



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: CALIDAD TURÍSTICA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE
LA HOSTERÍA CHORLAVÍ**

AUTORAS:

BORJA BORJA CAROLINA ESTEFANÍA

DELGADO FLORES SARA KATHERINE

DIRECTORA: MSc. SUÁREZ VELASCO JENNY ELIZABETH

SANGOLQUÍ

2017

CERTIFICADO DEL TUTOR



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "CALIDAD TURÍSTICA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA HOSTERÍA CHORLAVÍ" realizado por las señoritas Borja Borja Carolina Estefanía y Delgado Flores Sara Katherine, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las señoritas Borja Borja Carolina Estefanía y Delgado Flores Sara Katherine para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 19 de enero del 2017

MSc. Jenny Suárez
DIRECTORA

AUTORÍA



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **DELGADO FLORES SARA KATHERINE**, con cédula de identidad N° 172194532-5 y **BORJA BORJA CAROLINA ESTEFANÍA** con cédula de identidad N° 172250421-2 declaramos que este trabajo de titulación "CALIDAD TURÍSTICA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA HOSTERÍA CHORLAVÍ" ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolqui, 19 de enero del 2017

Delgado Flores Sara Katherine
C.C. 172194532-5

Borja Borja Carolina Estefanía
C.C. 172250421-2

AUTORIZACIÓN



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **DELGADO FLORES SARA KATHERINE** y **BORJA BORJA CAROLINA ESTEFANÍA** autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación "**CALIDAD TURÍSTICA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA HOSTERÍA CHORLAVÍ**" cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 19 de enero del 2017



Delgado Flores Sara Katherine
C.C. 172194532-5



Borja Borja Carolina Estefanía
C.C. 172250421-2

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico primeramente a Dios, quien me ha dado la vida, la inteligencia y ayudado a enfrentar con valor todas las adversidades y seguir mi camino de manera adecuada y sin hacer daño a nadie.

A mi abuelita Rosita quien en vida fue una persona muy amorosa y ejemplar; y aunque no se encuentre ahora físicamente, su presencia vive en mi corazón y sus enseñanzas perduraron para que pueda ser una persona de bien. Sé que desde el cielo ella siempre va a estar orgullosa de mí.

A mi madre y mi hermano que han sido mi apoyo incondicional y que con su amor me han enseñado, que una familia unida todo lo puede.

A Ramiro, que a pesar de mi carácter siempre ha velado por mi bienestar y seguridad.

A mi novio Jordán que con su apoyo incondicional ha sabido impulsarme para conseguir mis metas sin dejarme desmayar.

A toda mi familia tíos, tías, primos y primas que siempre me han apoyado e impulsado a salir adelante.

Carolina Borja

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, quien me ha enseñado a valorar cada momento y triunfo que he logrado a lo largo de mi vida.

A mis padres, que siempre me han apoyado en todos las metas que me he trazado, y han sido un pilar fundamental a lo largo de toda mi vida. Demostrándome que no existen obstáculos, sino pruebas que la vida nos pone para ser más fuertes y mejores cada día.

A mis hermanas Erika y Natasha y mi primo Brandon, quienes me han apoyado en cada momento, dándome ánimo cuando más lo necesitaba.

A mi abuelita Laura, quien fue la primera en apoyarme en este camino y a pesar que ya no se encuentre a mi lado físicamente siempre la tendré en mi corazón.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

A mis amigos, que siempre me han sacado una sonrisa hasta en los peores momentos, regañándome e impulsándome para cumplir mis metas.

A mi enamorado Fabricio, que me ha apoyado en estos momentos dándome fuerzas para no rendirme y afrontar cada momento con las mejores ganas, enseñándome que esto solo es el principio de muchas metas más por cumplir.

Sara Delgado

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los miembros de mi familia que han velado por mi bienestar y fueron de gran apoyo en mi carrera universitaria y en mi diario vivir.

A mí querida madre Dolores que tanto en lo económico y emocional ha estado presente y me ha ayudado a cumplir mis sueños. A mi pequeño sobrino Damián por alegrar mis días con el simple hecho de escuchar su dulce voz y por ser mi inspiración.

A mi novio Jordán y su familia que gracias a sus buenos consejos y enseñanzas he logrado ser mejor persona.

A mis dos pequeñas mascotas cosa y coso que fueron mi compañía en noches de desvelo.

A mi compañera de tesis Sarita que terminó siendo mi amiga por la paciencia y la perseverancia para alcanzar nuestra meta.

A mis queridos maestros que desde el comienzo de mi carrera universitaria supieron forjar y destacar mis cualidades dentro del estudio como la responsabilidad y honestidad, al igual que de ellos recibí varios conocimientos que pude aplicar en el desarrollo de la presente investigación.

Un sincero agradecimiento a la Hacienda Chorlaví que tuvo la amabilidad de abrirnos sus puertas y brindarnos todas las facilidades para obtener la información que requeríamos.

Para finalizar quisiera dar las gracias a mis tutoras de tesis la MSc. Jenny Suarez y MSc. María Fernanda Moreno, dos mujeres llenas de virtudes que supieron darnos su tiempo y dedicación para guiarnos de manera adecuada y así alcanzar nuestro tan anhelado objetivo ser grandes profesionales y más que todo excelentes seres humanos.

Carolina Borja

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta este momento con salud y junto a las personas que más quiero. Y a la Virgen del Quinche, quien ha sido mi protectora durante toda mi vida.

A mis padres, quienes me han apoyado económica y emocionalmente durante todo este proceso educativo y que gracias a ellos he logrado cumplir una parte de mis metas.

A mis abuelitos, quienes siempre me han enseñado que para lograr una meta uno tiene