5,88
NO	94,12
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 41 Documentos que garanticen la calidad del servicio**

### **INTERPRETACIÓN:**

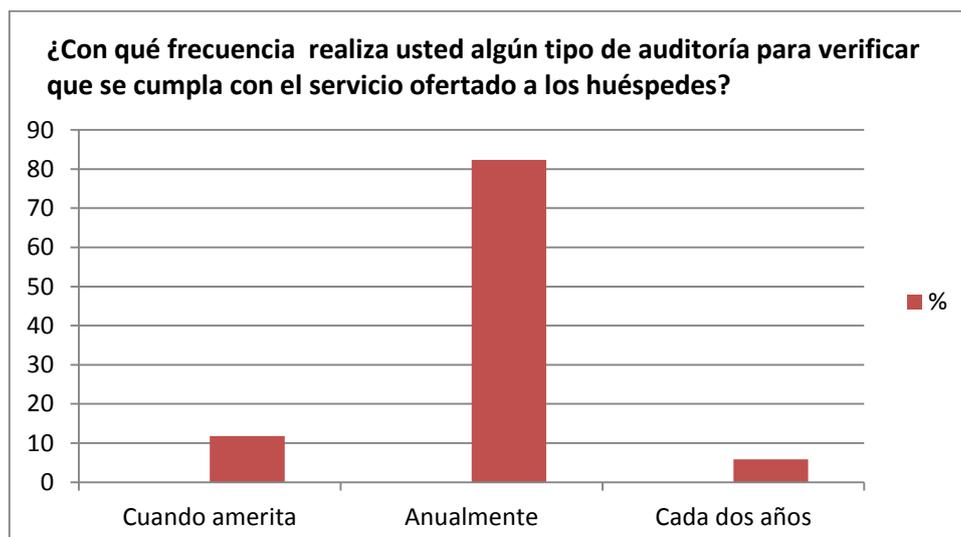
El 5,88% de los establecimientos censados respondieron que si tienen algún tipo de documento, plan, manual o guía que les ayude a garantizar el servicio prestado, mientras que el 94,12% de los establecimientos censados respondieron que no tienen ningún tipo de documento que les ayude a garantizar el servicio que prestan.

**3.- ¿Con qué frecuencia realiza usted algún tipo de auditoría para verificar que se cumpla con el servicio ofertado a los huéspedes?**

**Tabla 3. 43**

**Frecuencia de auditorías**

FRECUENCIA AUDITORIAS	%
Cuando amerita	11,76
Anualmente	82,35
Cada dos años	5,88
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 42 Frecuencia de auditorías**

### INTERPRETACIÓN:

El 11,76% de los hoteles censados respondieron que realizan algún tipo de auditoría para verificar que se cumpla con el servicio ofertado a los huéspedes cuando ameritan; el 82,35% respondieron que realizan algún tipo de auditoría para verificar que se cumpla con el servicio ofertado cada año y; el 5,88% de los hoteles censados respondieron que realizan algún tipo de auditoría para verificar que se cumpla con el servicio prestado cada dos años.

#### 4.- ¿Si las realiza, Lleva algún registro de estas auditorías? ¿Cuál?

**Tabla 3. 44**

#### Registro de auditorías

REGISTRO AUDITORIAS	%
<b>NO</b>	76,47
<b>Listado cosas por cambiar o arreglar</b>	23,53
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 43 Registro de auditorías**

### **INTERPRETACIÓN:**

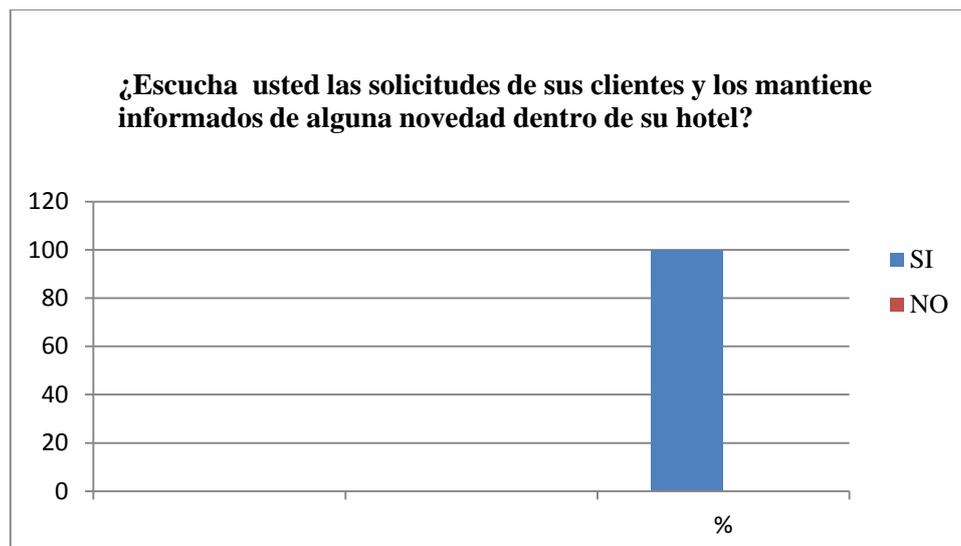
El 76,47% de los hoteles censados respondieron que no llevan ningún registro de las auditorías que realizan y; el 23,53% de los hoteles censados respondieron que si llevan un registro que es un listado de muebles y enseres del hotel que están por cambiar o arreglar para garantizar una mejor prestación del servicio.

### **INTERFASE CON LOS CLIENTES**

**1.- ¿Escucha usted las solicitudes de sus clientes y los mantiene informados de alguna novedad dentro del hotel?**

**Tabla 3. 45****Solicitudes de cliente información de novedades**

SOLICITUDES/INFORMACION	%
SI	100
NO	0
TOTAL	100%

**Gráfico 3. 44 Solicitudes de cliente información de novedades****INTERPRETACIÓN:**

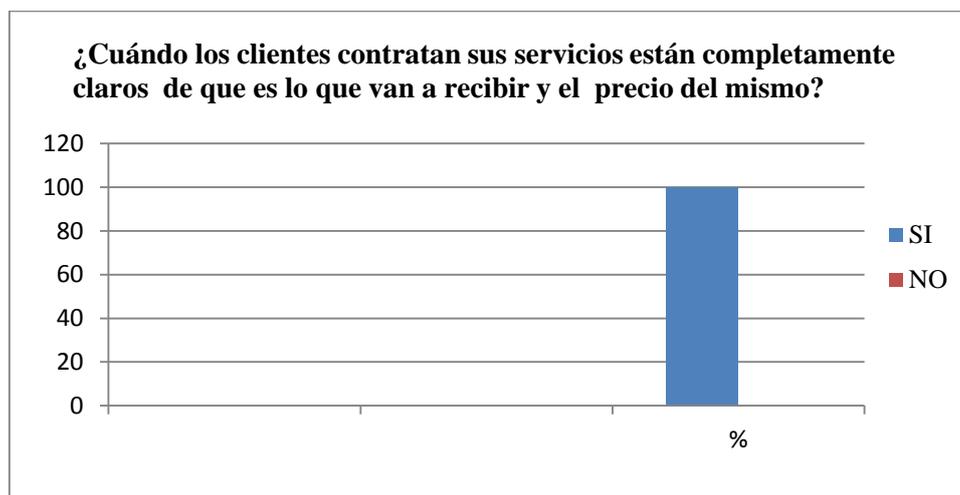
El 100% de los hoteles censados respondieron que siempre escuchan las solicitudes de sus clientes y los mantiene informados de alguna novedad de su hotel.

**2.- ¿Cuándo los clientes contratan sus servicios están totalmente claros de que es lo que van a recibir y el precio del mismo?**

**Tabla 3. 46**

### Claridad en el servicio y precio

SERVICIO/ PRECIO	%
<b>SI</b>	100
<b>NO</b>	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 45 Claridad en el servicio y precio**

### INTERPRETACIÓN:

De los hoteles censados el 100% respondió que cuando los clientes contratan su servicios están completamente claros de que es lo que van a recibir y el precio que van a pagar el servicio.

**3.- ¿Les comunica a sus huéspedes de qué manera actuarían si se llegara a dar algún tipo de inconveniente y en cuanto tiempo sería resuelto de darse el caso?**

**Tabla 3. 47**

### Inconvenientes

COMUNICACIÓN	%
SI	100
NO	
TOTAL	100

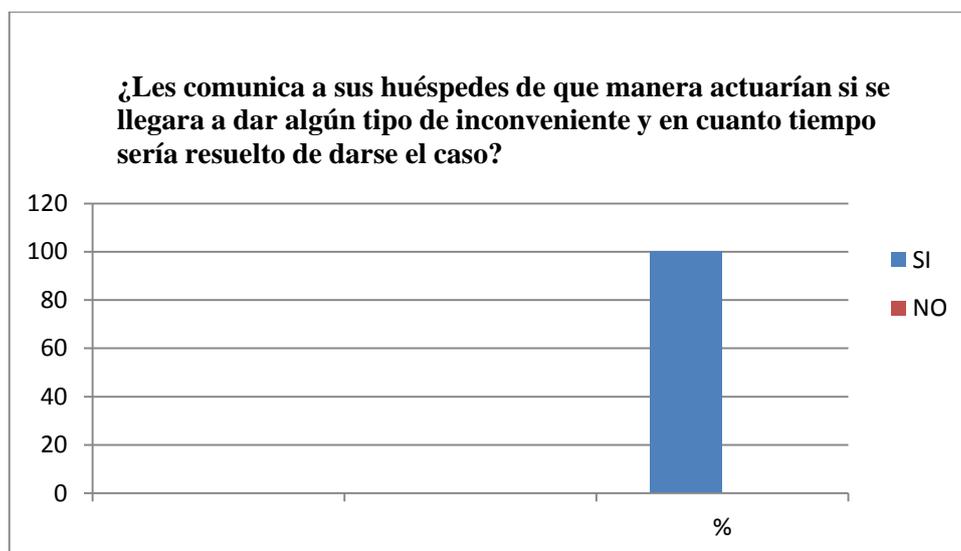


Gráfico 3. 46 Inconvenientes

### INTERPRETACIÓN:

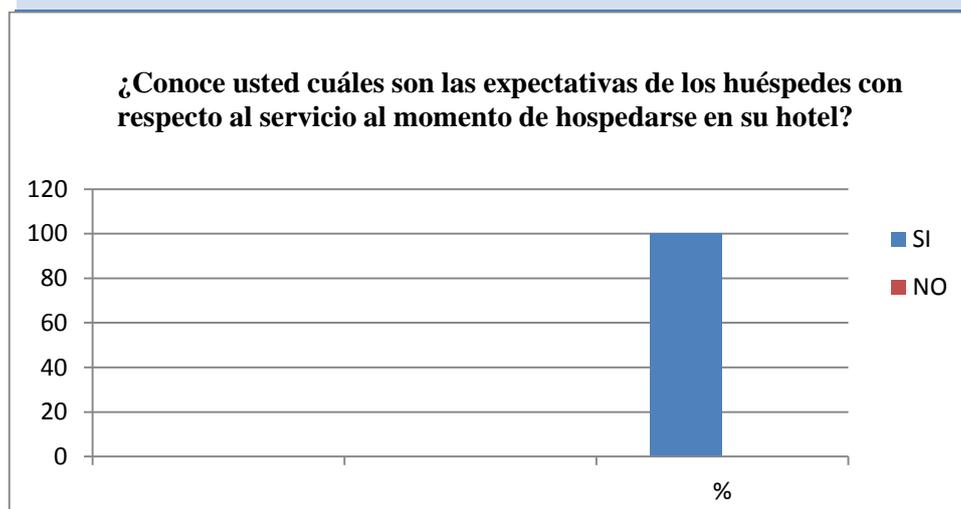
El 100% de los hoteles censados respondió que les comunican a sus huéspedes de que manera actuarían si se llegara a dar algún tipo de inconveniente y en cuanto tiempo sería resuelto de darse el caso.

### ELEMENTOS OPERACIONALES

1.- ¿Conoce usted cuales son las expectativas de los huéspedes con respecto al servicio al momento de hospedarse en su hotel?

**Tabla 3. 48****Expectativas**

EXPECTATIVAS	%
SI	100
NO	0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**Gráfico 3. 47 Expectativas****INTERPRETACIÓN:**

De los hoteles censados el 100% contestó que conocen cuales son las expectativas que tienen los huéspedes con respecto al servicio al momento de hospedarse en su hotel.

**2.- ¿Cuál cree usted que es la característica del servicio más importante para sus huéspedes al momento de hospedarse en su hotel?**

**Tabla 3. 49****Características del servicio**

CARACTERISTICA	%
Cercanía a todo	29,42
Confianza	11,76
Comodidad	29,42
Seguridad	5,88
Tranquilidad	17,64
Cordialidad del Personal	5,88
TOTAL	100%

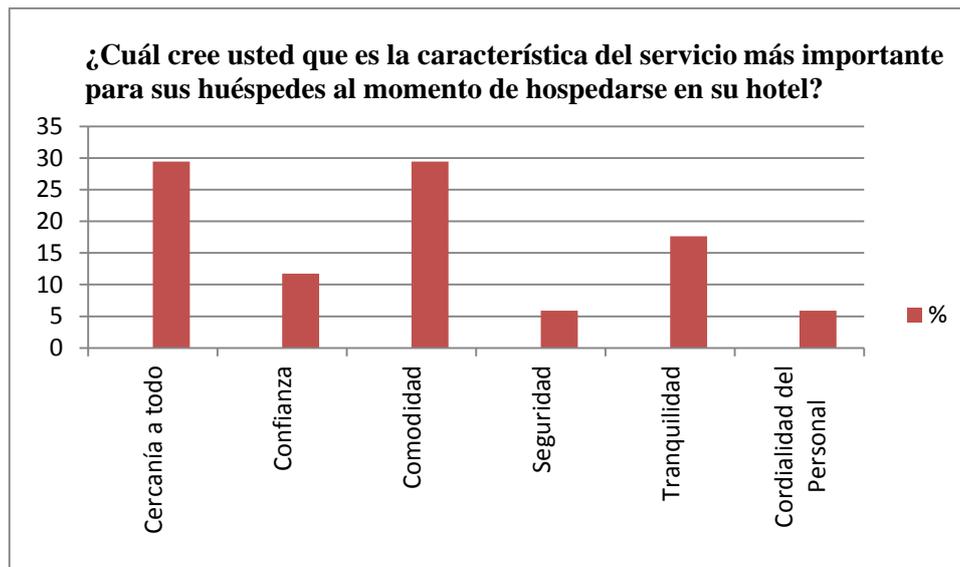


Gráfico 3. 48 Características del servicio

### INTERPRETACIÓN:

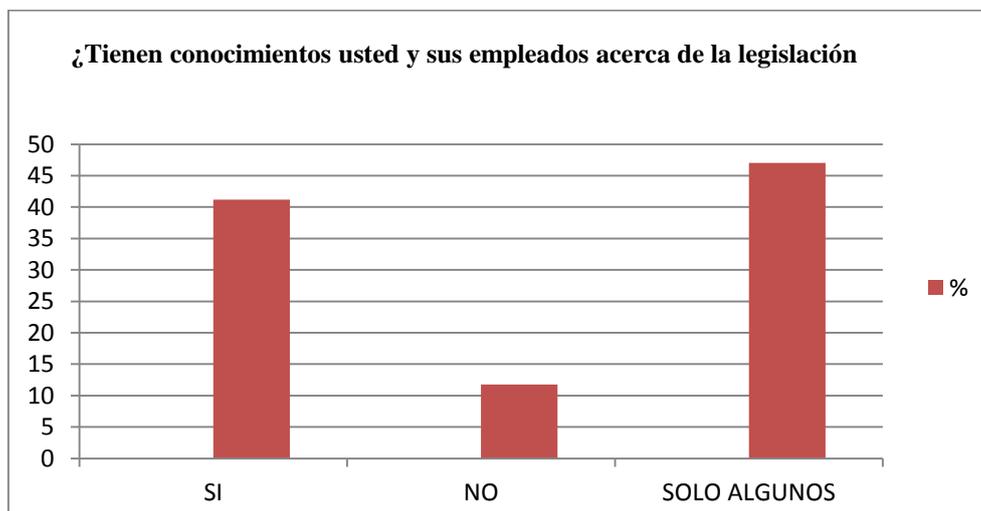
El 29,42% de los hoteles censados cree que la característica del servicio más importante para sus huéspedes es la cercanía a todo; el 11,76% cree que la característica del servicio más importante es la confianza; para el 29,42% es la comodidad; para el 5,88% es la seguridad; para el 17,64% es la tranquilidad y para el 5,88% la característica del servicio más importante para sus huéspedes es la cordialidad del personal.

**3.- ¿Tienen conocimientos usted y sus empleados acerca de la legislación en lo que se refiere a salud, seguridad y medio ambiente?**

Tabla 3. 50

**Conocimientos de legislación en salud, seguridad y medio ambiente**

LEGISLACIÓN	%
SI	41,18
NO	11,76
SOLO ALGUNOS	47,06
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 49 Conocimientos de legislación en salud, seguridad y medio ambiente**

#### INTERPRETACIÓN:

El 41,18% de los hoteles censados dicen que si conocen la legislación en lo que e refiere a salud, seguridad y medio ambiente; el 11,76% respondió que no tienen conocimientos de la legislación y el 47,06% respondió que solo algunos conocían la legislación.

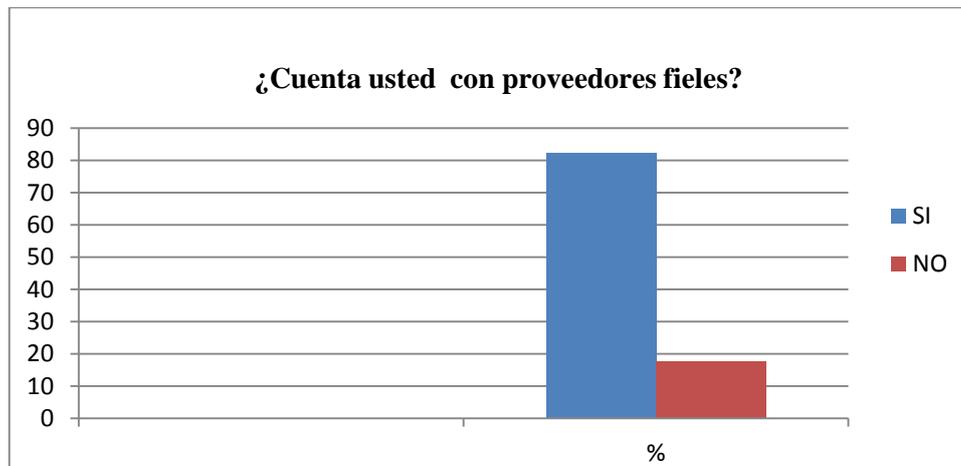
#### 4.- ¿Cuenta usted con proveedores fieles?

**Tabla 3. 51**

##### Proveedores fieles

PROVEEDORES FIELES	%
SI	82,35
NO	17,65

TOTAL	100%
-------	------



**Gráfico 3. 50 Proveedores fieles**

#### **INTERPRETACIÓN:**

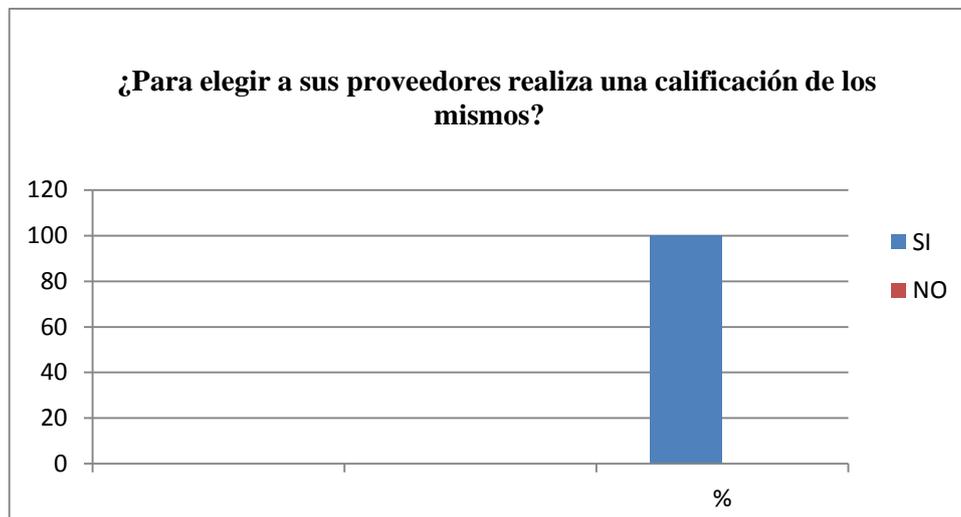
El 82,35% de los hoteles censados contestaron que si cuentan con proveedores fieles y; el 17,65% respondieron que no cuentan con proveedores fieles.

#### **5.- ¿Para elegir a sus proveedores realiza una calificación de los mismos?**

**Tabla 3. 52**

**Calificación de proveedores**

CALIFICACIÓN	%
SI	100
NO	0
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 51 Calificación de proveedores**

#### **INTERPRETACIÓN:**

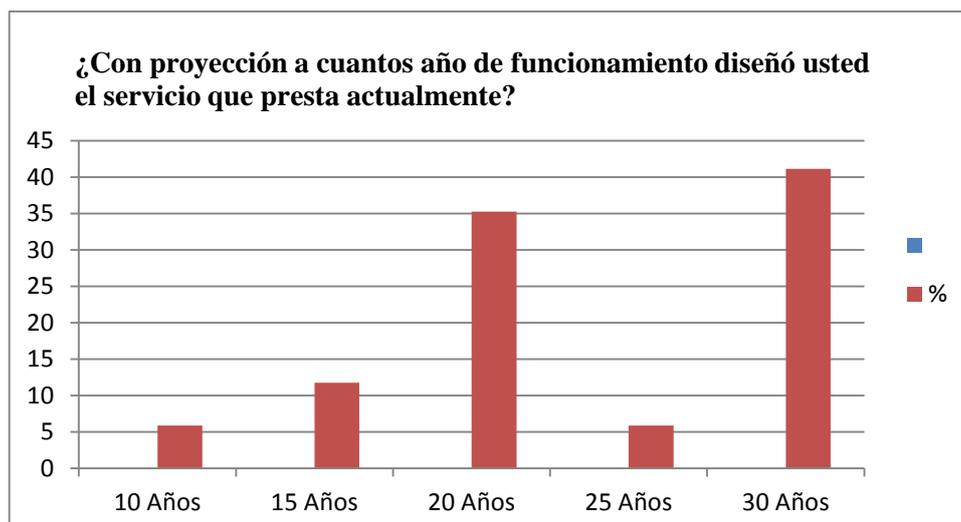
El 100% de los hoteles cenados dicen que si realizan una calificación de proveedores.

**6.- ¿Con proyección a cuantos años de funcionamiento diseñó usted el servicio que presta actualmente?**

**Tabla 3. 53**

**Proyección de funcionamiento**

PROYECCIÓN EN AÑOS	%
<b>10 Años</b>	5,88
<b>15 Años</b>	11,76
<b>20 Años</b>	35,30
<b>25 Años</b>	5,88
<b>30 Años</b>	41,18
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 52 Proyección de funcionamiento**

### **INTERPRETACIÓN:**

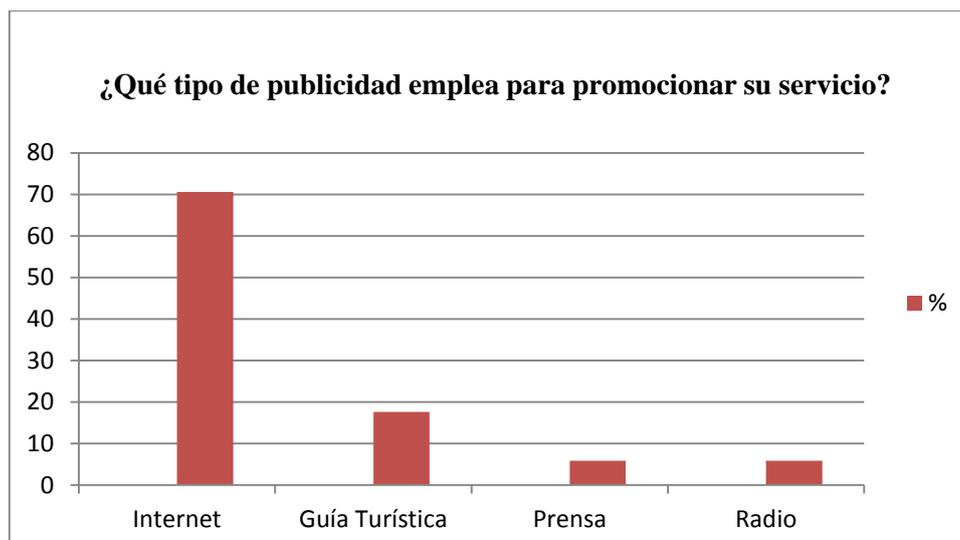
El 5,88% de los hoteles censados respondieron que diseñaron el funcionamiento del hotel para diez años; el 11,76% de los hoteles censados respondieron que sus hoteles fueron diseñados para funcionar quince años; el 35,30% de los hoteles contestaron que el servicio de sus hoteles fue diseñado con una vigencia de veinte años; el 5,88% de los hoteles respondieron que su funcionamiento fue diseñado para veinte y cinco años y; el 41,18% de los hoteles censados respondió que proyectaron su funcionamiento para treinta años.

### **7.- ¿Qué tipo de publicidad emplea para promocionar su servicio?**

**Tabla 3. 54**

## Publicidad

PUBLICIDAD	%
Internet	70,59
Guía Turística	17,65
Prensa	5,88
Radio	5,88
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 53 Publicidad**

## INTERPRETACIÓN:

El 70,59% de los hoteles censados dicen que la publicidad que emplean para promocionar sus servicios es el Internet; el 17,65% respondió que la publicidad que emplean es la guía turística; el 5,88% contestó que la publicidad que utilizan es la prensa y; el 5,88% de los hoteles contestó que la publicidad utilizada es la radio.

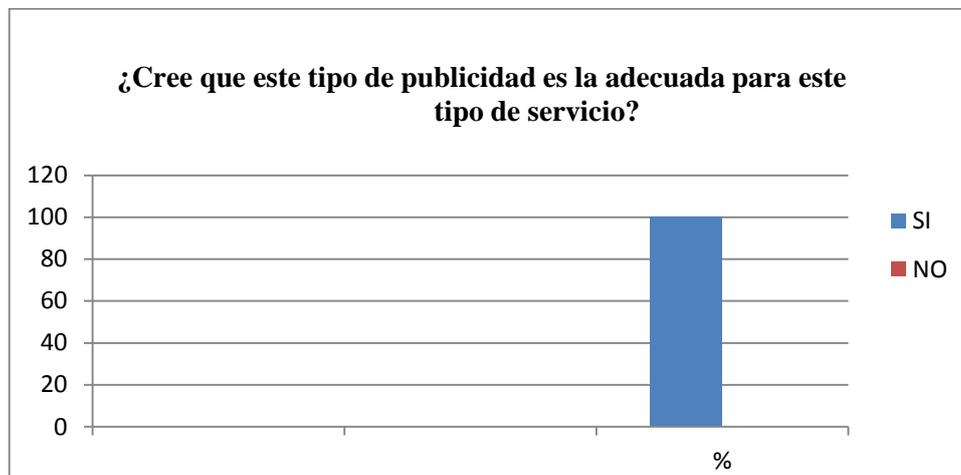
## 8.- ¿Cree que este tipo de publicidad es la adecuada para este tipo de servicio?

**Tabla 3. 55**

### Publicidad adecuada

ADECUADA	%
SI	100

NO	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 54 Publicidad adecuada**

### **INTERPRETACIÓN:**

El 100% de los hoteles censados respondieron que si consideran que la publicidad que emplean es la adecuada para promocionar su servicio.

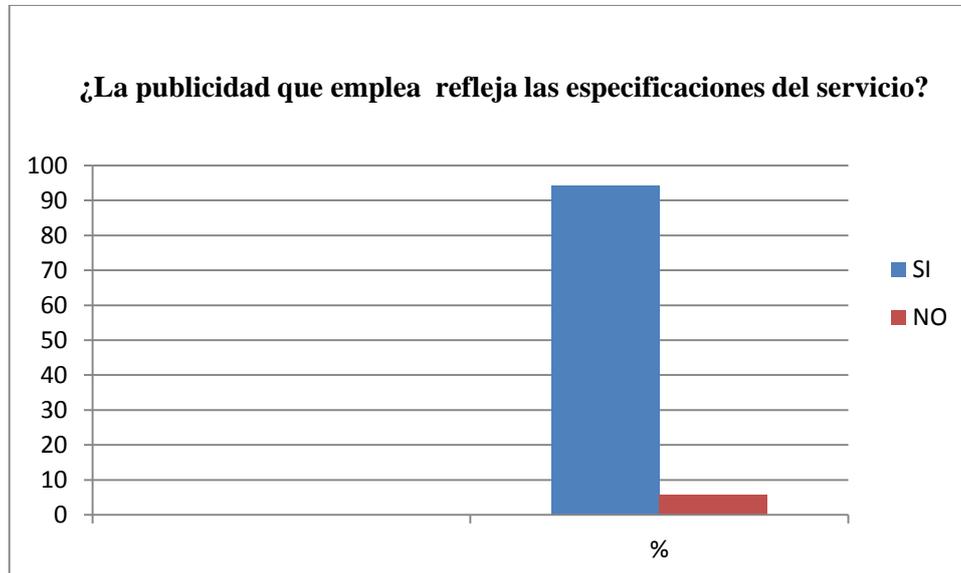
### **9.- ¿La publicidad que emplea refleja las especificaciones del servicio?**

**Tabla 3. 56**

#### **Publicidad refleja especificaciones**

ESPECIFICACIONES	%
------------------	---

<b>SI</b>	94,12
<b>NO</b>	5,88
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 55 Publicidad refleja especificaciones**

### **INTERPRETACIÓN:**

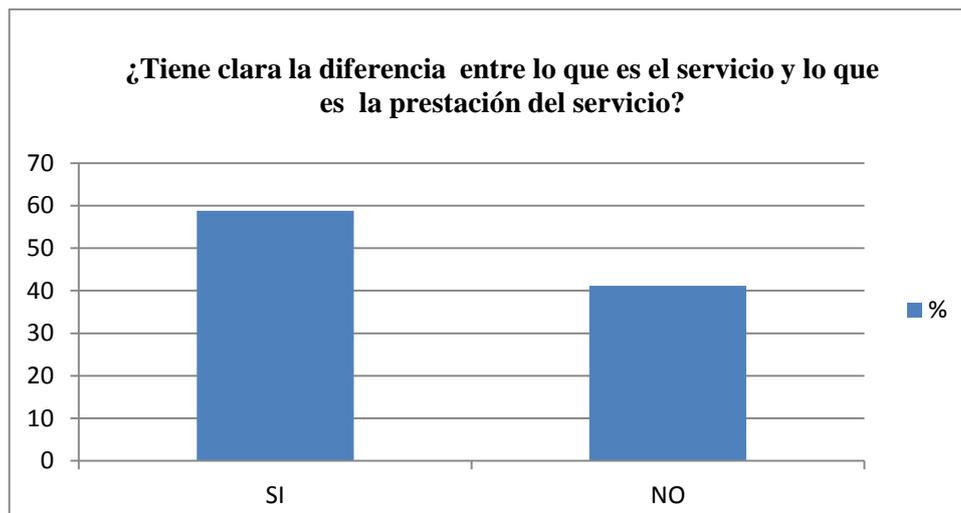
El 94,12% de los hoteles censados dicen que este tipo de publicidad si refleja las especificaciones de su servicio y; el 5,88% de los hoteles censados respondió que la publicidad que utilizan no refleja todas las especificaciones de su servicio.

### **PROCESO DE DISEÑO**

**1.- ¿Tiene clara la diferencia entre lo que es el servicio y lo que es la prestación del servicio?**

**Tabla 3. 57****Diferencia entre servicio y prestación del servicio**

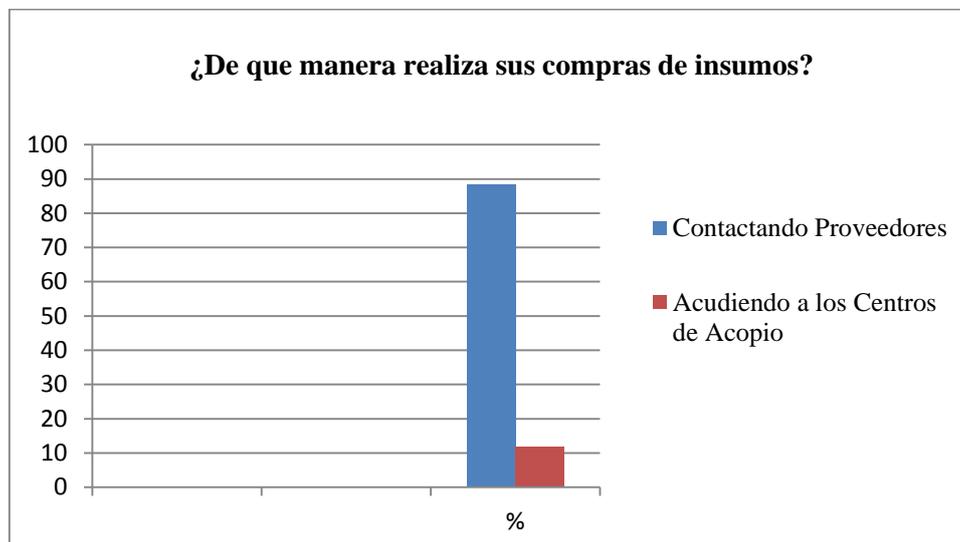
DIFERENCIA	%
SI	58,82
NO	41,18
TOTAL	100%

**Gráfico 3. 56 Diferencia entre servicio y prestación del servicio****INTERPRETACIÓN:**

El 58,82% de los establecimientos censado respondieron que si tienen clara la diferencia entre lo que es el servicio y lo que es la prestación del servicio.

**2.- ¿De qué manera realiza sus compras de insumos?****Tabla 3. 58****Compras de insumos**

COMPRAS	%
Contactando Proveedores	88,24
Acudiendo a los Centros de Acopio	11,76
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 57 Compras de insumos**

### INTERPRETACIÓN:

El 88,28% de los hoteles censados respondieron que realizan sus compras de insumos contactando a sus proveedores y y; el 11,76% de los hoteles censados respondieron que realizan sus compras de insumos acudiendo a los principales centros de acopio.

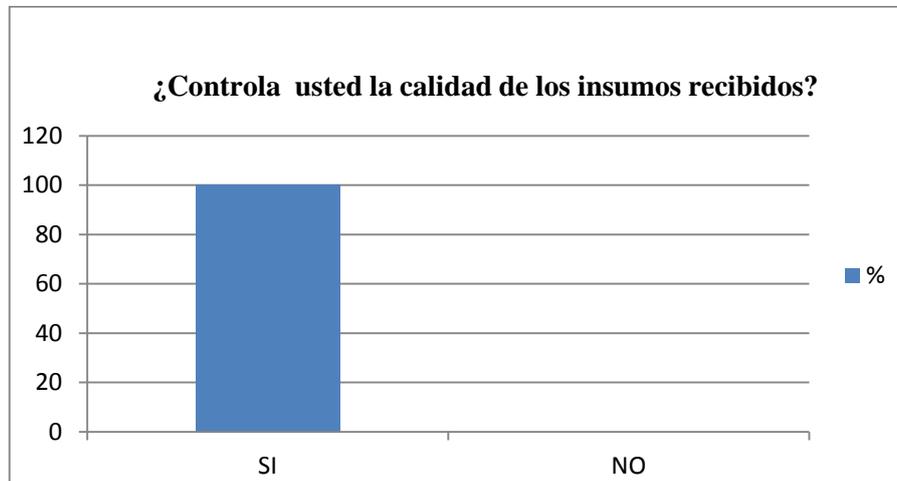
### 3.- ¿Controla la calidad de los insumos recibidos?

**Tabla 3. 59**

#### Calidad de los insumos

INSUMOS	%
---------	---

<b>SI</b>	<b>100</b>
<b>NO</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 58 Calidad de los insumos**

#### **INTERPRETACIÓN:**

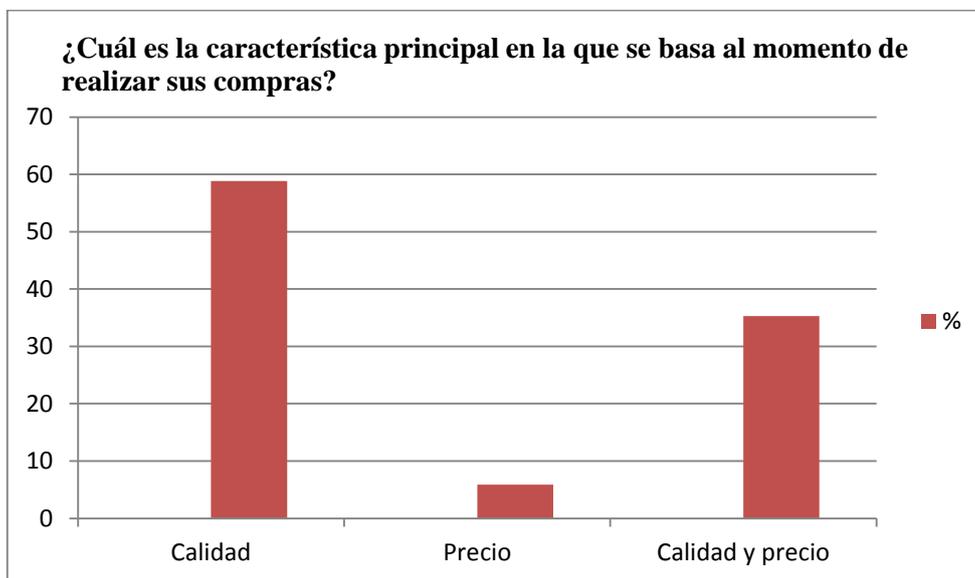
El 100% de los hoteles censados respondieron que siempre controlan la calidad de sus insumos recibidos.

**5.- ¿Cuál es la característica principal en la que se basa al momento de realizar sus compras?**

**Tabla 3. 60**

**Característica principal cuando realiza las compras**

CARACTERÍSTICA	%
Calidad	58,82
Precio	5,88
Calidad y precio	35,30
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 59 Característica principal cuando realiza las compras**

### INTERPRETACIÓN:

El 58,82% de los establecimientos censados respondieron que la característica principal en la que se basan al momento de realizar sus compras es la calidad; el 5,88% de los hoteles respondieron que la característica principal en la que se basan al momento de hacer las compras de sus insumos es el precio y; el 35,30% de los hoteles censados respondieron que las características principales en la que se basan al momento de realizar las compras de insumos son la calidad y el precio.

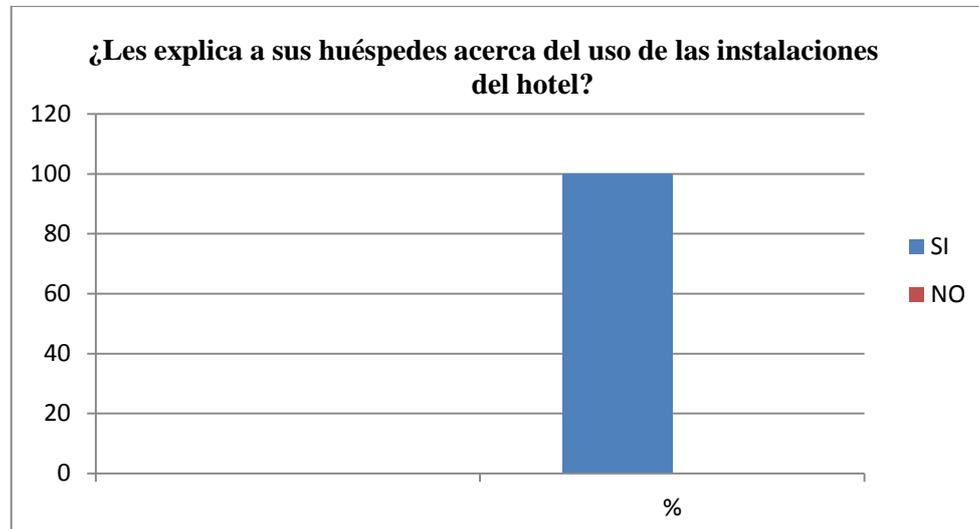
### 6.- ¿Les explica a sus huéspedes acerca del uso de las instalaciones del hotel?

**Tabla 3. 61**

#### Uso de instalaciones

USO INSTALACIONES	%
-------------------	---

<b>SI</b>	<b>100</b>
<b>NO</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



**Gráfico 3. 60 Uso de instalaciones**

### **INTERPRETACIÓN:**

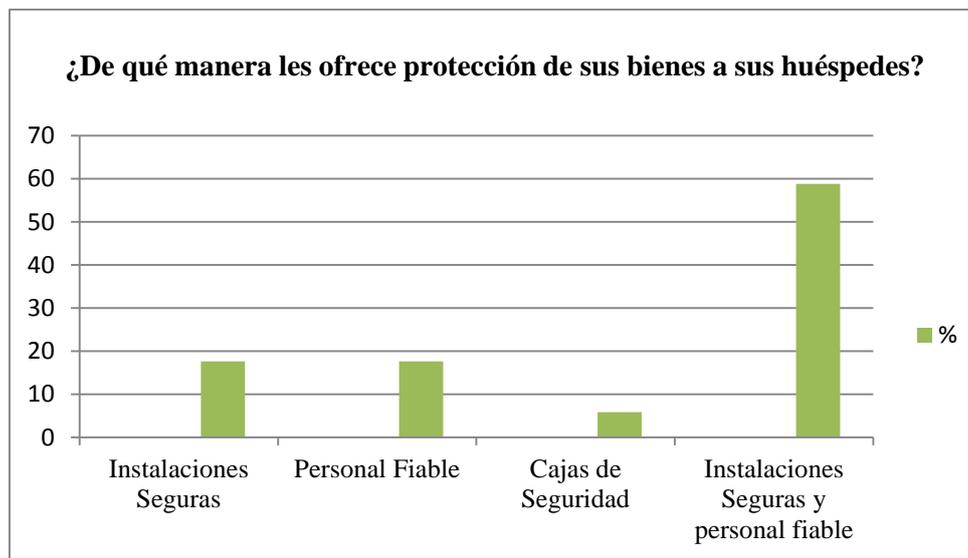
El 100% de los establecimientos censados respondieron que si les explica a sus huéspedes acerca del uso de las instalaciones de su hotel.

### **7.- ¿De qué manera le ofrece protección de sus bienes a sus huéspedes?**

**Tabla 3. 62**

**Protección a los bienes de los huéspedes**

PROTECCION	%
<b>Instalaciones Seguras</b>	17,65
<b>Personal Fiable</b>	17,65
<b>Cajas de Seguridad</b>	5,88
<b>Instalaciones Seguras y personal fiable</b>	58,82
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 61 Protección a los bienes de los huéspedes**

### **INTERPRETACIÓN:**

El 17,65% de los hoteles censados respondieron que la manera en la que ofrecen protección a los bienes de sus huéspedes es a través de instalaciones seguras; el 17,65% de los hoteles censados respondieron que la manera en la que le dan protección a lo bienes de sus huéspedes es contratando personal fiable; el 5,88% de los hoteles censados respondieron que la manera en la que brindan protección a los bienes de sus huéspedes es teniendo cajas de seguridad en su hotel y; el 58,82% de los hoteles respondieron que le brindan seguridad a los bienes de sus huéspedes es teniendo instalaciones seguras y contratando personal fiable.

**8.- ¿Para evitar inconvenientes en la prestación del servicio toma algún tipo de acciones preventivas? ¿Cuáles?**

Tabla 3. 63

## Acciones preventivas

ACCIONES PREVENTIVAS	%
Control de Instalaciones/Disponibilidad Habitaciones	5,88
Todo limpio y en orden	41,18
Explicaciones previas a los huéspedes	5,88
Reservas previas	5,88
No	41,18
TOTAL	100%

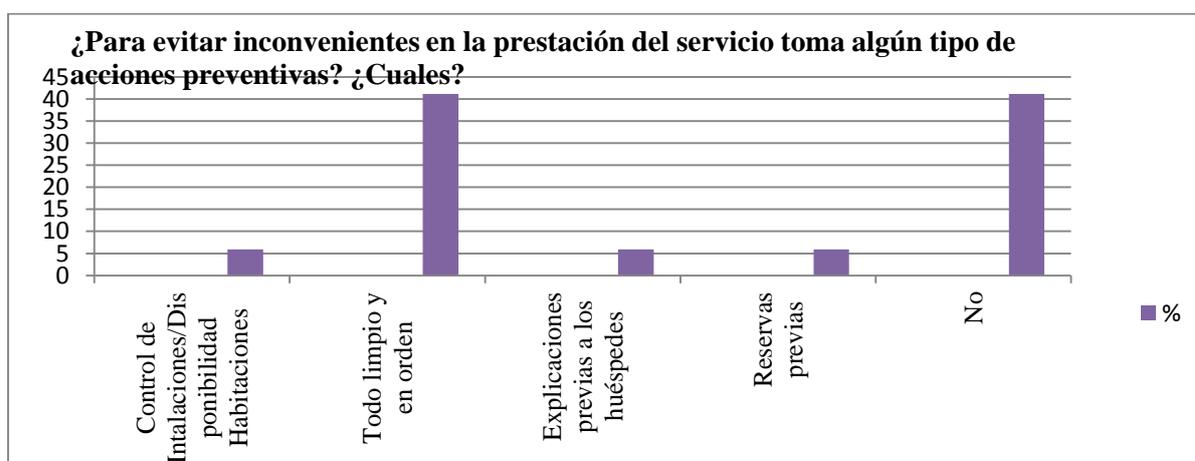


Gráfico 3. 62 Acciones preventivas

## INTERPRETACIÓN:

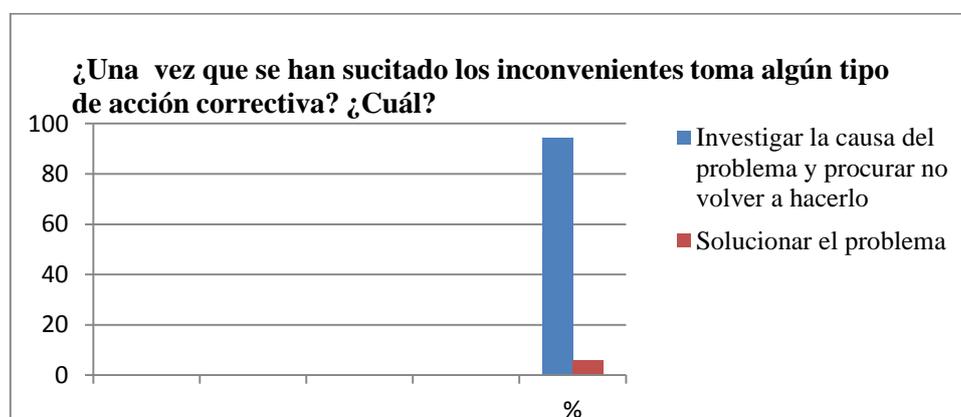
El 5,88% de los hoteles censados respondieron que las acciones preventivas que toman para evitar inconvenientes son tener control de las instalaciones y revisar la disponibilidad de habitaciones; el 41,18% de los hoteles respondió que las acciones preventivas que toman para evitar inconvenientes son tener todo limpio y en orden; el 5,88% de los hoteles contestaron que las acciones preventivas que toman son dar explicaciones previas a los huéspedes; el 5,88% de los hoteles respondieron que las medidas preventivas que toman para evitar posibles inconvenientes son hacer reservas previas y; el 41,18% de los hoteles respondieron que no toman ningún tipo de medidas preventivas para evitar posibles inconvenientes.

**9.- ¿Una vez que se han suscitado los inconvenientes toma algún tipo de acción correctiva? ¿Cuál?**

**Tabla 3. 64**

**Acciones correctivas**

ACCIONES CORRECTIVAS	%
Investigar la causa del problema y procurar no volver a hacerlo	94,12
Solucionar el problema	5,88
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 63 Acciones correctivas**

**INTERPRETACIÓN:**

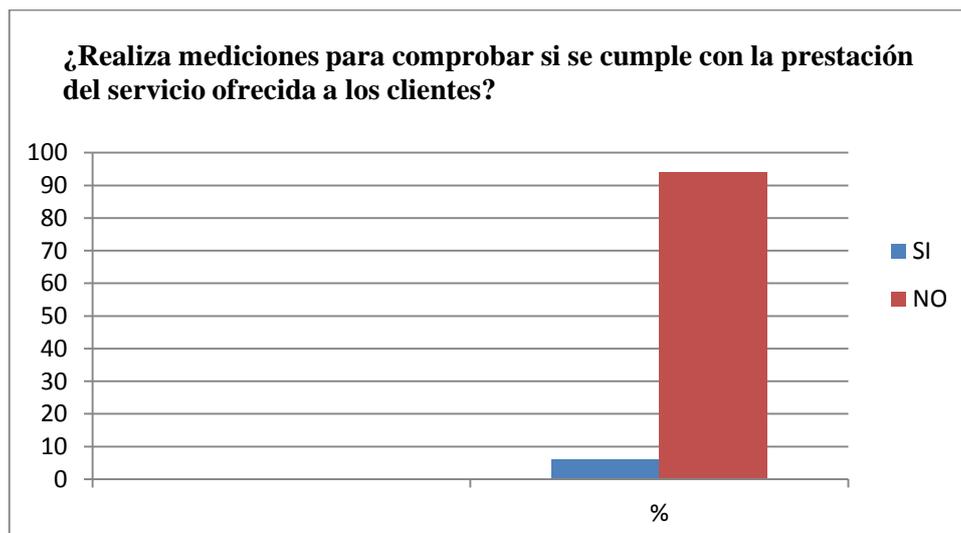
El 94,12% de los hoteles censados una vez que se ha suscitado las acciones correctivas que toman son investigar la causa del problema y procurar no volver a repetirlo y; el 5,88% la medida correctiva que toman e solucionar el problema.

**10.- ¿Realiza mediciones para comprobar si se cumple con la prestación del servicio ofrecida a los clientes?**

**Tabla 3. 65**

### Mediciones de la prestación del servicio

MEDICIONES	%
SI	5,88
NO	94,12
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 64 Mediciones de la prestación del servicio**

#### INTERPRETACIÓN:

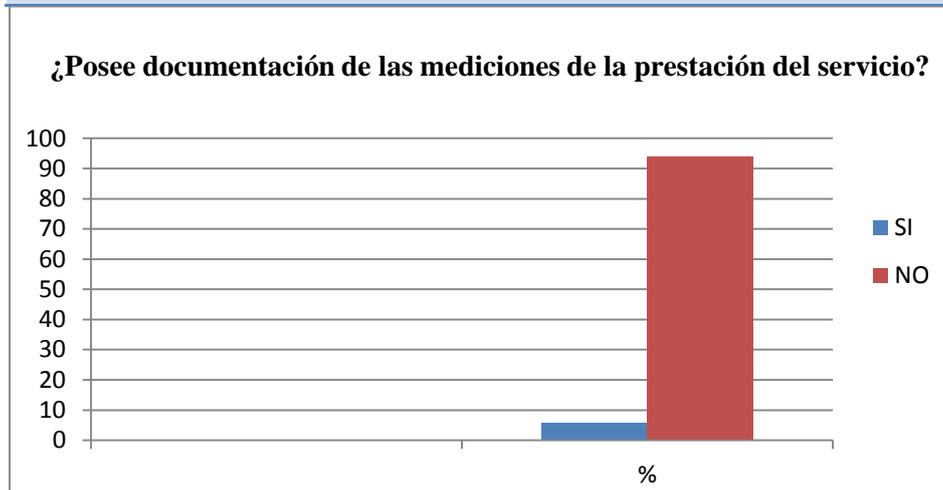
El 5,88% de los hoteles censados realizan mediciones para comprobar si se cumple con la prestación del servicio ofrecida a los clientes y; el 94,12% de los hoteles censados no realiza mediciones para comprobar si se cumple con la prestación del servicio ofrecida a los clientes.

#### 11.- ¿Posee documentación de las mediciones de la prestación del servicio?

**Tabla 3. 66**

### Documentación de mediciones

DOCUMENTACIÓN	%
SI	5,88
NO	94,12
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 65 Documentación de mediciones**

### INTERPRETACIÓN:

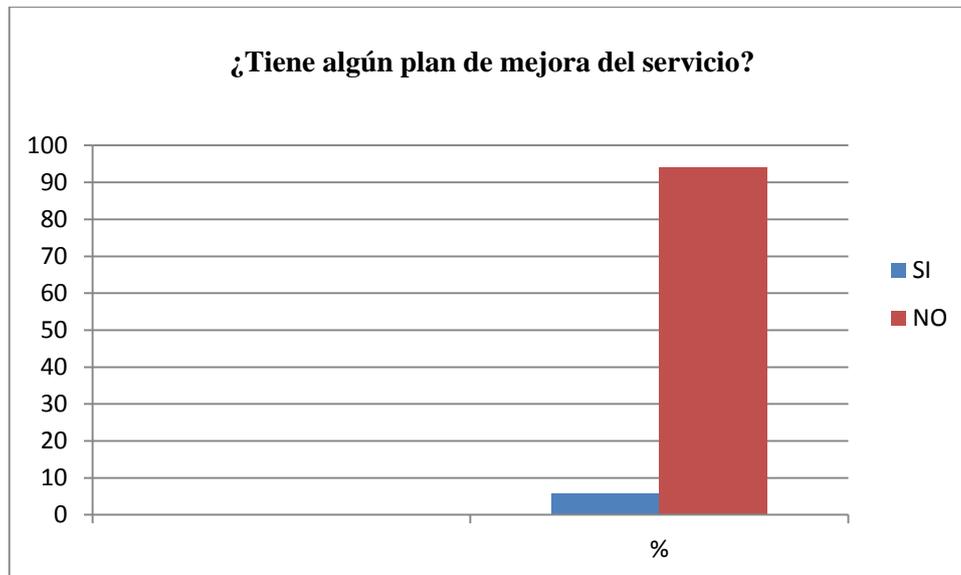
El 5,88% de los hoteles censados si tienen documentación de las mediciones de la prestación del servicio y; el 94,12% de los hoteles censados no tiene documentación de mediciones.

### 12.- ¿Tiene algún plan de mejora del servicio?

**Tabla 3. 67**

### Plan de mejora

PLAN DE MEJORA	%
SI	5,88
NO	94,12
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 66 Plan de mejora**

### INTERPRETACIÓN:

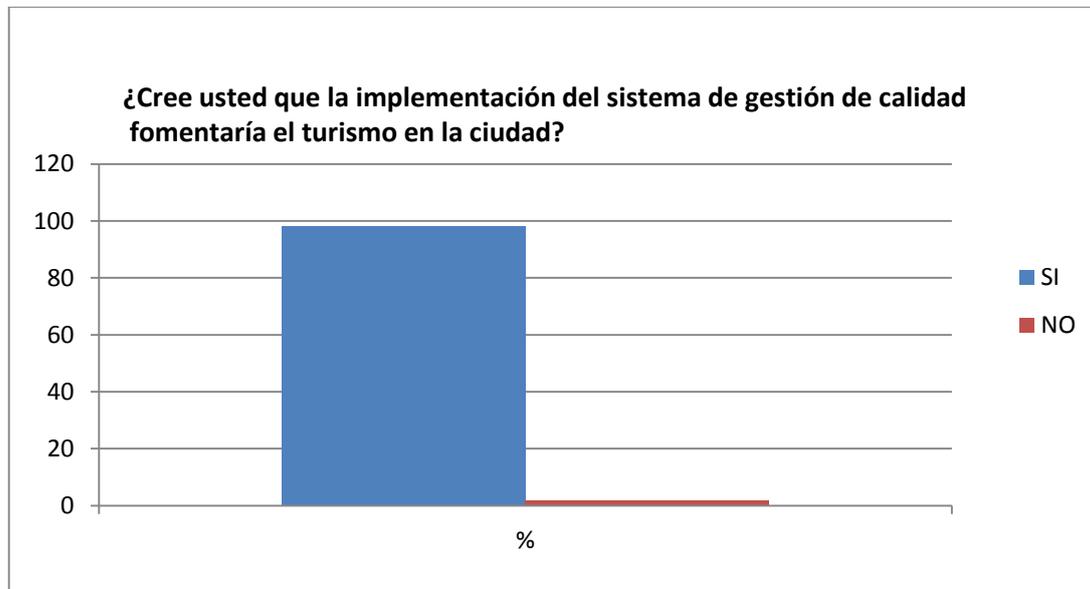
El 5,88% de los hoteles censados tiene un plan de mejora del servicio y; y el 94,12% de los hoteles censados no tienen un plan de mejora del servicio.

**13.- ¿Cree usted que la implementación del sistema de gestión de calidad fomentaría el turismo en la ciudad?**

**Tabla 3. 68**

### Plan de mejora

PLAN DE MEJORA	%
<b>SI</b>	98,20
<b>NO</b>	1,80
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 67 Plan de mejora**

### INTERPRETACIÓN:

El 98,20% de los hoteles censados creen que el sistema de gestión de calidad fomentaría el turismo en la ciudad; y el 1,80% de los hoteles censados no creen que el sistema de gestión de calidad fomentaría el turismo en la ciudad.

### 3.2.6 ENCUESTA A LOS USUARIOS DEL SERVICIO

Para poder determinar el número de encuestas que teníamos que realizar a los usuarios del servicio hotelero realizaré una investigación directa para saber la cantidad de huéspedes que reciben los hoteles mensualmente. Obteniendo como resultado:

Tabla 3. 69

## Personas hospedadas en los hoteles

HOTELES	HOSPEDADAS MES	HOSPEDADAS AÑO
HOTEL RODELU	500	6000
HOTEL LATACUNGA	600	7200
HOTEL ESTAMBÚL	300	3600
HOTEL EL MARQUEZ	600	7200
HOTEL TILIPULO	300	3600
HOTEL LOS ANDES	120	1440
HOTEL COTOPAXI	300	3600
HOTEL LLACTACUNGA	200	2400
HOTEL ROSIM	150	1800
HOTEL MAKROZ	600	7200
HOTEL CENTRAL	140	1680
HOTEL BRONX	200	2400
HOTEL PLAZA REAL	80	960
HOTEL RITZOR	67	804
HOTEL RADIZON'S	100	1200
HOTEL CARIBEAN REAL	200	2400
GRAN HOTEL JULIO		0
SAN PEDRO	670	8040
<b>TOTAL</b>	<b>5127</b>	<b>61524</b>

Y aplicamos la fórmula:

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{}$$

$$\left| \frac{e^2 (N-1) + p * q * z^2}{p * q} \right|$$

**Gráfico 3. 68 Fórmula para cálculo de tamaño de la muestra.**

N= es el tamaño de la población

p= es probabilidad de ocurrencia

q = es probabilidad de rechazo

Z = es la probabilidad de éxito (95%) = 1.96

e = es el error

Obteniendo como resultado:

$$n = \frac{5127 (0,9) (0,1) (1,96)^2}{(0,05)^2 (5127 - 1) + (0,9) (0,1) (1,96)^2}$$

n= 357,45 encuestas

### 3.2.7 MODELO DE LA ENCUESTA PARA LOS USUARIOS

Buenos días. Soy estudiante egresada de la Maestría en Gestión Empresarial de la Escuela Superior Politécnica del Ejército y estoy realizando esta encuesta con el fin de conocer la calidad en el servicio de los Hoteles en la ciudad de Latacunga, por lo cual necesito de su colaboración ya que sus respuestas van a ser de gran ayuda para mi investigación.

Por favor lea detenidamente las preguntas y conteste de manera objetiva

**1.- ¿El servicio recibido cumplió con sus expectativas? ¿Por qué?**

SI

NO

Por qué?.....

**2.- ¿Recibió por parte del hotel en el que se hospedó el servicio que le aseguraron iba a recibir?**

SI

NO

Por qué?.....

**3.- ¿El precio pactado por el servicio recibido está acorde con el mismo?**

SI

NO

Por qué?.....

**4.- ¿Para recibir un mejor servicio tuvo que pagar una cantidad extra de dinero?**

SI

NO

Qué servicio?-----  
-----

**5.- ¿Le generó confianza el servicio de hospedaje recibido?**

SI

NO

Por qué?.....

**6.- ¿Le pareció confiable el personal que labora en el hotel donde se hospedó?**

SI

NO

Por qué?

**7.- ¿En una escala del 1 al 10, siendo 1 el puntaje más bajo y 10 el puntaje más alto, cómo calificaría usted la infraestructura, limpieza, decoración y mobiliaria para la prestación del servicio del hotel en el que se hospedó?**

**1** \_\_\_\_\_ **5** \_\_\_\_\_ **10** \_\_\_\_\_

Por qué?.....

**8.- ¿Respondió con prontitud el personal del hotel en el que se hospedó sus requerimientos, dudas o reclamos?**

SI

NO

Cuánto tiempo demoraron?.....

**9.- ¿Las respuestas a sus requerimientos, dudas o reclamos por parte del personal que labora en el hotel fueron oportunas y satisfactorias?**

SI

NO

Por qué?.....

**10.- ¿Cómo fue el trato que recibió por parte del personal que labora en el hotel en el que se hospedó?**

Cordial y Amable

Apático e Indiferente

Grosero

**11.- ¿Los empleados del hotel en el que se hospedó le hicieron sentir un huésped importante para ellos?**

SI

NO

Por qué?.....

**12.- ¿En la habitación donde se encontraba hospedado la temperatura era la adecuada?**

SI

NO

Por qué?.....

**13.- ¿En la habitación en la que se hospedó existía algún tipo de ruido molesto que le perturbaba y no le permitía descansar o le pareció incómodo? Cuál?**

SI

NO

Cuál?.....

**14.- ¿En la habitación en la que se hospedó existía algún tipo de olor particular que le haya parecido desagradable? Qué olor?**

SI

NO

Qué olor? .....

**15.- ¿En el hotel en el que se hospedó existía la señalización adecuada para que sea fácil la ubicación de las instalaciones dentro del mismo?**

SI

NO

**16.- ¿La decoración del hotel en el que se hospedó era armónica y propicia para la actividad que usted quería realizar dentro del mismo?**

SI

NO

**Muchas Gracias Por su colaboración**

### **3.2.8 INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS**

**1. - ¿El servicio recibido cumplió con sus expectativas?**

**Tabla 3. 70**

**Cumplimiento de expectativas**

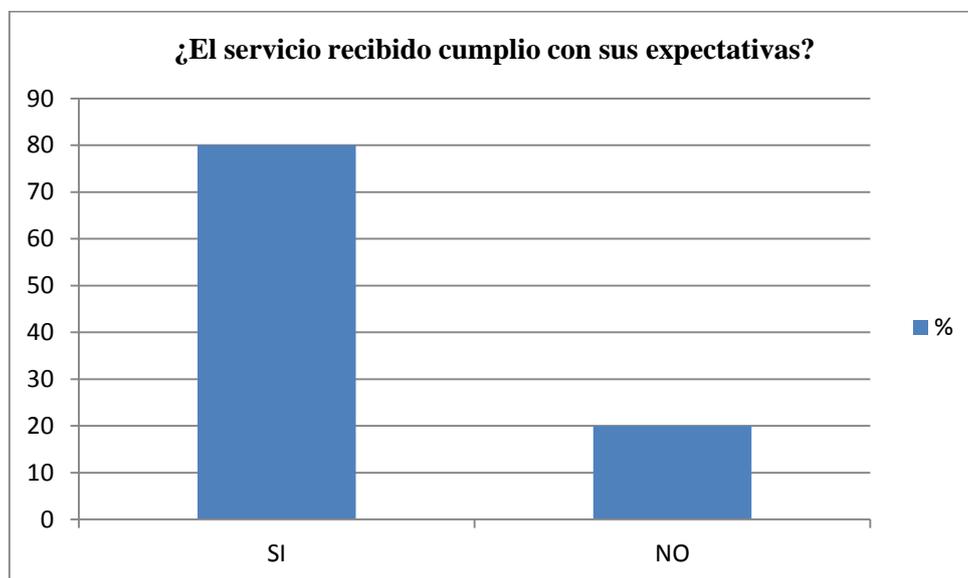
---

REPUESTA

%

---

<b>SI</b>	<b>80</b>
<b>NO</b>	<b>20</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



**Gráfico 3. 69 Cumplimiento de expectativas**

### **INTERPRETACIÓN:**

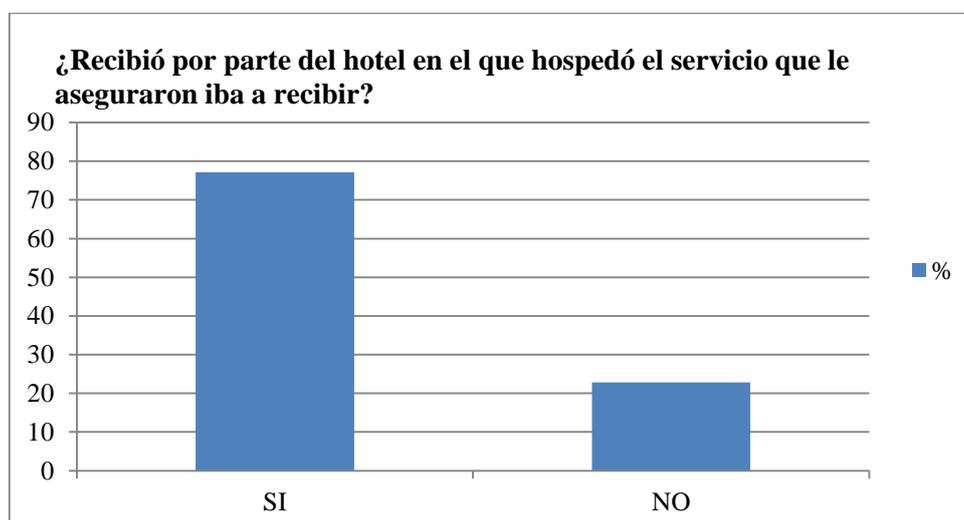
El 80% de los usuarios de servicios hoteleros de la ciudad de Latacunga afirmaron que el servicio recibido si cumplió con sus expectativas, mientras que el 20% de los usuarios dijeron que el servicio que recibieron por parte de los hoteles donde se hospedaron no cumplió con sus expectativas.

**2.- ¿Recibió por parte del hotel en el que se hospedó el servicio que le aseguraron iba a recibir?**

**Tabla 3. 71**

**Servicio recibido**

RESPUESTA	%
SI	77,14
NO	22,86
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



**Gráfico 3. 70 Servicio recibido**

### INTERPRETACIÓN:

De los usuarios encuestados el 77,14% respondió que si recibió por parte del hotel el servicio que le había asegurado que iba a recibir; el 22,86% de los usuarios respondieron que no recibieron el servicio que les aseguraron que iban a recibir.

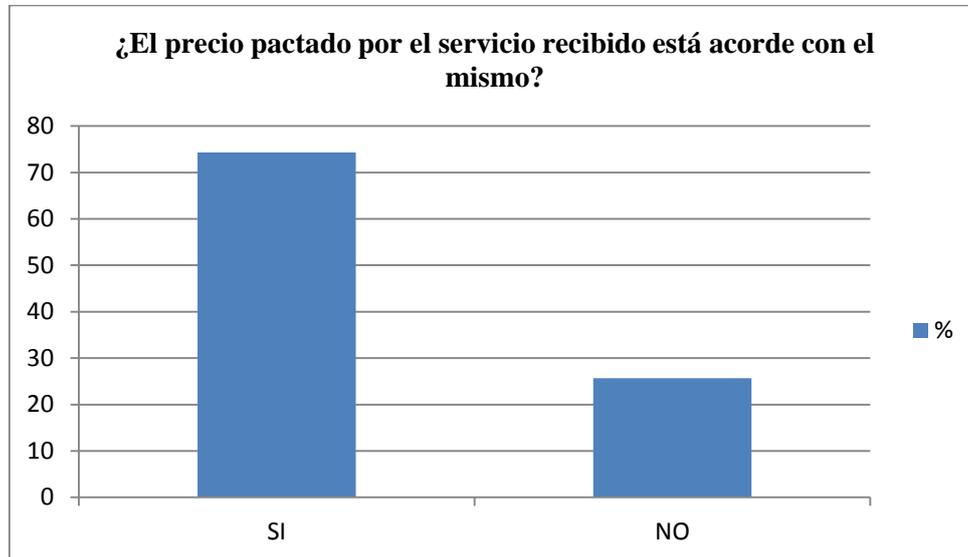
### 3.- ¿El precio pactado por el servicio recibido está acorde con el mismo?

**Tabla 3. 72**

#### Precio justo

RESPUESTA	%
-----------	---

<b>SI</b>	<b>74,29</b>
<b>NO</b>	<b>25,71</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



**Gráfico 3. 71 Precio justo**

### **INTERPRETACIÓN:**

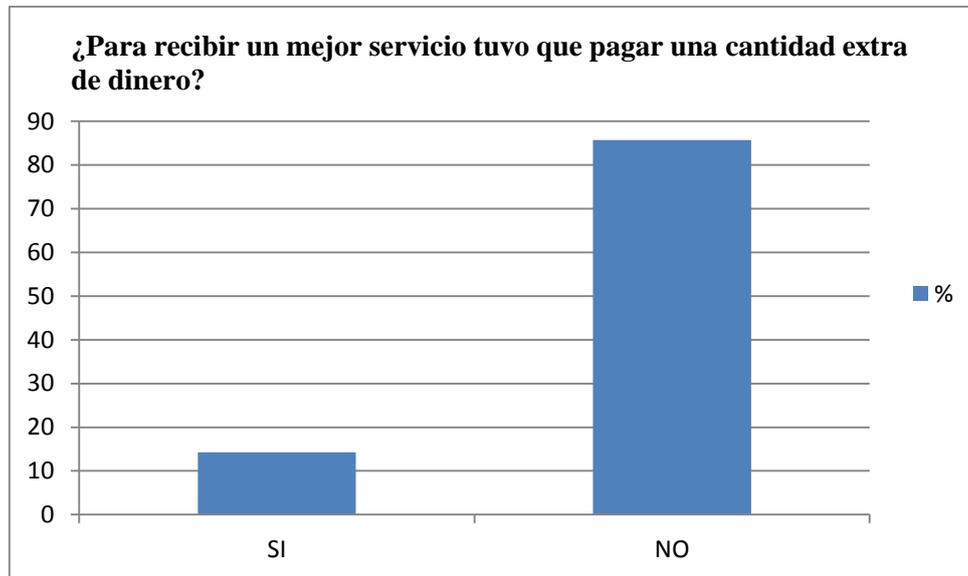
El 74,29% de los usuarios encuestados respondieron que el precio que pagaron por el servicio estaba acorde a la prestación recibida; mientras que el 25,71% de los usuarios encuestados respondieron que el precio que pagaron por recibir el servicio era demasiado elevado para la mala calidad del mismo.

#### **4.- ¿Para recibir un mejor servicio tuvo que pagar una cantidad extra de dinero?**

### **Tabla 3. 73**

#### **Pago extra**

RESPUESTA	%
SI	14,29
NO	85,71
TOTAL	100



**Gráfico 3. 72 Pago extra**

### **INTERPRETACIÓN:**

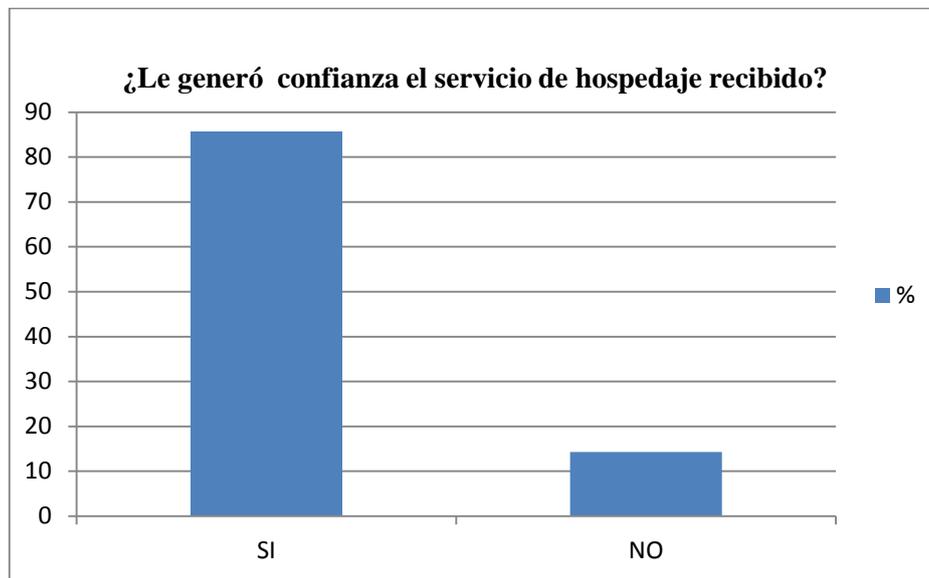
El 14,29% de los usuarios encuestado respondieron que si tuvieron que pagar un precio extra por recibir un mejor servicio o adicional, mientras que el 85,71% de los usuarios aseguraron que no tuvieron que pagar un precio extra para recibir un mejor servicio por parte del hotel en el que se hospedaron.

### **5.- ¿Le generó confianza el servicio de hospedaje recibido?**

**Tabla 3. 74**

### **Confianza en el servicio**

RESPUESTA	%
<b>SI</b>	<b>85,71</b>
<b>NO</b>	<b>14,29</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



**Gráfico 3. 73 Confianza en el servicio**

### **INTERPRETACIÓN:**

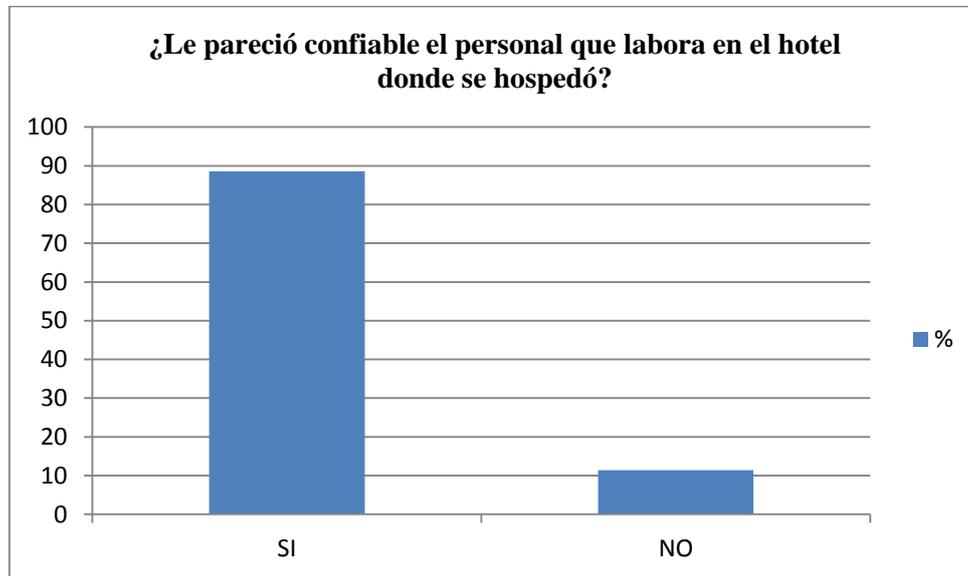
El 85,71% de los usuarios aseguraron que si le generó confianza el servicio recibido por parte del hotel en el que se hospedaron; mientras que el 14,29% de los usuarios encuestados aseguraron que el servicio recibido por parte de del hotel no le generó confianza.

### **6.- ¿Le pareció confiable el personal que labora en el hotel donde se hospedo?**

#### **Tabla 3. 75**

#### **Personal confiable**

RESPUESTA	%
SI	88,57
NO	11,43
TOTAL	100



**Gráfico 3. 74 Personal confiable**

### INTERPRETACIÓN:

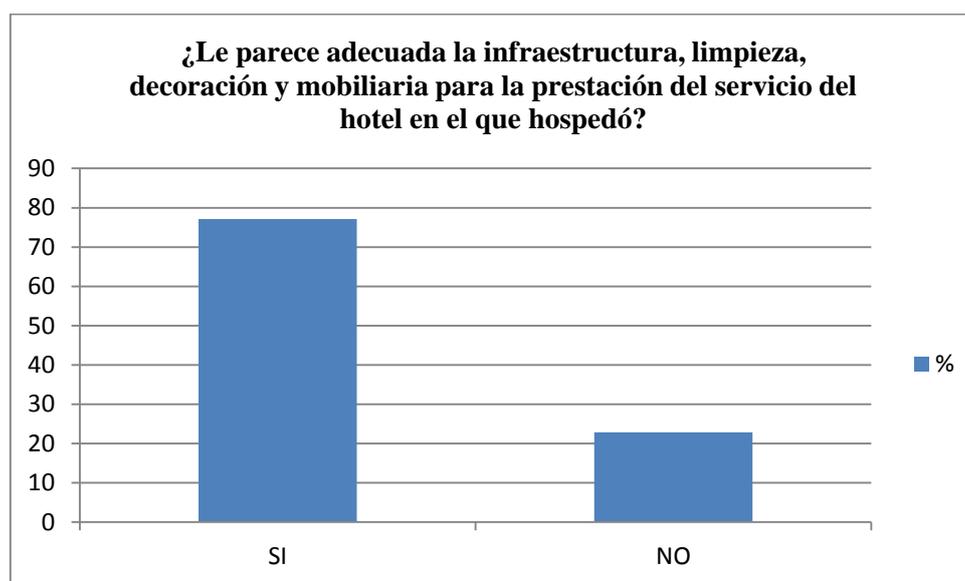
El 88,57% de los usuarios encuestados respondieron que si les pareció confiable el personal que labora en el hotel donde se hospedaron; mientras que el 11,43% de los usuarios encuestados respondieron que el personal que labora en el hotel donde se hospedaron no le generó confianza.

**7.- ¿Le parece adecuada la infraestructura, limpieza, decoración y mobiliaria para la prestación del servicio del hotel en el que se hospedó?**

**Tabla 3. 76**

### Infraestructura, limpieza, decoración, mobiliaria adecuada

RESPUESTA	%
SI	77,14
NO	22,86
TOTAL	100



**Gráfico 3. 75 Infraestructura, limpieza, decoración, mobiliaria adecuada**

#### INTERPRETACIÓN:

El 77,14% de los usuarios encuestados respondieron que si les pareció adecuada la infraestructura, limpieza, decoración y mobiliaria para la prestación del servicio del hotel en el que se hospedaron; mientras que el 22,86% de los usuarios contestaron que la infraestructura, limpieza, decoración y mobiliaria no eran las adecuadas para el servicio hotelero prestado, ya que en algunas ocasiones encontraron el hotel con decoración o mobiliaria muy antigua o vieja y en otras los establecimientos no se encontraban muy limpios.

**8.- ¿Respondió con prontitud el personal del hotel en el que se hospedó sus requerimientos, dudas o reclamos?**

**Tabla 3. 77****Prontitud en atención**

RESPUESTA	%
SI	91,43
NO	8,57
TOTAL	100%

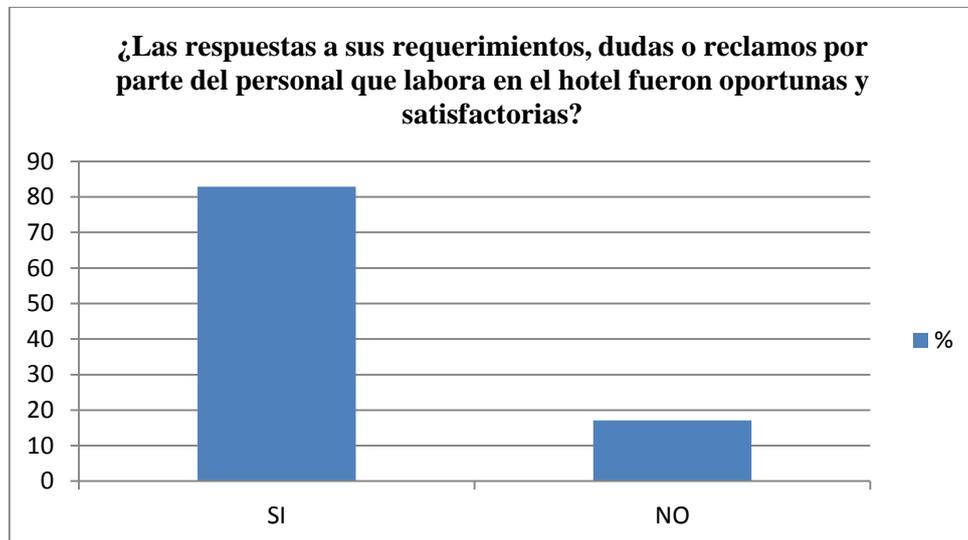
**Gráfico 3. 76 Prontitud en atención****INTERPRETACIÓN:**

El 91,43% de los usuarios encuestados respondieron que el personal del hotel si respondió con prontitud a todos sus requerimientos, dudas o reclamos; mientras que el 8,57% de los usuarios respondió que sus requerimientos, dudas o reclamos no fueron atendidos con prontitud por parte del personal del hotel donde se hospedaron.

**9.- ¿Las respuestas a sus requerimientos, dudas o reclamos por parte del personal que labora en el hotel fueron oportunas y satisfactorias?**

**Tabla 3. 78****Respuestas satisfactorias**

RESPUESTA	%
<b>SI</b>	82,86
<b>NO</b>	17,14
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 77 Respuestas satisfactorias**

### **INTERPRETACIÓN:**

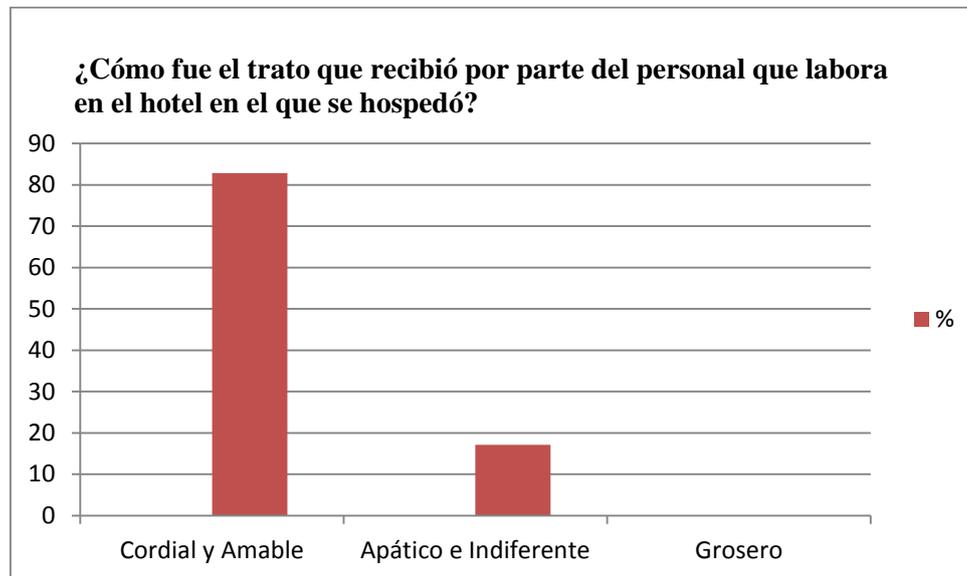
El 82,86% de los usuarios encuestados respondieron que las respuestas que recibieron a sus requerimientos, dudas o reclamos por parte de los empleados del hotel donde se hospedaron fueron satisfactorias y oportunas; mientras que el 17,14% de los usuarios encuestados contestaron que las respuestas recibidas por parte de los empleados del hotel no fueron ni oportunas ni satisfactorias.

**10.- ¿Cómo fue el trato que recibió por parte del personal que labora en el hotel donde se hospedó?**

**Tabla 3. 79**

**Trato recibido**

RESPUESTA	%
<b>Cordial y Amable</b>	82,86
<b>Apático e Indiferente</b>	17,14
<b>Grosero</b>	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 78 Trato recibido**

### **INTERPRETACIÓN:**

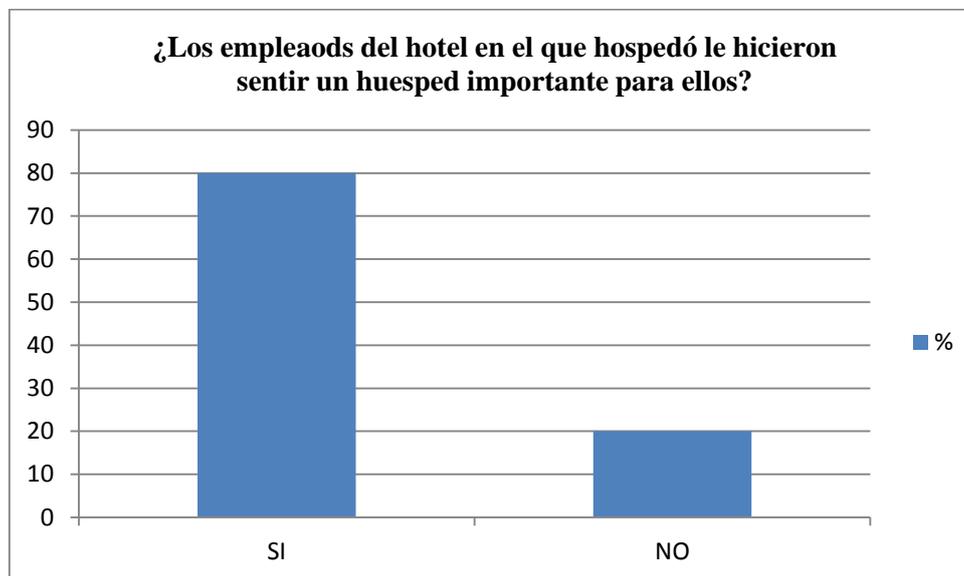
El 82,86% de los usuarios encuestados respondieron que el trato que recibieron por parte del personal que labora en el hotel donde se hospedaron fue cordial y amable; mientras que el 17,14% de los usuarios encuestados respondieron que el trato que recibieron por parte de los empleados del hotel fue apático e indiferente.

**11.- ¿Lo empleados del hotel en el que se hospedó le hicieron sentir un huésped importante para ellos?**

**Tabla 3. 80**

**Huésped importante**

RESPUESTA	%
SI	80
NO	20
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 79 Huésped importante**

### **INTERPRETACIÓN:**

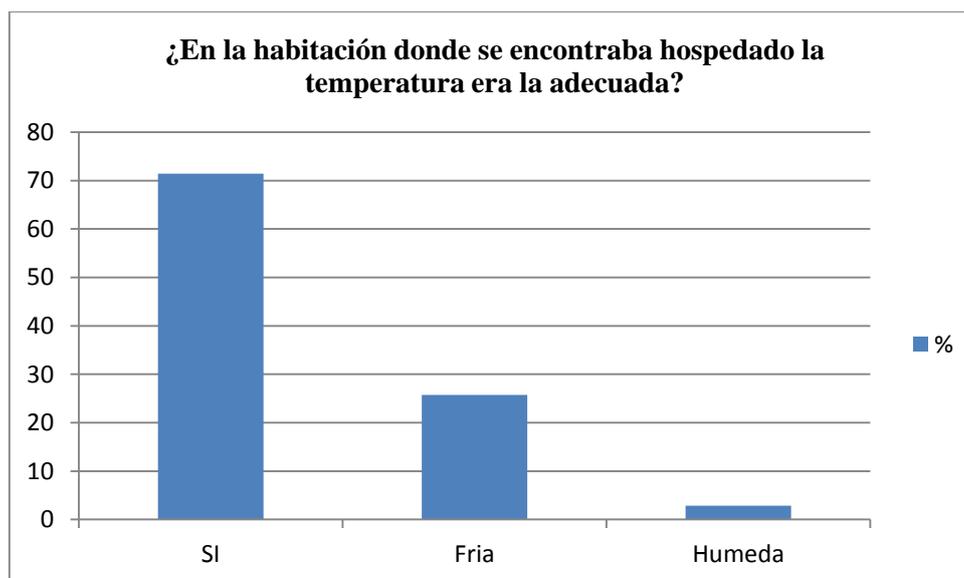
El 80% de los usuarios respondieron que el personal que labora en el hotel donde se encontraban hospedados los hicieron sentir huéspedes importantes; mientras que el 20% de los usuarios respondieron que el personal que labora en el hotel donde se hospedaron no los hicieron sentir como huéspedes importantes.

**12.- ¿En la habitación donde se encontraba hospedado la temperatura era la adecuada?**

**Tabla 3. 81**

### Temperatura adecuada

RESPUESTA	%
<b>SI</b>	71,43
<b>Fria</b>	25,71
<b>Humeda</b>	2,86
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 80 Temperatura adecuada**

### INTERPRETACIÓN:

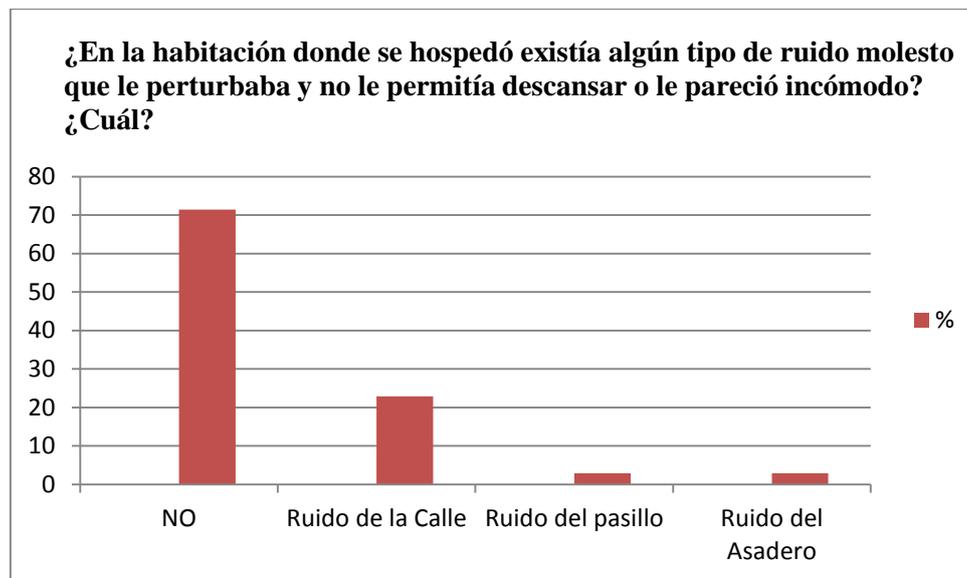
El 71,43% de los usuarios encuestados respondieron que la temperatura del hotel en el que se hospedaron era la adecuada; el 25,71% de los usuarios respondieron que la temperatura de la habitación del hotel en el que se hospedaron era fría y; el 2,86% de los usuarios encuestados respondieron que la habitación en la que se hospedaron tenía una temperatura humedad.

**13.- ¿En la habitación en la que se hospedó existía algún tipo de ruido molesto que le perturbaba y no le permitía descansar o le pareció incómodo? ¿Cuál?**

### Tabla 3. 82

#### Ruido molesto

RESPUESTA	%
<b>NO</b>	71,44
<b>Ruido de la Calle</b>	22,86
<b>Ruido del pasillo</b>	2,85
<b>Ruido del Asadero</b>	2,85
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



**Gráfico 3. 81 Ruido molesto**

### **INTERPRETACIÓN:**

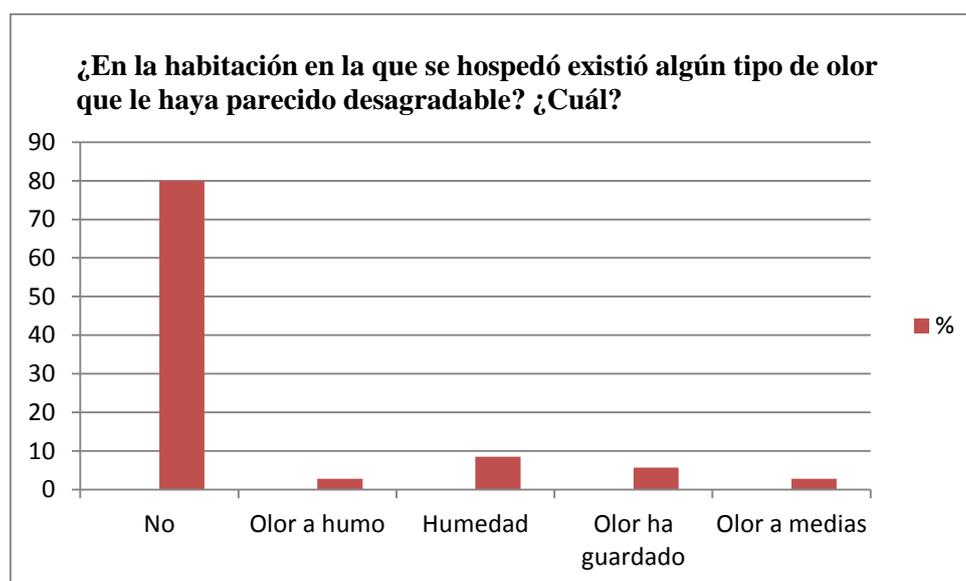
El 71,44% de los usuarios respondieron que en la habitación del hotel donde se hospedaron no existía ningún ruido que los molestara, perturbara o incomodara; el 22,86% respondieron que los interrumpió un poco el ruido de la calle; el 2,85% respondieron que les molestó un poco el ruido del pasillo y; el 2,85% de los usuarios respondieron que los molestó el ruido del asadero de la parte de abajo del hotel.

**14.- ¿En la habitación en la que se hospedó existía algún tipo de olor particular que le haya parecido desagradable? ¿Cuál?**

**Tabla 3. 83**

### Olor particular

RESPUESTA	%
No	80
Olor a humo	2,86
Humedad	8,57
Olor ha guardado	5,71
Olor a medias	2,86
TOTAL	100%



**Gráfico 3. 82 Olor particular**

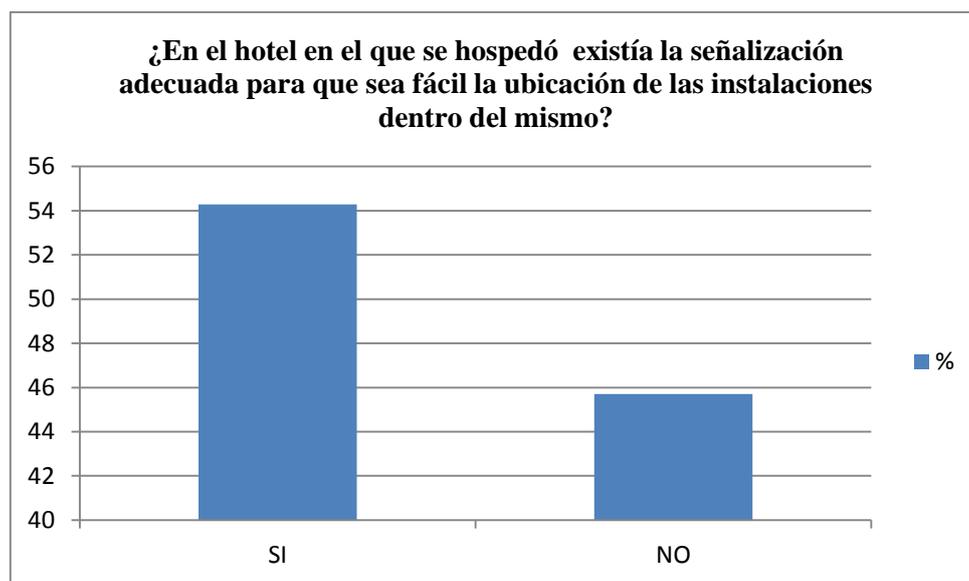
### INTERPRETACIÓN:

El 80% de los usuarios respondieron que no encontraron en su habitación ningún olor particular que les haya parecido desagradable; el 2,86% de los usuarios respondieron que su habitación tenía olor a humo; el 8,57% de los usuarios respondieron que su habitación tenía olor a humedad; el 5,71% de los usuarios respondieron que sus habitaciones tenían olor ha guardado; el 2,86% de los usuarios respondieron que su habitación tenía olor a medias.

**15.- ¿En el hotel en el que se hospedó existía la señalización adecuada para que sea fácil la ubicación de las instalaciones dentro del mismo?**

**Tabla 3. 84****Señalización adecuada**

RESPUESTA	%
SI	54,29
NO	45,71
TOTAL	100%

**Gráfico 3. 83 Señalización adecuada****INTERPRETACIÓN:**

El 54,29% de los usuarios encuestados, respondieron si señalando que la señalización de la infraestructura en el hotel, era adecuada, mientras que el 45,71 indicó que no eran adecuadas, por lo que se determina que deberán corregir la señalética para brindar mayor orientación al huésped.

**CAPÍTULO IV****4. MANUAL DE CALIDAD**

#### **4. INTRODUCCIÓN**

La calidad y la satisfacción del cliente en general, son aspectos importantes que están empleando las empresas a nivel mundial para obtener mayor rentabilidad en ventas y por ende crecimiento económico, así mismo futuras fuentes de empleo para el área en que esta se desarrolla, es decir no solo se beneficia el propietario o accionistas de la empresa sino toda una comunidad.

El conocimiento de los estándares de calidad por parte de las empresas hoteleras permite a las mismas efectuar una gestión de calidad en sus actividades de servicio, de una forma más efectiva. Por lo tanto el interés primario de cualquier empresa hotelera debe ser la calidad de sus productos y servicios.

Para obtener éxito, una empresa hotelera debe ofrecer productos y servicios que:

- Respondan a una necesidad de alojamiento del viajero o cliente.
- Satisfagan las expectativas de los viajeros o clientes.
- Cumplan con normas y especificaciones aplicables al personal que labora en el hotel.
- Cumplan con requisitos reglamentarios y otros de la sociedad, por ejemplo: permiso de funcionamiento emitido por el municipio, pagos de planillas en servicios básicos, etc.
- Se establezcan precios competitivos.
- Los productos y servicios hoteleros sean suministrados a un costo, que genere una ganancia.

Para la realización de este manual se han aplicado los fundamentos y los principios de gestión de calidad dados en la serie:

**ISO 9000 GESTIÓN DE CALIDAD.**

**ISO 9004 - 2009 GESTIÓN PARA EL ÉXITO SOSTENIDO DE UNA ORGANIZACIÓN / ENFOQUE DE GESTIÓN DE LA CALIDAD.**

La implementación y la mejora continua (retroalimentación) de la calidad en una empresa hotelera, depende de un modelo sistemático para la gestión de calidad que tenga como finalidad asegurar al cliente que sus necesidades sean comprendidas y satisfechas.

Para obtener calidad se necesita que todos los elementos o componentes del hotel estén familiarizados con los principios de calidad. Para lo cual se establecerá un programa de entrenamiento a todo el personal y un plan de revisión continua de la gestión de calidad hotelera, así como un mejoramiento de la gestión del sistema de calidad establecido, basado en la retroalimentación de la percepción que el cliente tiene del servicio recibido.

La aplicación acertada, de la gestión de calidad a un servicio hotelero proporciona excelentes oportunidades para:

- Mejorar eventualmente el modo de entrega del servicio y la satisfacción del cliente.
- Incremento de la eficiencia y la reducción de costos.
- Mayor competitividad en el mercado hotelero de la ciudad o zona establecida.

Para alcanzar estos beneficios, un sistema de calidad para servicios hoteleros deberá, también, responder a los aspectos humanos involucrados en la prestación de un servicio, mediante:

- La gestión de los procesos sociales involucrados en un servicio hotelero.
- La consideración de las interacciones humanas entre el personal que labora en el hotel.
- El reconocimiento de la importancia de la percepción de un cliente de la imagen, de la cultura y del comportamiento del hotel.
- El desarrollo de las destrezas y las capacidades del personal.
- La motivación al personal para mejorar la calidad y para satisfacer las expectativas del cliente.

Se debe reconocer que una falla en el cumplimiento de los objetivos de calidad, puede tener consecuencias que podrían afectar adversamente al cliente, a la organización y a la sociedad. Se reconoce, además, que es una responsabilidad gerencial asegurar que tales fallas sean prevenidas.

#### **4.1. OBJETIVO**

El presente manual tiene como objeto brindar a los responsables de la prestación del servicio las herramientas adecuadas para que puedan entregar a sus huéspedes un producto de calidad.

Que puedan realizar los procedimientos necesarios para brindar un servicio de hospedaje cumpliendo normas y estándares de calidad que garanticen la satisfacción del cliente y el crecimiento de la organización.

Que las compras y adquisiciones de insumos que realizaban de manera casera antes de la elaboración de este manual, desde la aplicación del mismo empiecen a hacerlas de manera ordenada, contando con proveedores calificados, fieles, responsables que cumplan con los requerimientos y especificaciones de los integrantes de la organización, para evitar complicaciones y afectar a la calidad del servicio.

Que cada uno de los empleados del hotel sienta la importancia de encontrarse familiarizado con cada una de sus actividades para la consecución de un servicio de calidad y mantengan claras sus responsabilidades para de esta manera realizar un trabajo que satisfaga las necesidades de los huéspedes.

Es necesario que los establecimientos hoteleros cuenten con documentación actualizada para su funcionamiento. Un plan de mejora continua basándose en el análisis de fortalezas y debilidades para identificar falencias organizacionales, reforzar sus puntos más débiles y consolidar sus puntos más fuertes dentro del mercado.

Necesitan conocer las destrezas y capacidades de cada uno de sus empleados, la manera en como realizan su trabajo, que es lo que los motiva, pero de una manera ordenada, tangible que permita hacer mediciones y comparaciones de idoneidad ocupacional.

Por otro lado siempre es más satisfactorio para un cliente acudir a un establecimiento en el que todo se encuentra en orden y documentado, en el que el cliente se sienta el elemento más importante dentro de la organización, un lugar en el que sabe que su opinión es importante y que cualquier duda o reclamo van a ser atendidos por las personas que están a cargo de la prestación del servicio.

Los propietarios de los hoteles o representantes encargados de la prestación del servicio hotelero podrán encontrar de este manual una herramienta favorable que les permita garantizar la calidad y satisfacción de sus huéspedes y al mismo tiempo obtener buena ganancia de su negocio.

## 4.2. REFERENCIAS NORMATIVAS

En lo referente a las normas empleadas para realizar este manual se han utilizado las que se encuentran en vigencia al momento, sin embargo hay que recalcar que para quienes quieran realizar acuerdos basados en ISO 9004 - 2009 “Gestión para El Éxito Sostenido De Una Organización / Enfoque De Gestión De La Calidad”, se debe verificar que la edición de la misma sea la más reciente.

Los responsables de mantener el registro de las Normas Internacionales válidas en cualquier momento son los organismos miembros del IEC y de ISO.

Para efectos de este manual las referencias normativas que se utilizarán son;

ISO 8402 - "Calidad - Vocabulario. Parte 1: Aseguramiento de calidad".

ISO 9000 – “Gestión de Calidad”.

ISO 9004 - 2009 “Gestión para El Éxito Sostenido De Una Organización / Enfoque De Gestión De La Calidad”.

## 4.3. DEFINICIONES

Las definiciones que se manejan en este manual de calidad son las mismas dadas en ISO 8402, junto con las notas correspondientes.

**Organización:** Una compañía, una corporación, una firma, una empresa o una asociación, o una parte de ellas, esté incorporada o no, sea pública o privada, que tiene su(s) propia(s) función(es) y administración.

**Proveedor:** Una organización que proporciona un producto o un servicio a un cliente.

**Subcontratista:** Un proveedor de la organización del servicio en una situación contractual.

**Cliente (huésped):** El receptor de un producto o de un servicio.

**Servicio:** Los resultados generados por actividades en la interfase entre el proveedor y el cliente, así como las actividades internas del proveedor, para satisfacer las necesidades del cliente.

**Prestación del Servicio:** Aquellas actividades del proveedor necesarias para suministrar el servicio.

**Calidad:** La totalidad de las propiedades y de las características de un producto o de un servicio que le confieren su capacidad para satisfacer necesidades expresas o implícitas. [UNIT-ISO 8402].

**Política de Calidad:** La totalidad de las orientaciones y los objetivos generales de una organización en relación a la calidad, expresados formalmente por la dirección superior. [UNIT-ISO 8402].

**Gestión de Calidad:** Aquel aspecto de la función general de la gestión de una organización que determina e implanta la política de calidad [UNIT-ISO 8402].

**Sistema de Calidad:** La estructura organizativa, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos para implantar la gestión de calidad. [UNIT-ISO 8402].

## NOTAS:

2) El término "organización de servicio" se usa, también, para indicar "suministrador" o "proveedor", cuando resulte apropiado.

3) Para proporcionar una guía más clara, se repite algunas definiciones ya existentes (sin notas), indicando la fuente entre paréntesis rectos.

4) El proveedor es indicado, a veces, como "primera parte del negocio".

5) Un cliente puede ser, por ejemplo, el consumidor final, el usuario, el beneficiario o el comprador.

6) Un cliente es indicado, a veces, como "segunda parte del negocio".

- 7) Un cliente puede ser una unidad dentro de la organización de servicio.
- 8) El proveedor o el cliente pueden estar representados en la interfase por personal o por equipamiento.
- 9) Las actividades del cliente en la interfase con el proveedor pueden ser esenciales para la prestación del servicio.
- 10) La entrega o el uso de productos tangibles pueden formar parte de la presentación del servicio.
- 11) Un servicio puede estar vinculado con la fabricación y suministro de productos tangibles.

#### **4.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS**

##### **4.4.1 Características del Servicio y de la Prestación del Servicio.**

Las características generales del servicio y a la prestación del mismo que deberían tener los establecimientos hoteleros son:

- Los establecimientos hoteleros deben brindar un trato uno a uno con sus huéspedes con el fin de ofrecer un servicio personalizado a través del personal en contacto.
- Las habitaciones de los hoteles sin importar del tipo que sean (simples, dobles, triples o suites) deben ser siempre confortables como se detalla en los ítems posteriores.
- Las habitaciones deben estar siempre limpias, libres de malos olores, sin restos de basura de huéspedes anteriores ni pertenencias de los mismos, sin ningún tipo de insecto que pueda perturbar el descanso de los huéspedes o afectar su salud.
- Las instalaciones bajo ningún concepto podrán tener objetos, materiales o cualquier tipo de instrumento que pueda causar daño físico o psicológico a sus huéspedes o poner en peligro su vida.
- El tiempo de espera para atender requerimientos, solicitudes o cualquier tipo de duda de los huéspedes no podrá ser mayor a cinco minutos y en caso de

que la resolución del inconveniente vaya a tomar más tiempo se le deberá comunicar al huésped cuanto más tendrá que esperar para poder ser satisfecho.

- El ambiente dentro del hotel debe ser agradable para hacer confortable la estadía del huésped. La temperatura de las habitaciones debe ser la adecuada para garantizar el descanso de los huéspedes.
- Cada empleado deberá hacerse responsable por satisfacer al huésped dentro de su área, sin que necesariamente esto implique tener una comunicación directa entre sí.
- El trato que deben recibir los huéspedes al momento de hospedarse y durante su permanencia en el establecimiento hotelero debe siempre ser cordial y amable, presto a satisfacerlos en todos sus requerimientos.
- Los empleados del hotel son los responsables directos de generar confianza en el hotel a los huéspedes que se encuentran hospedados en el mismo. La confianza debe abarcar la seguridad de que no serán sustraídas sus pertenencias bajo ningún concepto, que recibirán el servicio que acordaron por el valor pactado, que en caso de existir algún tipo de inconveniente este será resuelto de manera oportuna y eficiente.
- La comunicación entre los empleados del hotel entre sí y los empleados de los huéspedes debe ser: clara, directa, cordial y eficaz, asegurando que los requerimientos sean atendidos y entendidos de manera oportuna.
- La accesibilidad a las instalaciones del hotel debe ser fácil o en caso contrario contar con los medios necesarios para que los huéspedes puedan llegar de manera fácil y rápida a las instalaciones del mismo. Dentro ya de las instalaciones debe existir señalética para que ayude a los huéspedes a orientarse y encontrar lo que buscan dentro del hotel.

#### **4.4.2 Control de las Características del Servicio y de la Prestación del Servicio.**

Para controlar que el servicio brindado se está realizando cumpliendo los parámetros de calidad estipulados por este manual se realizarán:

- Encuestas de satisfacción al cliente al momento del check out del hotel.
- Evaluaciones de desempeño a cada uno de los empleados del hotel.

- Acciones preventivas y correctivas para evitar deficiencias en la calidad del servicio prestado.
- Auditorías internas y externas a los prestadores del servicio.

#### **4.5.- PRINCIPIOS DEL SISTEMA DE CALIDAD**

##### **4.5.1 Aspectos Clave de un Sistema de Calidad.**

Dentro de la prestación del servicio el punto focal es el cliente o huésped, ya que será él quien juzgará si el servicio que recibió cumplió o no sus expectativas y si se siente satisfecho con el mismo.

En el sistema de calidad se evidencian tres aspectos claves:

- **La Responsabilidad Gerencial**
- **Personal calificado**
- **Recursos materiales**

**La Responsabilidad Gerencial.-** Es la alta gerencia la encargada de asegurarse que los procesos y actividades dentro de la organización se estén llevando a cabo conforme lo dicta la norma, al mismo tiempo debe asegurarse de contar con el **personal** calificado y apto para desarrollar la actividad hotelera, y contar con los **recursos materiales** para desarrollar las actividades y dar como resultado la prestación de un servicio satisfactorio al cliente.

Estos tres elementos deben estar concatenados, guardar armonía entre sí y desarrollarse en torno al huésped para satisfacer sus necesidades cumpliendo con las normas de calidad.

##### **4.5.2 Responsabilidad Gerencial.**

###### **4.5.2.1 Generalidades.**

La Gerencia es la responsable de establecer la política de calidad para la prestación del servicio. De su compromiso depende la efectividad del sistema de calidad.

#### 4.5.2.2 Política de Calidad.

Para implantar la política de calidad de los establecimientos hoteleros, los responsables de cada uno de los hoteles deberá tomar en cuenta ciertos parámetros para determinar cuál va a ser la política de calidad con la que van a trabajar y que debe ser difundida, entendida y puesta en práctica por cada uno de los miembros de la organización.

En este caso la política de calidad propuesta es la siguiente:

El hotel basa su política de calidad en una estructura organizada y sistémica, en la cual cada uno de los involucrados en la prestación del servicio se encuentra concatenado entre sí para hacer cumplir la cadena del proceso, en el cual deben desarrollar sus actividades para atender a los huéspedes de manera eficaz y eficiente. Contando con la autoridad suficiente para exigir a proveedores y socios estratégicos que cumplan con los requerimientos de la organización y de no ser así recurrir a medidas preventivas o correctivas para evitar alteraciones en el cumplimiento del proceso.

#### 4.5.2.3 Objetivos de Calidad

- Proporcionar a las personas involucradas en la prestación del servicio (propietarios, administradores, proveedores y demás) las herramientas necesarias para satisfacer al huésped.
- Crear un sistema coordinado y consecutivo de procesos y actividades de las diversas áreas que intervienen en la prestación del servicio.
- Establecer medidas preventivas y correctivas que ayuden a asegurar la calidad en la prestación del servicio para satisfacción de los clientes.
- Estandarizar los procesos para evitar alteraciones en la calidad del servicio al momento de proporcionar el mismo.
- Garantizar la mejora continua de cada uno de los procesos que intervienen en la prestación del servicio para asegurar la satisfacción del cliente.

- Contar con información documentada acerca de las evaluaciones de desempeño que se realicen en las diversas áreas de la prestación del servicio, así como de auditorías de calidad, medidas preventivas y correctivas, deberes y responsabilidades de cada cargo y mantenimiento de documentos.

#### **4.5.2.4 Autoridad y responsabilidad de calidad.**

Para garantizar que el servicio de hospedaje que brindan los hoteles en la ciudad de Latacunga es de calidad es necesaria la participación de todos quienes conforman la organización y de quienes aunque de manera externa también firman parte del proceso dentro de la prestación del servicio.

Para estar seguros de que cada persona está cumpliendo con el rol que le compete dentro del proceso es necesario realizar perfiles del cargo en donde consten las obligaciones de cada empleado, el grado de preparación intelectual o física que se requiere para cada actividad y determinar dentro de que área va a laborar.

Por otro lado dentro de los establecimientos hoteleros debe existir un representante de la calidad, quien será el responsable de verificar que los procesos se estén llevando a cabo conforme a la norma, además será responsable de capacitaciones y charlas para estimular al personal para que su desempeño sea óptimo.

Otro elemento importante dentro de lo que es la responsabilidad son las mediciones y evaluaciones que se deben realizar en el cumplimiento del cargo, estas mediciones pueden ser auditorías internas y externas, evaluación de desempeño, calificación del cliente interno, calificación del cliente externo, entre otras.

Si bien es cierto que el representante de la calidad es el responsable directo de garantizar la calidad del servicio y de realizar las mediciones y evaluaciones para detectar posibles falencias en el sistema de calidad, son cada uno de los integrantes de la organización, que trabajando de manera coordinada y dinámica logran prestar el servicio de calidad con las características que el cliente exige para sentirse satisfecho.

#### **4.5.2.5 Revisión gerencial.**

La gerencia es la encargada de proporcionar las herramientas necesarias para realizar revisiones periódicas y formales a cada una de las áreas que se encuentran en el proceso de la prestación del servicio que constituyen el sistema de calidad. Basándose en estas revisiones la gerencia puede implantar la política de calidad y alcanzar los objetivos de calidad que se ha planteado.

Las revisiones deben ser realizadas por personal calificado de la gerencia que sea apto para hacerlas o personal externo que reporte de manera verídica la información recopilada con las revisiones a la gerencia.

Dentro de los puntos que debe revisar la gerencia se encuentran:

- Desempeño del personal para saber como están realizando su trabajo, en donde se hallan las falencias, que es lo que impide que esa persona pueda acoplarse al sistema de calidad y afecte a todo el proceso de la prestación del servicio.
- Los resultados de las auditorías internas para saber que tan efectivo es el sistema de calidad que se implantó en el hotel.
- Los cambios que se han dado en diversas ramas como el uso de las tecnologías, cambios de conceptos, estrategias, nuevas políticas de mercado, cualquier tipo de cambio que se haya dado en el entorno en donde se está desarrollando el sistema de calidad.

Con la información recopilada la gerencia es responsable por modificar, solucionar o implantar las medidas que crea pertinentes para el mejoramiento continuo del sistema de calidad.

### **4.5.3 Personal y Recursos Materiales**

#### **4.5.3.1 Generalidades**

La gerencia es la responsable de garantizar la implantación del sistema de calidad y el logro de los objetivos de calidad y para ello debe proveer a la organización de los recursos materiales y el talento humano apropiado para hacerlo.

### **4.5.3.2 Personal.**

#### **4.5.3.2.1 Motivación.**

Dentro de los establecimientos hoteleros es el talento humano el que juega un papel sumamente importante y decisivo en la prestación del servicio, ya que depende de la actitud, la predisposición, el conocimiento que tengan tanto del sistema de calidad como de las labores del cargo que ocupan para que el servicio que reciba el huésped sea de calidad y satisfactorio, caso contrario siempre habrá huéspedes insatisfechos.

La gerencia de los hoteles debe poner especial énfasis en capacitar y motivar adecuadamente al personal que labora con ellos para obtener resultados satisfactorios. Alguno de los puntos en los que puede enfatizar son:

- La selección del personal debe realizarse basado en los perfiles del cargo, tomando en cuenta actitudes, aptitudes y destrezas para realizar el trabajo para el que están siendo contratados.
- Garantizar al personal la estabilidad en sus puestos para que se cree un sentido de pertenencia a la organización.
- Incentivar las promociones entre los empleados para que se sigan esforzando y estudiando para poder ascender dentro de la organización.
- Crear un ambiente de trabajo tranquilo, cómodo, de respeto entre los demás compañeros de trabajo y sus superiores para que nadie se sienta menospreciado por el trabajo que realiza, ya que todos son parte importante de la organización para la prestación de un servicio de calidad.
- Fomentar la buena comunicación entre compañeros de trabajo operativo y personal administrativo y de gerencia.
- Incentivar al personal a lograr la excelencia en cada una de las actividades que realice.
- Reconocer los potenciales de cada miembro de la organización mediante métodos de trabajo consistentes y creativos, así como oportunidades para un mayor involucramiento.

- Asegurar que las tareas a ser realizadas y los objetivos a ser logrados sean comprendidos, incluyendo cómo afectan los mismos a la calidad.
- Crear conciencia en cada uno de los empleados de que todas las actividades que realizan dentro del hotel son importantes y que con su aporte contribuyen a brindar un servicio de excelencia y calidad para satisfacer a los clientes que ahí se hospedan.
- Motivar que los empleados administrativos desarrollen un deseo de capacitación continua para que alcancen titulaciones universitarias y conocimientos para desempeñar bien sus tareas.
- Reconocer públicamente las labores bien realizadas por parte de los empleados que se han esforzado dando lo mejor de sí para brindar un servicio de calidad.
- Verificar, periódicamente, los factores que motivan al personal a proporcionar calidad del servicio.

#### **4.5.3.2.2 Entrenamiento y desarrollo.**

Mientras mejor educado y capacitado se encuentre el personal dentro de la organización más oportunidades tendrá ésta para que evolucione, avance y crezca apoyándose en las destrezas, habilidades y conocimientos de sus colaboradores.

Dentro del desarrollo del personal se considera importante el entrenar en:

- Gestión de calidad a los ejecutivos, dentro de este entrenamiento debe constar cotos relacionados con la calidad y evaluación de los sistemas de calidad.
- En diversas áreas de acuerdo a la actividad que realicen los empleados para que desarrollen mejor sus destrezas.
- Conocimiento sobre lo que es política de calidad, objetivos y conceptos de satisfacción al cliente de la organización de servicio.
- Inducción al sistema calidad al personal nuevo para que se familiarice con términos y procesos que debe realizar en el desempeño de sus labores diarias.
- Refuerzo de conceptos de calidad y satisfacción al cliente, objetivos y metas a todo el personal de la organización.

- Entrenamiento para llenar documentos, fichas y demás registros en lo que conste información importante para la organización y el desarrollo de los procesos dentro de la prestación del servicio.
- Entrenamiento en el aprendizaje de un idioma extranjero de preferencia Inglés para poder interactuar con los huéspedes que no hablan español y poder atender sus requerimientos de manera rápida y eficiente.

#### **4.5.3.2.3 Comunicación.**

La buena comunicación dentro de cualquier organización constituye un arma poderosa para la resolución de conflictos, ideas creativas, conocimiento y desarrollo de destrezas y habilidades, más aún en organizaciones encargadas de brindar un servicio.

Dentro de lo que se refiere a hoteles la comunicación entre sus empleados a todo nivel debe ser muy buena, clara y oportuna, de igual manera debe existir una excelente comunicación con los huéspedes ya que estos constituyen la parte más importante del sistema de calidad, puesto que todas las acciones que se realizan dentro del mismo van enfocadas a la satisfacción de él.

Existen varias técnicas para mejorar la comunicación entre los miembros que forman parte de la organización tales como:

- Mesas de trabajo orientadas a recopilar ideas de manera grupal.
- Disposiciones de trabajo por parte de la gerencia a los empleados.
- Espacios con tecnología informática para que puedan disponer todos los miembros de la organización.
- Lluvia de ideas para realizar eventos en algunas fechas especiales.

#### **4.5.3.3 Recursos materiales.**

Los recursos materiales requeridos para la prestación de servicio dentro de los hoteles son variados y extensos, sin embargo hay un listado de los principales:

#### EJECUTIVOS DE GERENCIA

Tecnología informática, suministros de oficina, teléfonos convencionales, escritorios y muebles de oficina.

#### PERSONAL QUE LABORA EN RECEPCIÓN:

Área para atender a los huéspedes, teléfonos convencional y celular, suministros de oficina, uniformes.

#### PERSONAL QUE LABORA EN LA COCINA

Utensilios de cocina, ingredientes para preparar alimentos, ropa adecuada para la actividad, implementos de cocina.

#### PARA EL PERSONAL DE LIMPIEZA:

Escoba, aspiradora, plumero, desodorante ambiental, guantes, desinfectantes, uniformes.

#### PARA PERSONAL DE SEGURIDAD:

Accesorios de protección, uniformes.

### **4.5.4 Estructura del Sistema de Calidad.**

#### **4.5.4.1 Generalidades.**

Para que una organización, en este caso un hotel, pueda poner en práctica su política de calidad y alcanzar sus objetivos de calidad establecidos es necesario el desarrollo, establecimiento, documentación y mantenimiento de un sistema de calidad que pueda garantizar que la prestación del servicio se está realizando de manera adecuada y satisface las necesidades de los huéspedes.

El sistema de calidad debe estar bien estructura con el fin de establecer control y asegurar que los procesos que intervienen en la prestación del servicio de hospedaje se realicen de la manera adecuada para garantizar la calidad en el mismo.

Además el sistema de calidad debe contener acciones preventivas para evitar posibles problemas en la prestación del servicio y acciones correctivas para cuando se hayan suscitado problemas se puedan rectificar de manera rápida y oportuna para evitar que vuelvan a ocurrir.

#### **4.5.4.2 Ciclo de la calidad del servicio**

Dentro del ciclo de la calidad intervienen tres procesos importantes en la suministración del servicio en este caso hotelero y son:

- El diseño del servicio.
- La comercialización del servicio.
- La prestación del servicio.

Estos tres procesos deben estar debidamente coordinados y estructurados para que el ciclo del servicio se lo realice de manera eficaz.

El cliente es quien palpa la calidad del servicio que recibe, esta a su vez es afectada por los procesos dentro del ciclo del servicio, así como por las acciones que se tomen con el fin de obtener una buena retroalimentación, teniendo como las más importantes:

- Comprobación del servicio suministrado por parte del proveedor.
- Comprobación del servicio recibido por parte del cliente.

- Auditorias de calidad de la implantación y efectividad de todos y cada uno de los elementos que conforman el sistema de calidad.

A más de esto se debe establecer una retroalimentación con los clientes internos participantes en cada uno de los procesos del ciclo de la calidad.

#### **4.5.4.3 Documentación y registros de calidad**

##### **4.5.4.3.1 Sistema de documentación**

Todos los documentos que se tengan dentro del hotel para el correcto funcionamiento y la adecuada prestación del servicio deberán estar en orden y definidos para que formen parte del sistema de calidad de la organización.

La documentación que debe contener el sistema de calidad esta detallada en el presente manual:

1. **Manual de calidad:** El manual debe proporcionar una descripción del sistema de calidad como una referencia permanente. Dentro de este debe constar:
  - La política del servicio de calidad.
  - Los objetivos de los servicios de calidad.
  - La estructura de la organización, incluyendo responsabilidades en la empresa.
  - Una descripción del sistema del servicio de calidad, incluyendo todos los elementos y las disposiciones que forman parte del mismo.
  - Las prácticas de los servicios de calidad que brindan los hoteles.
  - La estructura y la distribución de la documentación del sistema de servicios de calidad.
2. **Plan de calidad:** El plan debe describir las prácticas y los recursos de calidad específicos, así como la secuencia de actividades pertinentes para el servicio de alojamiento.
3. **Procedimientos:** Los procedimientos son declaraciones escritas que muestran el propósito y el alcance de las actividades en el hotel, para satisfacer las necesidades del cliente. Los procedimientos indican como debe llevarse a cabo, controlar y

registrar las actividades pertenecientes a cada proceso. Los procedimientos deben tener ciertas características como: ser acordados entre todos los que conforman la organización, ser accesibles al personal y ser comprendidos por todos aquellos que se encuentran en las interfases entre operaciones.

4. **Registros de calidad:** los registros de calidad proporcionan la información concerniente a:

- El grado de logro de los objetivos de calidad.
- El nivel de satisfacción del cliente con el servicio.
- Los resultados del sistema de calidad para la revisión y el mejoramiento del servicio.
- El análisis, de modo de identificar las tendencias de calidad.
- La correctiva y su efectividad.
- El comportamiento apropiado de los subcontratistas.
- Las destrezas y el entrenamiento del personal.
- Las comparaciones competitivas.

Además de esto los registros de calidad deben ser:

- Verificados como válidos.
- Fácilmente recuperables.
- Retenidos por un período establecido.
- Protegidos de daño, pérdida y deterioro mientras están almacenados.

La gerencia es la responsable de establecer las políticas para el acceso del personal a los registros de calidad.

#### **4.5.4.3.2 Control de documentación.**

Toda la documentación concerniente al sistema de calidad del hotel debe:

- Ser legible: bajo ningún concepto se encontraran en el manual de calidad o en documentos del sistema de calidad enmendaduras, tachones, borrones o mutilaciones de los textos de los documentos.
- Estar fechada: esto incluye las fechas en las que se hayan hecho las revisiones pertinentes a los documentos del sistema de calidad.

- Fácilmente Identificable: para ello se contará con rótulos, separadores entre las carpetas que contengan la información o pestañas para poder identificar y encontrar fácilmente la documentación.
- Llevar la correspondiente autorización: toda la información deberá contar con un sello en la parte superior que diga autorizado y la firma del responsable del registro.

Se deben implantar métodos para controlar que los documentos cuenten con su respectiva edición, la distribución sea la adecuada y se realice de manera periódica y oportuna su revisión. Los métodos implantados deben garantizar que los documentos sean:

- Aprobados por el personal autorizado para hacerlo.
- Emitidos y disponibles en las áreas en las cuales se necesita la información.
- Comprensibles y aceptables para los involucrados en prestar el servicio de alojamiento dentro del hotel.
- Revisados y cuando amerite actualizarlos.
- Retirados cuando estén obsoletos.

#### **4.5.4.4 Auditorías internas de calidad.**

Las auditorías internas de calidad deben realizarse de manera periódica con el fin de evaluar cómo se desarrolla la implantación y la efectividad del sistema de calidad, además estas auditorías se las emplea para constatar si el servicio prestado cumple con las especificaciones que se han propuesto la organización hotelera en este caso específico.

Para realizar las auditorías internas en la organización se debe designar al personal adecuado para evaluar las áreas específicas a ser auditadas, la gerencia debe planificar la manera en cómo se van a llevar a cabo y registrar los resultados de las mismas.

Luego de analizar los resultados obtenidos por la auditoría la gerencia se encargará de tomar las medidas preventivas o correctivas de ameritar el caso.

#### **4.5.5. Interface con los Clientes.**

#### **4.5.5.1 Generalidades.**

La gerencia debe establecer una interacción efectiva entre los clientes y el personal de la organización de servicio. Esto es crucial para la calidad del servicio percibida por el cliente.

La gerencia puede influir sobre esta percepción, creando una imagen apropiada basada en la realidad de las acciones tomadas para satisfacer las necesidades del cliente. Esta imagen, presentada por el personal a todos los niveles, tiene un efecto primario sobre la relación de la organización de servicio con el cliente.

El personal que tiene contacto directo con el cliente es una fuente de información importante para llevar a cabo el proceso de mejoramiento de la calidad. La gerencia debe revisar regularmente los métodos usados para promover los contactos con los clientes.

#### **4.5.5.2 Comunicación con los clientes.**

Al referirnos a la comunicación con los clientes es importante tener en cuenta que estos son clientes internos y clientes externos, teniendo la misma importancia dentro del proceso de la prestación y recepción del servicio de calidad, la comunicación que se genere entre ellos.

Dentro del sistema de calidad a los clientes se los debe escuchar y mantener informados acerca de cualquier eventualidad que podría suscitarse, además es necesario atender de manera rápida y oportuna sus requerimientos.

Al primer indicio de fallas en la comunicación la gerencia deberá tomar las medidas pertinentes para solucionar estas falencias. Hay que tener presente que la detección y la solución de las falencias comunicacionales dentro de la organización permite el mejoramiento continuo de la misma.

Los aspectos más importantes dentro de la comunicación con los clientes implican:

- La información completa y detallada sobre el servicio, la ubicación, la cercanía que ofrece a ciertos lugares y vías de acceso, el tipo de habitaciones con las que cuenta, la disponibilidad y capacidad de las habitaciones.
- El valor económico que deberá cancelar por recibir el servicio.
- La moneda en la cual va a ser cancelado el valor del servicio.
- El precio de los servicios adicionales dentro del hotel, según la necesidad del huésped.
- La relación entre servicio, prestación y costo.
- La explicación de cómo se resuelven posibles inconvenientes dentro del hotel con respecto a sus huéspedes, el tiempo de espera que tendrán para que sus requerimientos o problemas sean resueltos y atendidos.
- Garantizar a los clientes que son el factor más importante de la prestación del servicio y que toda sus dudas van a ser resueltas de la manera más rápida y oportuna posible.
- La rotulación adecuada de las instalaciones del hotel que permitan el fácil recorrido y comunicación entre los huéspedes y los empleados del hotel.
- Contar con el personal debidamente entrenado y capacitado para que pueda atender a los huéspedes y comunicarse de manera eficaz y eficiente.
- Tener como consigna del hotel siempre un trato amable y cordial con los huéspedes.
- Tomar en cuenta todos los comentarios y sugerencias de los huéspedes para poder mejorar la calidad del servicio continuamente.
- Tener clara la relación entre el servicio de hospedaje ofertado y las necesidades reales del huésped.

Es necesario estar conscientes que el cliente percibe la calidad del servicio a través del trato recibido, la comunicación que tuvieron los encargados de prestar el servicio y las instalaciones del hotel en el que se hospedaron.

## **4.6.- ELEMENTOS OPERACIONALES DEL SISTEMA DE CALIDAD**

### **4.6.1 Proceso de Comercialización.**

#### **4.6.1.1 Calidad en investigación y análisis de mercado.**

Dentro de las múltiples responsabilidades que tienen las funciones de comercialización se encuentran las de realizar los estudios de oferta y demanda que existen en el mercado hotelero, saber cuáles son las necesidades de los clientes para poder ofrecer un servicio que satisfaga las mismas.

Para poder realizar estos estudios y análisis podrán recurrir a cualquiera de las herramientas disponibles como encuestas o entrevistas a los usuarios para poder determinar qué es lo que realmente desean y necesitan.

Es la gerencia quien debe determinar los procesos que se llevarán a cabo dentro de las actividades de mercado, y estos deberán incluir:

- El conocimiento de las necesidades de los huéspedes y su expectativas para en base a este conocimiento crear un servicio que satisfaga las necesidades de los mismos, es decir el hotel debe saber que desea el huésped en lo referente a gustos, cual es el nivel de servicio que espera recibir, que grado de confianza espera que el establecimiento le genere a través de su personal y sus instalaciones, etc.
- Los servicios adicionales que el huésped quisiera recibir en la prestación del servicio por parte del hotel en el que se hospeda.
- Los conocimientos apropiados sobre legislación nacional e internacional en los temas de salud, seguridad y de medio ambiente.
- El estudio de los requerimientos que el huésped precisa para que sean satisfechas sus necesidades en el servicio de hospedaje, el informe de los resultados del estudio debe ser remitida al personal que interviene en la prestación del servicio y a los encargados de diseñar el servicio de alojamiento.
- La interacción e interrelación entre los diversos departamentos de la organización que son responsables de la calidad en el servicio prestado para lograr un

comprometimiento para lograr que la prestación del servicio satisfaga las necesidades y requerimientos de los huéspedes.

- La constante investigación de los cambios que se dan a nivel de mercado, nuevas tecnologías, nuevas tendencias e impacto de la competencia.
- La aplicación del control de calidad.

#### **4.6.1.2 Obligaciones del proveedor.**

El proveedor del servicio de hospedaje tiene obligaciones con los huéspedes, estas obligaciones pueden encontrarse expresadas de manera explícita o tácita. Al hacer referencia de las obligaciones expresadas de manera explícita como son las garantías que el hotel ofrece, estas tienen que encontrarse debidamente documentadas para poder constatar que estas estén en perfecta concordancia con:

- Los documentos de calidad.
- La capacidad del proveedor para brindar el servicio de hospedaje.
- La documentación legal pertinente para el funcionamiento del establecimiento hotelero.

Las obligaciones documentadas deben detallarse en el resumen del servicio. (Ver inciso 6.1.3).

Resulta de vital importancia el cumplimiento cabal de las obligaciones explícitas documentadas por parte del proveedor hacia el cliente.

#### **4.6.1.3 Resumen del servicio.**

El servicio ofertado por los hoteles debe encontrarse definida y documentada en este inciso, las obligaciones a las que se compromete para con sus huéspedes debieron haber sido analizadas y conversadas entre los involucrados directos de la prestación del servicio y los encargados del diseño del servicio.

Como modelo de un resumen de servicio se propone:

Cualquiera que sea el modelo de servicio que el establecimiento hotelero haya decidido crear o implantar debe tener siempre presente la amabilidad con el cliente.

### **TANGIBILIDAD:**

- Confortables y limpias habitaciones singles, doble, triples y suites.
- Televisión (dependiendo del presupuesto del proveedor y del cliente con cable).
- Teléfono (dependiendo del presupuesto del proveedor y del presupuesto y requerimientos del huésped con discado directo nacional e internacional).
- Mini bar y/o Frigobar (dependiendo del tipo de habitación y el costo en la cual el huésped se encuentre).
- Caja de seguridad en cada habitación para pertenencias valiosas de los huéspedes.

### **INTANGIBILIDAD:**

- Ambiente Estándar en cada habitación.
- Habitaciones libres de olores molestos como: humo de cigarrillo, humedad, humo de asaderos, comida o cualquier otro tipo de olor desagradable que pueda perturbar la estadía de los huéspedes.
- Iluminación adecuada en todas las habitaciones.
- Temperatura agradable en todas las habitaciones.

### **COGNITIVO:**

- En el lobby del establecimiento hotelero debería existir un folleto o tríptico con información acerca de la provincia y de la ciudad, detallando: información, costumbres, principales celebraciones y fiestas, fechas importantes, lugares turísticos y demás información que los establecimientos consideren que deberían poner a disposición de los huéspedes, con el fin de dar a conocer un poco más acerca de nuestra ciudad y fomentar el turismo.

### **PSICOLÓGICO:**

- Dar a los huéspedes la sensación de bienestar, confort y descanso dentro del hotel, además de hacerlo sentir el elemento más importante para el proveedor del servicio haciéndole saber que el personal estará siempre presto a atender sus requerimientos y resolver algún inconveniente que llegara a suscitarse durante su estadía.

### **HIGIENE:**

- Uno de los aspectos dentro del servicio de hospedaje al que mayor importancia le dan los huéspedes es el aseo, la pulcritud del lugar en donde van a tener su estancia, por esta razón para mantener las habitaciones completamente limpias y en orden el hotel debe contar con el personal de servicio (limpieza y arreglo) suficiente, para satisfacer los requerimientos de los clientes y garantizar su comodidad y tranquilidad en cuestiones sanitarias.

### **INFRAESTRUCTURA:**

- El hotel debe contar con instalaciones apropiadas para brindar el servicio de hospedaje de calidad.
- Las habitaciones deben estar diseñadas de manera que la estadía de los clientes sea placentera y cómoda.
- Las vías de acceso a las habitaciones, es decir corredores, gradas, puertas deben ser amplias y deben estar señalizadas de manera que para el huésped sea fácil guiarse y orientarse dentro del establecimiento.
- Las instalaciones de los baños deben estar en óptimo estado.

### **Atributos del servicio**

Es importante que el hotel tenga presente como atributos del servicio los siguientes:

- **Confiabilidad:** los huéspedes deben estar completamente seguros de que sus pertenencias van a estar a buen recaudo dentro de las instalaciones del hotel, que el personal que labora en el mismo es honrado, honesto y presto a brindar un servicio de calidad dando lo mejor de sí. Los huéspedes deben tener la confianza de saber que luego de salir del hotel cuando regresen su habitación va a estar

completamente limpia y ordenada y lista para su descanso cualquier otra actividad que el huésped quiera realizar.

- **Respuesta rápida:** los empleados del hotel tienen claras cuales son sus responsabilidades y dentro de cada una de sus áreas deben dar respuestas rápidas y oportunas a los huéspedes, se debe establecer un tiempo máximo de espera para hacerlo y comunicárselo a los usuarios.
- **Cortesía:** Todos y cada una de las personas que laboran en el hotel deben ser corteses y amables con los huéspedes. De ninguna manera alguno de los empleados puede omitir un saludo y ponerse a las órdenes de los huéspedes.
- **Comunicación:** Lo empleados del hotel deben mantener comunicados de los temas que les atañen a los huéspedes, para lo cual deberán utilizar un lenguaje de fácil comprensión y en caso de que los huéspedes no hablen español, el hotel debe contar con una persona que haga las veces de interprete para asegurarse que el mensaje llegó de la manera adecuada al usuario.
- **Comprensión y conocimiento:** El personal del hotel debe esforzarse al máximo por entender las necesidades de los huéspedes y poder satisfacer las necesidades de los mismos, a la vez que deben ser proactivo y estar un paso delante de sus huéspedes para poder atenderlos de la mejor manera.

#### **4.6.1.4 Gerencia del servicio**

Antes del desarrollo del servicio, la gerencia del hotel tiene la obligación de establecer los procedimientos que se van a llevar a cabo para la planificación, la organización y la implantación del impulso servicio y de la misma manera debe realizar el proceso para retirarse en un momento determinado del mercado, en caso de que la gerencia así lo decida.

Para poder realizar el lanzamiento del servicio hotelero la gerencia debe asegurarse de contar todos los medios y los recursos necesarios para hacerlo, esto incluye recursos materiales, talento humano, instalaciones acordes a la actividad que se va a realizar, y

demás elementos que se necesiten en cada una de las distintas áreas que participan en el lanzamiento del servicio.

Dentro de la planificación deben constar las responsabilidades que garanticen tanto los requisitos del servicio como los de la prestación de este contienen disposiciones relacionadas con temas de seguridad, obligaciones laborales y medidas de seguridad en el trabajo, seguridad para los huéspedes y para el medio ambiente de forma explícita.

En la gerencia del servicio se propone que se incluyan los siguientes elementos:

### **PLANIFICACIÓN:**

- Se deben reunir todos los miembros de la gerencia junto con los responsables de cada área del servicio para planificar la manera más idónea para hacer el lanzamiento del servicio hotelero, deben basarse en encuestas realizadas a los usuarios acerca de experiencias en otros hoteles, conocer y determinar cuáles fueron los aspectos que les gustaron y cuáles no, que fue lo que más les incomodó y que fue lo que mayor comodidad les brindó, que es lo que ellos esperan en realidad que tenga un hotel para poder decir que el servicio es de calidad.
- Determinar cuáles son los aspectos diferenciadores que va a proponer el hotel en su servicio de hospedaje para que el cliente realmente sienta que se han cumplido sus expectativas y satisfecho sus necesidades.
- Delegar a cada área el aporte de propuestas que puedan influenciar de manera positiva para el lanzamiento del servicio.

### **ORGANIZACIÓN:**

- Cada una de las áreas debe tener bien claros los procesos en lo que vayan a participar e influir, para que el lanzamiento del servicio hotelero se lleve a cabo de la mejor manera.
- La gerencia debe proponer la distribución de responsabilidades de cada uno de los elementos que laboran en las áreas determinadas para el lanzamiento del servicio.

### **IMPLANTACIÓN:**

- Poner en marcha todos los aspectos acordados en los puntos anteriores por parte de cada uno de los miembros involucrados en el lanzamiento del servicio.
- Constante control de la gerencia para asegurarse que las disposiciones dadas fueron bien acatadas y entendidas para la puesta en marcha del lanzamiento del producto.

### **RECURSOS MATERIALES:**

- La gerencia debe asegurarse que cuenta con el espacio físico suficiente para brindar hospedaje cómodo al número de personas que anteriormente haya determinado es la capacidad del hotel.
- Debe contar con el número de camas, colchones, sábanas, cobijas, almohadas, fundas de almohadas suficientes para brindar el servicio de manera eficiente.
- Debe asegurarse de que la iluminación sea la adecuada en todas las instalaciones del hotel y eso incluye contar con el número adecuado de lámparas, focos y luminarias para que el hotel cuente con la luz suficiente.
- En el caso de que el hotel dentro de su servicio de hospedaje incluya alimentación (desayuno) deberá contar con el espacio físico destinado para esta actividad, a más de mesas y sillas adecuadas para que los clientes puedan servirse sus alimentos y los utensilios básicos que necesitan las cocinas para poder preparar y servir los alimentos.
- Los elementos de decoración deben guardar armonía con el entorno del hotel creando una atmosfera agradable para los huéspedes.
- Las instalaciones eléctricas y sanitarias deben encontrarse en perfecto estado.

### **TALENTO HUMANO**

- Para asegurarse de contar con el talento humano adecuado para el lanzamiento de un servicio hotelero la gerencia debe crear perfiles del cargo para en base a eso cubrir cada una de las vacantes que se encuentren disponibles en el hotel.

<b>MANUAL DEL CARGO Y PERFIL BASADO EN COMPETENCIAS</b>		
<b>ADMINISTRADOR/A</b>		
<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN:</b>		
<b>LOCALIZACIÓN:</b>	TODAS LAS INSTALACIONES DEL HOTEL	
<b>NIVEL DE REPORTE INMEDIATO:</b>	GERENTE PROPIETARIO	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO:</b>		
Estar a cargo de todo el personal y del funcionamiento del Hotel, coordinar con proveedores la entrega puntual y en buen estado de los suministros necesarios para brindar el servicio de alojamiento, atender los reclamos por insatisfacción de los clientes por el servicio recibido si es que los hubiera, dar una solución inmediata a los reclamos de los clientes, informar de novedades y/o anomalías que se susciten en las labores diarias del personal dentro del hotel y con los huéspedes, también será el encargado junto con el Gerente del hotel de realizar la selección del personal que laborará en las instalaciones del mismo.		
<b>COLABORADORES DIRECTOS</b>	<b>CONTACTOS INTERNOS</b>	<b>CONTACTOS EXTERNOS</b>
Meser@s	Meser@s	Clientes
Personal de Cocina	Personal de Cocina	Proveedores
Personal de Limpieza	Personal de Limpieza	
Recepcionista	Recepcionistas	
	Gerente	
<b>PERFIL</b>		
<b>FORMACION ACADÉMICA</b>	<b>CONOCIMIENTOS ADICIONALES</b>	<b>NIVEL DE EXPERIENCIA</b>
Ing. En Administración de Empresas o Ing. En Administración de Recursos Turísticos y Hoteleros	Conocimiento de Utilitarios o Informática. Nivel de inglés: Intermedio	Un año o más en cargos similares (de preferencia en el campo de la hotelería y turismo)
<b>COMPETENCIAS</b>		
Proactividad, Colaboración, Coordinación, buen nivel de desenvolvimiento dentro de sus actividades de trabajo, liderazgo, capacidad para dirigir al personal a su cargo.		

Gráfico 4.1 Manual del cargo y perfil: Administrador

<b>MANUAL DEL CARGO Y PERFIL BASADO EN COMPETENCIAS</b>		
<b>CHEF</b>		
<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN:</b>		
<b>LOCALIZACIÓN:</b>	COCINA DEL HOTEL	
<b>NIVEL DE REPORTE INMEDIATO:</b>	ADMINISTRADOR/A	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO:</b>		
<p>Estar a cargo de toda el área de la cocina, manejar y coordinar al personal de esta área, despachar los pedidos en el tiempo establecido para cada orden, verificar el buen estado de los productos en el momento en que son entregados por los proveedores, asegurarse que los productos entregados cumplan con las especificaciones que se le da a cada proveedor, controlar que no existan desperdicios de productos en el área de la cocina por negligencia del personal que ahí labora, verificar que a los productos tengan una buena utilización. dar informes al administrador si hay inconvenientes o anomalías dentro de su área</p>		
<b>COLABORADORES DIRECTOS</b>	<b>CONTACTOS INTERNOS</b>	<b>CONTACTOS EXTERNOS</b>
Meser@s	Meser@s	Proveedores
Personal de Cocina	Personal de Cocina	
Personal de Limpieza	Personal de Limpieza	
	Administrador	
<b>PERFIL</b>		
<b>FORMACION ACADÉMICA</b>	<b>CONOCIMIENTOS ADICIONALES</b>	<b>NIVEL DE EXPERIENCIA</b>
Chef o haber cursado estudios de Gastronomía	Conocimiento de Cocina Ecuatoriana e internacional.	Un año o más en cargos Similares.
<b>COMPETENCIAS</b>		

**Gráfico 4.2 Manual del cargo y perfil: Chef**

**MANUAL DEL CARGO Y PERFIL BASADO EN COMPETENCIAS**

**RECEPCIONISTA**

**DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

<b>LOCALIZACIÓN:</b>	RECEPCIÓN DEL HOTEL
<b>NIVEL DE REPORTE INMEDIATO:</b>	ADMINISTRADOR/A

**RESPONSABILIDADES DEL CARGO:**

Estar a cargo de la recepción de los huéspedes, brindarles la información necesaria para su alojamiento, darles un recibimiento cordial y amable, registrar el ingreso (check in) y la salida (check out) de los huéspedes. Proporcionar las encuestas de satisfacción del cliente externo al momento de su salida del hotel. Hacer la entrega de las llaves de las habitaciones en las que se van a alojar los huéspedes previo a una visita de las habitaciones disponibles para que el huésped pueda escoger en que habitación prefiere quedarse. Recepción de llamadas internas y externas que le realicen y proporcionar la información pertinente para cada caso.

<b>COLABORADORES DIRECTOS</b>	<b>CONTACTOS INTERNOS</b>	<b>CONTACTOS EXTERNOS</b>
Personal de Limpieza	Personal de Limpieza	Clientes
	Administrador/a	

**PERFIL**

<b>FORMACION ACADÉMICA</b>	<b>CONOCIMIENTOS ADICIONALES</b>	<b>NIVEL DE EXPERIENCIA</b>
Estudios superiores en Hotelería Turismo y/ o Administración	Conocimiento de Utilitarios Informáticos: Microsoft Office. Conocimiento del Idioma Inglés Hablado y escrito en un 80%	Seis meses o más en cargos Similares ( sin embargo este requisito puede no ser indispensable si pasa las pruebas pertinentes)

**COMPETENCIAS**

Proactividad, Honradez, Honestidad, Agilidad, Responsabilidad

**Gráfico 4.3 Manual del cargo y perfil: Recepcionista**

<b>MANUAL DEL CARGO Y PERFIL BASADO EN COMPETENCIAS</b>		
<b>MESER@S</b>		
<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN:</b>		
<b>LOCALIZACIÓN:</b>	AREA DE RESTAURANTE DEL HOTEL (EN CASO DE HABERLA)	
<b>NIVEL DE REPORTE INMEDIATO:</b>	CHEF	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO:</b>		
<p>Atender los pedidos de los clientes de manera rápida y oportuna, tratar al cliente de manera especial y educada haciéndolo sentir como el elemento más importante del hotel, disolver dudas que tengan los clientes con respecto a la comida, atención o cualquier otra inquietud, asegurarse de que todo el pedido esté tal y como el cliente deseaba.</p>		
<b>PERFIL</b>		
<b>COLABORADORES DIRECTOS</b>	<b>CONTACTOS INTERNOS</b>	<b>CONTACTOS EXTERNOS</b>
Chef	Personal de la Cocina	Clientes
Personal de Cocina		
<b>FORMACION ACADÉMICA</b>	<b>CONOCIMIENTOS ADICIONALES</b>	<b>NIVEL DE EXPERIENCIA</b>
Bachiller, se harán excepciones en caso de que la persona demuestre que es apta para este tipo de trabajo o tenga basta experiencia en actividades Similares	Atención al Cliente	Seis meses o más en cargos similares (especial atención en servicio al cliente)
<b>COMPETENCIAS</b>		
<p>Proactividad para resolver posibles inconvenientes que puedan presentarse con la insatisfacción de algún cliente, colaboración, honestidad, buen nivel de desenvolvimiento dentro de sus actividades de trabajo, amabilidad, agilidad para poder atender los pedidos, simpatía con los clientes.</p>		

**Gráfico 4.4 Manual del cargo y perfil: Meseros/as**

<b>MANUAL DEL CARGO Y PERFIL BASADO EN COMPETENCIAS</b>		
<b>AUXILIARES DE COCINA</b>		
<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN:</b>		
<b>LOCALIZACIÓN:</b>	COCINA DEL HOTEL	
<b>NIVEL DE REPORTE INMEDIATO:</b>	CHEF	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO:</b>		
<p>Desarrollar sus actividades de trabajo de manera responsable dentro del área de la cocina, aceptar las disposiciones que le de su superior (Chef), realizar su trabajo de manera ágil para poder despachar las órdenes en el menor tiempo posible, manejar de manera adecuada los productos que recibe para la elaboración de cada receta, comunicar al Chef si existe alguna anomalía o problema con los productos que recibe para la elaboración de cada receta o con sus compañeros de trabajo.</p>		
<b>COLABORADORES DIRECTOS</b>	<b>CONTACTOS INTERNOS</b>	<b>CONTACTOS EXTERNOS</b>
Meser@s	Meser@s	
	Chef	
<b>PERFIL</b>		
<b>FORMACION ACADÉMICA</b>	<b>CONOCIMIENTOS ADICIONALES</b>	<b>NIVEL DE EXPERIENCIA</b>
Haber cursado estudios de Gastronomía o tener conocimientos culinarios por experiencia en actividades similares.	Conocimiento de Cocina Ecuatoriana e internacional.	Seis meses o más en cargos similares.
<b>COMPETENCIAS</b>		
Buen desempeño en sus actividades de limpieza en el Hotel.		

**Gráfico 4.5 Manual del cargo y perfil: Auxiliares de Cocina**

<b>MANUAL DEL CARGO Y PERFIL BASADO EN COMPETENCIAS</b>		
<b>GUARDIA DE PARQUEADERO</b>		
<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN:</b>		
<b>LOCALIZACIÓN:</b>	PUERTAS DE ACCESO AL HOTEL	
<b>NIVEL DE REPORTE INMEDIATO:</b>	ADMINISTRADOR	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO:</b>		
Estar pendiente de las personas que ingresan al hotel y de su salida precautelando la seguridad e integridad de los huéspedes, de sus pertenencias y la de los empleados del hotel.		
<b>COLABORADORES DIRECTOS</b>	<b>CONTACTOS INTERNOS</b>	<b>CONTACTOS EXTERNOS</b>
	Administrador/a	Clientes
<b>PERFIL</b>		
<b>FORMACION ACADÉMICA</b>	<b>CONOCIMIENTOS ADICIONALES</b>	<b>NIVEL DE EXPERIENCIA</b>
No es muy importante, sin embargo se toma en cuenta mucho la actitud que tenga la persona en el desarrollo de sus labores precautelando la seguridad de los huéspedes y del Personal que labora en el hotel	Defensa personal	Ninguno
<b>COMPETENCIAS</b>		
Buen desempeño en sus actividades de cuidado de la seguridad de los huéspedes y empleados del hotel.		

**Gráfico 4.65 Manual del cargo y perfil: Guardia de parqueadero**

## **LEGISLACIÓN:**

- Código de Trabajo (Codificación 2005-017, RO Suplemento 167/ 16 de Diciembre de 2005.)
- Documentos expedidos por la Federación Hotelera del Ecuador AHOTEC, donde constan tasas, contribuciones, obligaciones y legislación en la que deben basarse los gerentes y dueños de hoteles para su funcionamiento.
- Reglamento General de Actividades Turísticas (Decreto No. 3400).
- Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.
- Código de la Salud.
- Ley de Régimen Municipal; y, Código Municipal del respectivo Cantón.

Y demás leyes y normas que atañen el funcionamiento de los hoteles.

### **4.6.1.5 Calidad en la publicidad**

La gerencia del Hotel debe determinar cuál es el tipo de publicidad más adecuado para promocionar el servicio que ellos ofertan, deben tratar de plasmar en la publicidad la satisfacción de las necesidades de alojamiento de los clientes.

- En el caso de los hoteles a más de la publicidad tradicional como la radio o la prensa, se hace necesaria una publicidad más innovadora y con mayor alcance como es el caso de la Internet, a través de páginas Web con fotografías, las políticas del hotel, los servicios que ofertan, tipos de habitaciones con que cuenta el hotel, atributos del servicio y más elementos que puedan generar confianza y atraer a los viajeros a hospedarse en el establecimiento hotelero.
- Promocionar el hotel a través de la guía turística local.
- Utilizar la televisión para promocionar el hotel.

## **4.6.2 Proceso de Diseño.**

### **4.6.2.1 Generalidades.**

Para que el hotel realice el proceso de diseño de su servicio debe transformar el resumen del servicio que se encuentra en el inciso 6.1.3 en especificaciones que sean aplicables y que permitan llevar un control tanto del servicio como de su prestación, reflejando las opciones del hotel.

En el proceso de diseño intervienen tres factores importantes, interdependientes e interactuantes entre sí:

- La especificación del servicio: describe el servicio a ser brindado, en este caso el servicio de alojamiento.
- La especificación de la prestación del servicio: define los medios y métodos que van a ser utilizados para la prestación del servicio.
- La especificación de control de calidad: define los procedimientos que se van a utilizar para evaluar y controlar las características de los dos elementos anteriores es decir el servicio y la prestación del servicio.

### **4.6.2.2 Responsabilidades del diseño**

Para lograr una verdadera calidad en el servicio la gerencia debe delegar responsabilidades y concientizar a los involucrados en el diseño, de que su aporte en el proceso es de gran ayuda para lograr las metas y objetivos de calidad que se haya planteado la organización.

En la etapa de diseño del servicio prevenir cualquier desajuste que pueda producirse en el servicio es menos costosa que la corrección de los defectos ya una vez que se ha empezado con la prestación del servicio.

Para que el diseño sea el adecuado el hotel debe tomar en cuenta aspectos como:

- Planificar, preparar, validar, mantener y controlar las especificaciones del servicio (inciso 6.2.3), de la especificación de la prestación del servicio (inciso 6.2.4) y de la especificación del control de calidad. (inciso 6.2.5).
- Establecer cuáles son los productos y los servicios que se van a obtener para poder llevar a cabo el proceso de la prestación del servicio. (inciso 6.2.4.3).
- Determinar cuáles van a ser las revisiones a las que va a estar sometido el diseño del servicio en cada una de sus fases (inciso 6.2.6).
- Constatar que el proceso de prestación del servicio satisface los requisitos del resumen del servicio (inciso 6.2.3), en la manera en cómo fue implantado.
- Realizar actualizaciones de la especificación del servicio, la especificación de la prestación del servicio y la especificación del control de calidad, cuando estas lo ameriten, procurando la retroalimentación o percibiendo algún otro estímulo externo que pueda cambiar lo antes establecido (Ver inciso 6.2.8).

Mientras se está realizando el diseño es importante la especificación del servicio, la especificación de la prestación del servicio y la especificación del control de calidad, para poder:

- Planificar a los efectos de variaciones en la demanda del servicio.
- Efectuar un análisis para anticipar los efectos de posibles fallas sistemáticas y aleatorias, así como de aspectos de fallas del servicio posteriores al control por el proveedor.
- Desarrollar planes de contingencia para el servicio.

#### **4.6.2.3 Especificación del servicio.**

La especificación del servicio consiste en la descripción completa del servicio que se pretende brindar a los huéspedes.

Haremos referencia a un hotel promedio de la ciudad de Latacunga que va orientado a familias y ejecutivos medios.

El hotel ofrece habitaciones limpias, atención rápida y amable, comunicación telefónica inmediata con discado nacional e internacional, solución amplia y oportuna de problemas y quejas de los huéspedes. Servicio rápido y precios justos.

Las habitaciones son amplias, bien iluminadas, baño privado con agua caliente, televisión de tamaño promedio con cable, camas confortables con colchones nuevos y cómodos, sábanas y cobijas limpias, todas blancas y con edredones nuevos. A más de esto las habitaciones cuentan con una ambientación y climatización acorde para el descanso o cualquier otra actividad.

El hotel se encuentra cerca de las principales vías de acceso a la ciudad y rutas para excursiones y al centro económico de la ciudad.

#### **4.6.2.4 Especificación de la prestación del servicio**

##### **4.6.2.4.1 Generalidades**

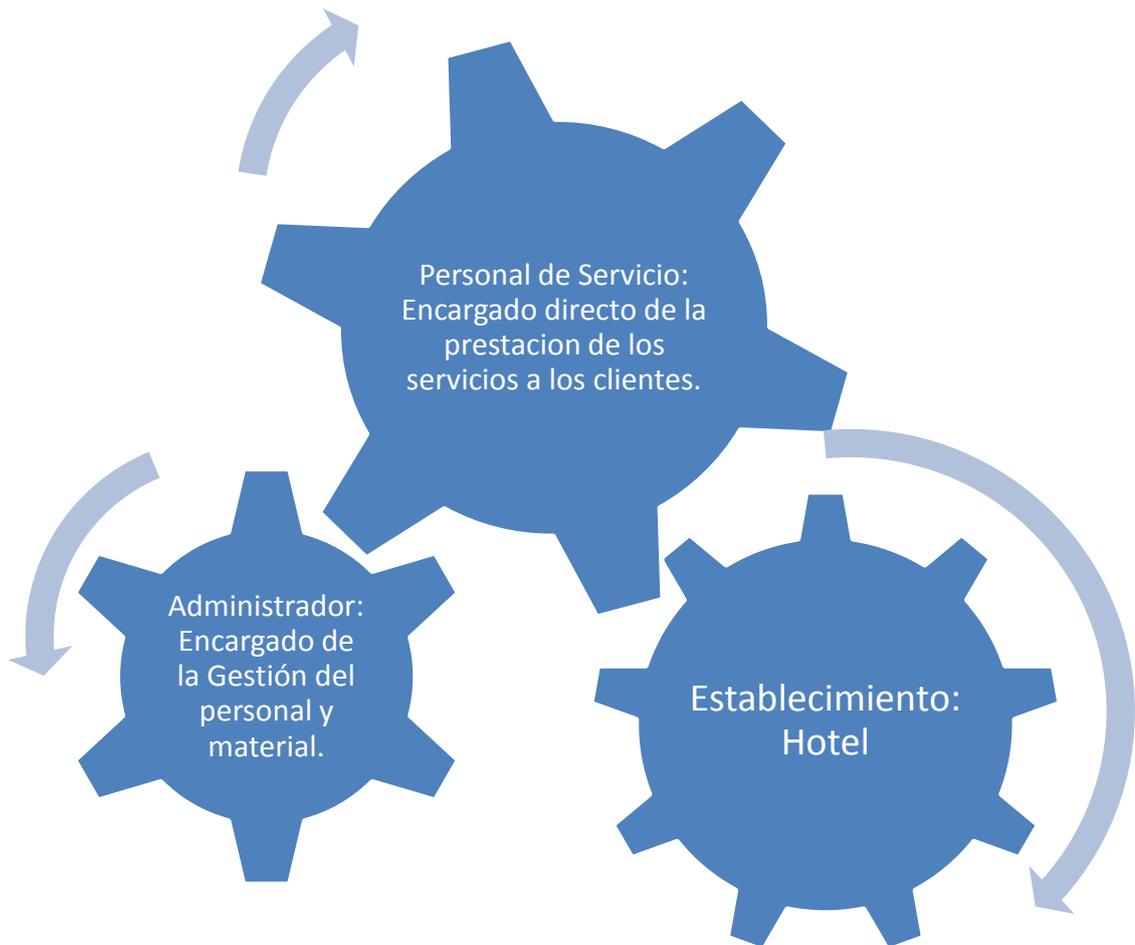
En la especificación de la prestación del servicio se deben determinar cuales son los procedimientos que describan la manera en que van a ser usados para la prestación del servicio, tales como:

- La descripción precisa de las características de la prestación del servicio que intervengan directamente en el desempeño del servicio (inciso 4.1).
- Un nivel de aceptabilidad para cada característica de prestación del servicio.
- El detalle del tipo y la cantidad de equipamiento y de las instalaciones que se requieren para cumplir con las especificaciones del servicio.
- La cantidad de personal requerido y las destrezas del mismo.
- La confiabilidad de los subcontratistas para comprar productos y servicios.

Las metas, las políticas, las capacidades del hotel, los requisitos de carácter legal, ambientales o de salud deben estar tomados en cuenta en la especificación de la prestación del servicio.

#### 4.6.2.4.2 Procedimientos de prestación del servicio

Para que el diseño del proceso de prestación del servicio se lo realice en forma útil, es necesario subdividir el proceso en etapas de trabajo separadas que se apoyen en procedimientos que describen las actividades involucradas en cada etapa.



**Gráfico 4. 7 Procedimientos de prestación del servicio**

A continuación el procedimiento de la prestación del servicio del hotel:

#### **RECEPCIÓN:**

1. El cliente ingresa al hotel pidiendo información acerca de alojamiento
2. El recepcionista le dé la bienvenida al cliente y le explica:
  - La disponibilidad de habitaciones que dispone el hotel en ese momento.

- El tipo de habitaciones que le puede ofrecer al cliente.
- Le describe el servicio que el hotel ofrece a sus huéspedes.
- Les informa acerca de la hora de ingreso (check in) y la hora de salida del hotel (check out).
- Les informa acerca del costo del servicio que van a recibir, ambos deben tener coherencia.
- Les informa de los horarios con el cual se sirve el desayuno en el hotel
- En caso de aceptación conduce a los huéspedes a la habitación que ellos hayan elegido para su alojamiento.
- Les entrega las llaves de la habitación que los huéspedes han elegido.
- Les informa a los huéspedes que en caso de que exista alguna anomalía, duda, reclamo o queja se lo hagan saber a él, sea por el intercomunicador o acercándose directamente para expresarle lo acontecido.
- Informa al personal de limpieza y arreglo de las habitaciones que hay huéspedes en una determinada habitación y que deben estar pendientes de cualquier requerimiento que estos tengan para atenderlos de la manera más apropiada posible y en el menor tiempo.

### **SERVICIO DE LIMPIEZA Y ARREGLO DE HABITACIONES**

1. Toman conocimiento de cuáles son las habitaciones que están ocupadas y a las que tienen que ir a limpiar y arreglar.
2. El personal de limpieza y arreglo de habitaciones debe estar listo para comenzar su trabajo a las 8:00 a.m.
3. Ingresan a las habitaciones cuando estén desocupadas para realizar las labores de limpieza.
4. Deben realizar la limpieza de toda la habitación incluyendo el baño, lo que implica barrer, limpiar el polvo y en el caso del baño limpiar y desinfectar el inodoro y la ducha, además se asegurarán que estos tengan siempre papel higiénico y jabón.
5. Deben cambiar las sábanas y tender las camas todas de la misma manera, con un doblez de las sábanas y las cobijas de diez centímetros.
6. Deben poner todos los objetos que se encuentren en la habitación en orden y en el lugar determinado para cada objeto, teniendo especial cuidado de no desordenar las pertenencias de los huéspedes, ni cambiarlas de lugar para que al momento

que ellos regresen a su habitación puedan encontrar sus pertenencias tal y como las dejaron al momento de salir.

7. Una vez limpio y arreglado rociarán ambiental en el baño y en la habitación, para que estos estén libres de olores desagradables.
8. Saldrán de la habitación dejando la puerta cerrada con seguro.

### **ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS**

1. Una vez expuesta la queja o el reclamo por parte del huésped al recepcionista, este deberá explicarle cuanto tiempo se va a tomar la atención a su requerimiento o a su queja.
2. El recepcionista debe comunicar inmediatamente al administrador del hotel acerca del acontecimiento.
3. El administrador del hotel hará frente al reclamo o al requerimiento que los huéspedes tengan ayudado de los colaboradores de las diferentes áreas que intervienen en la prestación del servicio.

### **SERVICIO DE ALIMENTACIÓN.**

1. El recepcionista le informa al personal de la cocina la cantidad de desayunos que debe tener listos para el día siguiente.
2. Una hora antes de la acordada para que se empiecen a servir los desayunos, el chef y el personal de la cocina tendrán todo listo para proporcionar los alimentos a l@s meser@s q al la vez se los servirán a los huéspedes.
3. L@s meser@s atenderán a los huéspedes con toda amabilidad y estarán prestas a atender cualquier solicitud de los clientes.

### **SALIDA DE LOS HUÉSPEDES.**

1. Los huéspedes de acercan a la recepción en donde el recepcionista registrará la salida de los huéspedes y el pago por el servicio brindado emitiendo la respectiva factura.
2. El recepcionista les proporcionará una encuesta de satisfacción del cliente externo a los huéspedes para conocer que les pareció el servicio que acaban de recibir por parte del hotel.

3. Una vez llenada la encuesta el recepcionista despide los huéspedes de manera cordial poniéndose nuevamente a las órdenes.
4. El recepcionista debe llevar un archivo de las encuestas de satisfacción del cliente interno para entregárselo de manera quincenal al administrador.
5. Al final de día el recepcionista entrega el dinero cobrado por la estadía de los huéspedes al administrador, el mismo que se encargará de depositarlo en la cuenta bancaria del hotel.

#### **4.6.2.4.3 Calidad en las compras.**

Parte de la calidad en el servicio se ve afectada directamente por las compras que se realizan, ya que depende de la calidad de los insumos que se utilicen para la prestación del servicio la satisfacción de los huéspedes.

Para asegurar la calidad de los insumos comprados, el hotel debe contar con proveedores calificados, que cumplan con los requerimientos y especificaciones que se les da para cada compra.

Con el fin de que las compras se realicen de una manera adecuada es necesario realizar:

- Órdenes de compra: estas deben hacerse con un mínimo de siete días anterioridad.
- Calificación de proveedores: tomando en cuenta el cumplimiento para la entrega de los pedidos y la calidad de los mismos.
- Establecimiento de la calidad del producto requerido y la alteración de la misma bajo determinadas circunstancias.
- Amonestaciones por incumplimiento por parte del proveedor sea en la fecha de entrega, en la calidad del producto y en la cantidad entregada.
- Control en la recepción del producto o del servicio.

Para realizar la calificación de proveedores hay que tomar en cuenta:

- Las garantías que puede proporcionar el proveedor para el cumplimiento de la calidad en la entrega del bien o el servicio.

- Contabilización de entregas cumplidas e incumplidas.
- Compromiso de los proveedores con el sistema de calidad del Hotel
- Referencias de otros proveedores.

#### **4.6.2.4.4 Equipo proporcionado por el proveedor a los clientes para el servicio y la prestación del servicio.**

En el caso del hotel el equipo proporcionado para la prestación del servicio son todo lo referente al alojamiento, las habitaciones deben estar debidamente equipadas con todos los implementos necesarios para brindar confort a los huéspedes, además cada uno de los baños deberá contar con los útiles de aseo necesarios.

#### **4.6.2.4.5 Identificación y traceabilidad del servicio.**

Cuando la situación lo amerite el hotel debe dar a los empleados la información acerca de la procedencia de los productos que forman parte de la prestación del servicio y del servicio., a más de la responsabilidad que tienen de verificar que estos se encuentren en buen estado y cumplan con las normas de calidad establecidas por la organización. De esta manera se puede rastrear el origen de la insatisfacción, queja o reclamo del huésped y la responsabilidad legal que atañe.

#### **4.6.2.4.6 Manipulación, almacenamiento, empaque, suministro y protección de las posesiones de los clientes.**

El hotel debe establecer reglas y controles para la manipulación, almacenamiento, empaque, suministro y protección de las pertenencias de los huéspedes.

Con el fin de precautelar la integridad de estas el hotel debe contar con una caja de seguridad para guardar las pertenencias más valiosas de sus huéspedes, además debe colocarlas en un lugar seguro donde no se puedan extraviar.

En el caso del equipaje, los maleteros deben tratar con especial cuidado las maletas de los huéspedes, ya que dentro de estas pueden llevar pertenencias delicadas que podrían sufrir algún tipo de deterioro por la falta de cuidado de los empleados.

#### **4.6.2.5 Especificación de control de calidad.**

El diseño del control de calidad debe constar como una parte integral de los procesos del servicio: diseño, comercialización y prestación. La especificación desplegada para control de calidad debe permitir el control efectivo de cada proceso de servicio para asegurar que el alojamiento satisface, en forma consistente, la especificación del servicio y la especificación del cliente.

En diseño del servicio:

- Describir de manera clara y explícita el servicio de alojamiento que oferta el hotel y verificar que este es asimilado por los huéspedes al momento en que salen del hotel y llenan la encuesta de satisfacción del cliente externo.
- Constatar que los medios y métodos que van a ser utilizado en la prestación del servicio sean captados por todos los involucrados en la prestación del servicio, para lo cual se realizarán evaluaciones periódicas de las responsabilidades de cada área.
- Aplicar todos los procedimientos utilizados para evaluar y controlar el servicio y la prestación del servicio para lograr la mejora continua.

En la comercialización del servicio:

- Constatar que los medios utilizados para promocionar el servicio dan resultado, preguntando a los huéspedes de que manera escogieron el alojamiento en el hotel.
- Determinar cuál de los medios utilizados es el más eficaz para promocionar el servicio a través de la respuesta de los huéspedes.

**En la prestación del servicio:**

- El trato recibido, las especificaciones dadas y la pronta respuesta en lo referente a acomodación, disponibilidad, requerimientos y quejas, al momento de ingresar en recepción se lo evaluará tomando en cuenta las respuestas de los clientes externos al momento de calificar al personal.
- Evaluar el servicio de limpieza, realizando inspecciones sorpresas a habitaciones escogidas al azar el momento en que los huéspedes no se encuentren hospedados

en estas y tomando acciones correctivas en caso de que no se encuentren con todas las especificaciones de higiene que se dan en el manual.

- Medir el tiempo que se toma el personal de limpieza para cada habitación e investigar a que se debe y si se puede reducir haciendo el servicio más ágil.
- Cuantificar el número de quejas y reclamos que recibe el hotel en un mes normal, cuantas fueron atendidas satisfactoriamente, cuantas no, cuanto tiempo les tomó, y las razones por las que se produjeron, llenado el registro de quejas y reclamos por parte de los clientes.
- Contabilizar el tiempo que lleva el servir los alimentos desde el momento en que el huésped se sienta en la mesa hasta cuando la comida es proporcionada, tomando en cuenta que debe estar en perfecto estado para que el huésped se sienta a gusto y no presente ningún tipo de queja o reclamo. Para cumplir con esto se establecer un tiempo determinado en el que esta actividad sea realizada.
- Al momento del check out de los huéspedes el recepcionista siempre deberá dar la encuesta de satisfacción del cliente externo al huésped, llevando un registro de la misma.

#### **4.6.2.6 Revisión del diseño.**

En la revisión del diseño del servicio de hospedaje deben participar los responsables del área que está siendo revisada y que influye en la calidad del servicio y en la prestación del servicio.

Esta revisión debe ser formal y documentada comparando los resultados del diseño con el resumen del servicio.

Una vez terminada cada fase del diseño debe ser revisada para que sea consistente y satisfaga los requerimientos de detalles como:

- Especificación del servicio con respecto a las necesidades y satisfacción del cliente.
- Especificación de la prestación del servicio con respecto a los requisitos del servicio.
- Especificación del control de la calidad con respecto al control de los procesos del servicio.

#### **4.6.2.7 Validación de las especificaciones del servicio, de la prestación del servicio y del control de calidad.**

Siempre que se quiere implantar un nuevo servicio o modificar uno ya existente, al igual que los procesos de la prestación del servicio esto deben ser validados con el fin de garantizar que se han desarrollado en su totalidad, y que el servicio ofrecido satisface las necesidades de los clientes, sea bajo condiciones previstas o en ciertos casos adversas.

Antes de implantar el servicio debe definirse, planificarse y completarse la validación y los resultados de esta deben estar documentados.

Previo a la primera prestación del servicio, es necesario realizar una revisión para constatar:

- Que el servicio tenga consistencia con los requerimientos de los huéspedes.
- Que está completo el proceso de la prestación del servicio.
- Que se cuenta con los recursos suficientes para satisfacer las obligaciones del servicio, especialmente materiales y personal.
- Que los instructivos de trabajo, las normas, los dibujos y las especificaciones que se aplican son satisfechos.
- Que los clientes dispongan de toda la información necesaria para el uso del servicio.

A más de la validación hay que realizar revalidaciones periódicamente para constatar si el servicio sigue satisfaciendo las necesidades de los huéspedes y cumple las especificaciones del servicio; al igual que identifica mejoramientos en el suministro y control del servicio.

Las revalidaciones deben ser planificadas y documentadas dentro de las cuales deben constar:

- Experiencia en el lugar.
- Impacto de los cambios realizados en el servicio y en los procesos.

- Impacto de los cambio personales.
- Modificación de procedimientos, instrucciones, guías y nuevas propuestas.

#### **4.6.2.8 Control de cambio de diseño.**

No se puede cambiar sin haber una causa que así lo amerite y considerando la repercusión de los cambios: la especificación del servicio, la especificación de la prestación del servicio y la especificación del control de calidad, ya que estos son los documentos básicos de referencia para el servicio.

La finalidad del control de cambio de diseño es llevar un registro documentado y administrar los cambios en los requisitos y en los procedimientos que se crean pertinentes, una vez que las especificaciones iniciales han sido autorizadas e implantadas.

El control del cambio de diseño busca asegurar que:

- Se ha detectado la necesidad del cambio, se ha constatado y se ha enviado para que realicen el análisis y el rediseño de la parte del servicio que va a ser modificada.
- Se han planificado, documentado, aprobado, implantado y registrado los cambios a hacerse en las especificaciones.
- Participan en la determinación y aprobación del cambio los representantes de las funciones que van a ser afectadas con el cambio.
- Se evalúa el impacto que va a tener el cambio dentro del proceso con el fin de garantizar que el mismo va a dar los fines deseados por la organización, mas no va a degradar la calidad del servicio.
- Cuando los cambios afectan a las características del servicio es necesario informar a los huéspedes acerca de los mismos.

#### **4.6.3 Proceso de Prestación del Servicio.**

##### **4.6.3.1 Generalidades.**

Todo el personal a cargo de la implantación del proceso de la prestación del servicio deberá cumplir con responsabilidades específicas asignadas por la gerencia, estas responsabilidades se extienden hasta la evaluación de proveedores y evaluación del cliente.

El prestar el servicio a los huéspedes conlleva:

- Cumplir con las especificaciones de la prestación del servicio que se promocionó y se estableció para el hotel.
- Constatar continuamente si se está satisfaciendo o no la especificación del servicio.
- Volver a encauzar el proceso en caso de desviaciones.

#### **4.6.3.2 Verificación de la calidad del servicio por el proveedor.**

Dentro del proceso de la prestación del servicio la verificación de la calidad por parte del proveedor tiene gran importancia, ya que por medio de esta verificación los dueños y/o administradores de los establecimientos hoteleros pueden:

- Calcular y Constatar las actividades más importantes dentro del proceso para evitar sucesos que insatisfagan al cliente y mermen la calidad del servicio.
- Inspeccionar al personal que labora en el hotel y realiza actividades claves dentro del proceso de la prestación del servicio, para conocer si están realizando su trabajo de la manera adecuada o existen falencias que podrían afectar la calidad.
- Comprobar en la interface con los clientes al proveedor, para tener una idea clara de cuál es la imagen que tienen los huéspedes acerca del servicio recibido.

#### **4.6.3.3 Verificación de la calidad del servicio por el cliente.**

La verificación que realiza el cliente acerca de la calidad del servicio recibido es subjetiva, no es frecuente que los clientes evalúen voluntariamente a la organización que le brindó el servicio, a menudo los clientes insatisfechos solo dejan de hospedarse en un hotel determinado porque no satisface sus necesidades, mas no especifica cuales son las razones por las cuales no se volvería a hospedar ahí. Muchos establecimientos hoteleros

basan la verificación en las quejas recibidas por parte de los clientes, pero la corrección de estas no siempre ayuda a mejorar la calidad, es más en algunas ocasiones pueden conducir a conclusiones equivocadas.

La reacción del cliente frente a la calidad del servicio recibido puede ser inmediata, retardada y retrospectiva.

Los establecimientos hoteleros deben implantar un modo en el cual se puedan realizar verificaciones y mediciones de manera continua a la satisfacción de los clientes, donde resalten tanto factores positivos como negativos y las repercusiones que estos tendrían en actividades a futuro.

Para realizar la evaluación a los clientes es necesario determinar si al resumen del servicio, especificaciones y proceso de la prestación del servicio satisfacen los requerimientos y necesidades de los huéspedes, ya que muchas veces estos son inadecuados, porque si bien por un lado el proveedor piensa que el servicio que está brindando es el mejor el cliente no está de acuerdo con ello.

Una vez evaluado al cliente es necesario realizar una comparación entre la verificación del servicio por parte del proveedor y la verificación por parte del cliente para evaluar si las dos mediciones de la calidad son compatibles, y se pueden establecer acciones enfocadas al mejoramiento de la calidad en el servicio.

#### **4.6.3.4 Estado del servicio.**

Para identificar el logro de la especificación del servicio y la satisfacción del cliente, cada vez que se ha completado el trabajo de cada fase del proceso, este debe ser informado a la gerencia.

#### **4.6.3.5 Acción correctiva para servicios disconformes.**

##### **4.6.3.5.1 Responsabilidades.**

Dentro del proceso de la prestación del servicio todo el personal involucrado cuenta con la autoridad y responsabilidad suficientes para una vez que se haya detectado un servicio no conforme informar a la persona competente con el fin de aplicar medidas correctivas que eviten que este tipo de inconvenientes vuelvan a ocurrir. El identificar los servicios no conformes por parte de los involucrados en la prestación del servicio evita que estos lleguen a los huéspedes y se produzca un reclamo por insatisfacción de requerimientos.

#### **4.6.3.5.2 Identificación de disconformidad y acción correctiva.**

Una vez que se ha detectado la disconformidad por parte de cualquiera de las personas que participan en la prestación del servicio es necesario, registrarla, estudiarla y corregirla. La acción correctiva tiene dos momentos:

1. La acción inmediata que da solución al inconveniente suscitado y satisface el requerimiento del huésped, y;
2. La acción a largo plazo donde se analiza de manera minuciosa cual fue la causa que originó la disconformidad, para una vez detectada poder aplicar la acción correctiva que más convenga para evitar la recurrencia del inconveniente.

La acción correctiva que se llegue a establecer debe guardar relación entre la dimensión y el efecto del problema suscitado y debe ser constantemente monitoreada para constatar que están dando el resultado esperado.

#### **4.6.3.6 Control del sistema de medición.**

El hotel debe implantar procedimientos que le permitan controlar y mantener el sistema empleado para la medición del servicio. Dentro de las mediciones están: el desempeño del personal, satisfacción de clientes tanto internos como externos, servicios no conformes, entre otros que le permitan la mejora continua. Para realizar las mediciones los hoteles pueden emplear modelos analíticos o software especializados para esta actividad. Las mediciones deben ser objetivas, válidas y confiables; si para llevar a cabo las mediciones se necesitan equipos apropiados estos deben estar controlados y calibrados

es decir en óptimas condiciones con el fin de que el resultado que arrojen sea real y permita tomar decisiones basadas en los mismos.

Por citar un ejemplo: un termómetro ambiental, este debe estar debidamente calibrado para poder medir si la habitación cuenta o no con la temperatura adecuada, si está muy caliente o muy fría.

De conformidad con la Norma ISO 10012-1, los principales requisitos de calibración y medida son:

- “La compañía debe disponer de equipos de medida para cuantificar todos los parámetros relacionados con la calidad, y éstos equipos deben tener las características metrológicas adecuadas, Lope et al. (1998).
- Debe estar documentada la lista de todos los instrumentos utilizados para cuantificar los parámetros relacionados con la calidad. Calibración de equipos de medida según ISO 9000 Adolfo Hilario / Pablo Carbonell 2/12 Capítulo 1. Requisitos de ISO 9000 para los equipos de medida 1.2. Requisitos para los equipos de medida.
- Se debe implantar y mantener un sistema para el control y la calibración de los equipos de medida.
- Todos los equipos utilizados para realizar medidas de la calidad, y todos los equipos utilizados para calibrar, se deben manipular con cuidado y deben ser usados de tal forma que su exactitud y ajuste quede a salvo.
- Todas las medidas, tanto para calibrar equipos como para la verificación del producto, deben realizarse teniendo en cuenta todos los errores e incertidumbres significativos identificados en el proceso de medida.
- El cliente debe tener acceso a pruebas objetivas de que el sistema de medida es efectivo.
- La calibración se debe realizar con equipos con trazabilidad a patrones nacionales.
- Todas las personas que desarrollan funciones de calibración deben estar debidamente formadas.
- Los procedimientos de calibración deben estar documentados.

- El sistema de calibración debe ser revisado periódica y sistemáticamente para asegurar que continúa siendo efectivo.
- Se debe mantener una ficha o registro de calibración para cada equipo de medida por separado. Cada ficha debe demostrar que el instrumento es capaz de realizar medidas dentro de los límites designados. Estas fichas deben contener, al menos, esta información:
  - Una descripción del instrumento y una identificación única.
  - La fecha de calibración.
  - Los resultados de la calibración.
  - El intervalo de calibración, además de la fecha de la próxima calibración.
- Dependiendo del tipo de instrumento a calibrar, también se debe incluir parte o toda la información que se relaciona a continuación:
  - El procedimiento de calibración.
  - Los límites de error permisibles (ver Sección 2.2).
  - Informe de todos los efectos acumulativos de incertidumbre en los datos de calibración.
  - Las condiciones medioambientales requeridas para la calibración.
  - La fuente que certifica la trazabilidad empleada.
  - Los detalles de cualquier reparación o modificación que pudiera afectar el estado de la calibración.
  - Cualquier limitación de uso del instrumento. Calibración de equipos de medida según ISO 9000 Adolfo Hilario / Pablo Carbonell 3/12 Capítulo 1. Requisitos de ISO 9000 para los equipos de medida 1.3. Interpretación de los requisitos.
- Cada instrumento debe estar etiquetado, de manera que se muestre el estado de calibración y cualquier limitación de uso (únicamente donde es posible).
- Cualquier instrumento que haya fallado, que sea sospecho o se sepa que se encuentra fuera de calibración, debe ser retirado del uso y etiquetado visiblemente para prevenir posibles usos accidentales del mismo.
- Los equipos de medida ajustables se deben sellar para evitar manipulaciones no deseadas.”

#### **4.6.4 Análisis y Mejoramiento del Comportamiento del Servicio.**

#### **4.6.4.1 Generalidades.**

Siempre es necesaria una evaluación continua de cómo operan los procesos de servicio con el fin de identificar y hacer seguimiento de actividades que garanticen el mejoramiento de la calidad del servicio. Para realizar las evaluaciones, la gerencia tiene que implementar un sistema para la recolección de datos de todas las áreas de la organización involucradas en la prestación del servicio y delegar responsabilidades a los participantes sobre la información y al mejoramiento de la calidad del servicio.

#### **4.6.4.2 Recolección y análisis de datos.**

Se obtendrán los datos de la operación del servicio a través de:

- Verificación por el proveedor (incluyendo control de calidad).
- Verificación por el cliente (incluyendo la reacción del cliente, sus quejas, información de retroalimentación requerida).
- Auditorias de calidad.

Una vez analizados estos datos se pueden establecer estrategias para el mejoramiento continuo del servicio, la eficacia y eficiencia del mismo. Los datos deben ser tomados con un propósito definido, recolectados de una manera ordenada y planificada con el fin de evitar acciones que comprometan la calidad del servicio.

La finalidad del análisis de datos es identificar errores sistemáticos, sus causas y que medidas tomar para prevenirlos. En los errores no siempre encontramos una causa obvia y muchas veces se cree de manera incorrecta que estos están en las personas que realizan la actividad, cuando en realidad por lo general se encuentran en imperfecciones de las operaciones cuando son muy complejas o cuando dependen de factores ambientales, condiciones de trabajo, instrucciones no entendidas, falta de entrenamiento o el uso de los recursos inapropiados.

#### **4.6.4.3 Métodos estadísticos.**

Con el fin de facilitar a recolección y aplicación de datos el hotel puede emplear los métodos estadísticos que más se adapten a las mediciones de su prestación del servicio, estos pueden utilizarse para entender de mejor manera los requerimientos de los clientes, para verificar que el proceso se lo está realizando de la manera adecuada, medir la capacidad de los empleados, entre otras.

#### **4.6.4.4 Mejoramiento de la calidad del servicio.**

Es necesario que se implante dentro del hotel un programa que promueva y logre el mejoramiento continuo de la calidad, la efectividad y eficiencia de la prestación del servicio, incluyendo un esfuerzo para identificar:

- Características que mejoradas representan beneficio tanto para el huésped como para el hotel.
- Cambios en la demanda del mercado hotelero que pueden alterar la calidad del servicio del hotel.
- Desviaciones de la calidad del servicio especificada, por falta de efectividad en los controles o insuficiencias en el sistema de calidad.
- Oportunidades de mejoramiento de la calidad disminuyendo costos (previo a análisis y estudios puntuales y enfocados).

El mejoramiento continuo de la calidad debe darse en acciones a corto y largo plazo, tales como:

- Identificar datos útiles y objetivos para la recolección.
- Analizar los datos, priorizando las actividades que influyen de manera negativa sobre la calidad del servicio.
- Retroalimentar de los resultados del análisis a la gerencia operativa, con recomendaciones para el mejoramiento inmediato del servicio.
- Informe constante de la gerencia, para revisar las recomendaciones para el mejoramiento de la calidad a largo plazo.

Cada uno de los miembros que integran las distintas etapas del proceso de la prestación del servicio están en la capacidad de proponer acciones que produzcan mejoramiento continuo y baja de costos. La gerencia debe motivar a los empleados para que estos formen parte activa con ideas y acciones de la mejora continua de la calidad.

## **CAPÍTULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

A continuación, se interpretan los resultados estadísticos, con la ayuda de datos obtenidos en las encuestas, las conclusiones y recomendaciones finales, del presente estudio, ayudaran a cumplir con el objetivo principal, identificar la calidad de servicios que brindan los hoteles de la ciudad de Latacunga, en la provincia de Cotopaxi.

## **PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOTELES EN LATACUNGA**

- En cuanto al tipo de hotel que prefieren los huéspedes, se encuentran ubicados los Hoteles de la zona urbana de la ciudad de Latacunga, con un 100%, que se demuestra en la tabla 4, de la pregunta 1.
- En lo que se refiere a la percepción que tiene el huésped acerca de la calidad en el servicio que brindan los hoteles de la zona, las respuestas muestran que, en general, los huéspedes consideran el servicio brindado como muy bueno, con un porcentaje de 52,95 seleccionando 10 en la calificación sobre la calidad de servicios, esto se demuestra en la tabla número 10, de la pregunta 7. Lo que se considera que los hoteles de la zona deberán continuar capacitándose para brindar un buen servicio a los huéspedes, porque, como se observó en la tabla, la calidad en el servicio representa una parte importante en la satisfacción y retorno de los clientes. No obstante, algunos huéspedes consideraron que el servicio es regular solo una pequeña proporción de los entrevistados el 5,88% de la muestra poblacional. Siendo necesario que los hoteles de Latacunga, deban esforzarse en reducir el número de clientes que no reciben un servicio de calidad. Esto se puede lograr mediante la propuesta que plantea el presente estudio, Manual de Calidad, que permita la capacitación a los empleados y de ser necesario, la contratación de personal, para cumplir con las expectativas y necesidades del huésped.
- La percepción de las tarifas de las habitaciones en los hoteles de Latacunga, ninguno de los encuestados la considera alta, por lo que no se debería tomar el riesgo en elevar las tarifas de las habitaciones, demostrando los resultados en la tabla 8 de la pregunta 5.
- Por otra parte, las quejas que tienen los huéspedes con relación a las molestias que padecen en su estadía en los hoteles de Latacunga, que se deben considerar como prioridad para brindar un excelente servicio de calidad, el 17,65 % se quejó del aseo de las habitaciones, él 35,29 lo hizo por el ruido, él 11,76 lo hizo por el frío, por lo que se recomienda tomar las debidas correcciones en esos pequeños detalles

que podrían generar el éxito o fracaso de la empresa ya que a ello depende que retornen los clientes. las quejas, se demuestran en la tabla 12 de la pregunta 9.

- Por último, la percepción que tienen los huéspedes de los hoteles de la ciudad de Latacunga, acerca de sus instalaciones es en general las consideran excelentes o adecuadas. Esto indica que los Hoteles, deben continuar realizando el mantenimiento adecuado a sus instalaciones para que la percepción del huésped siga siendo buena. Estos datos se demuestran e la tabla 19, de la pregunta 16.

Mediante el análisis de la información obtenida se puede determinar los resultados de este estudio, que como conclusión demostró, que las adecuaciones son el atributo más relevante que el huésped considera cuando toma la decisión de hospedarse en un hotel, por lo que es prioridad causar una buena impresión física del hotel. El segundo elemento en considera, es el precio de las habitaciones. El tercer elemento que considera el viajero, es la ubicación del hotel, luego la calidad en el servicio que brinda y por último, los alimentos ofrecidos por el servicio de restaurant. Otros servicios complementarios buscados por los huéspedes, son: el ambiente, la limpieza de las instalaciones, la atención personalizada y la disponibilidad de alberca y de servicios de comunicación por Internet.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Ballesteros, E. R., & Carrion, D. S. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad Social*. Quito: Abya-Yala.
- Barrera, A., Gallegos, F., & Rodriguez, L. (1999). *Ecuador: un modelo para desarmar*. Ecuador: Abya-Yala.
- Bello, L. (2007). *Codigo de la Administracion Gallega*. Madrid: Netbiblo, S.L.
- Bigne, E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de Destinos turisticos*. Madrid: Arnomi, S.L.
- Bunge, M. (2004). *La Investigacion Cientifica*. Mexico, D.F.: Siglo XXI Editores S.A.
- Cegarra, J. (2012). *Los Metodos de Investigacion*. Barcelona: Dias de Santos.
- Cozumel, & Roo, Q. (2005). *Teoria y praxis*. Mexico, D.F.: Universidad de quintana.

- Imaculada, G., Medrano, C., & Posa, A. (2008). *Calidad en actividades I+D+i*. Madrid: Rc Libros.
- Jesus, M., & Gonzalez, M. (2010). *Gestion de RSC*. Valencia: Netbiblo, S.L.
- Martin, F. A. (2011). *La Encuesta: una perspectiva general metodologica*. Madrid : Caslon, S.L.
- Ordoñez, M., & Marco, F. (2005). *Políticas de empleo en la planificación turística local de Ecuador: Herramientas para su formulación*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Perez, G. (2008). *Del Besubio al Cotopaxi*. QUITO: Abya- Yala.
- Plaza, I., Medrano, C., & Posa, A. (2010). *Calidad de actividades de I+D+i Aplicación en el sector TIC*. Madrid: RC Libros.
- Puig, J., & Fresco, D. (2006). *Certificación y Modelos de Calidad en hotelería y restauración*. Madrid: Ediciones de Santos.
- Rada, V. D. (2009). *Análisis de datos de Encuesta*. Valencia: Carrera edicio, S.L.
- Robert, & Kunstaetter, D. (2002). *Rekking in ECUADOR*. Estados Unidos de America: THE MOUNTAINEERS BOOKS.
- Ronco, S. G. (1994). *La Funcion Hotelera de Madrid*. España: Urpe, S.A.
- Valdes, L., Agustin, & Vega, R. (1999). *Turismo y promoción de destinos turísticos*. Bilbao: Mercantil Asturias, S.A.

## LINKOGRAFIA

- Ecuador, F. H. (05 de 02 de 2004). *Hoteles Ecuador*. Recuperado el 05 de 05 de 2015, de [ahotec@interactive.net.ec](mailto:ahotec@interactive.net.ec)



**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE  
EXTENSIÓN LATACUNGA**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL MENCIÓN PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la Abogada Sonia Pamela Escobar Arellano, bajo mi supervisión.

---

**ING. XAVIER FABARA  
DIRECTOR DEL PROYECTO**

---

**ING. JULIO TAPIA  
COORDINADOR DE LA MAESTRÍA DE PYMES**

---

**DR. RODRIGO VACA  
SECRETARIO ACADÉMICO**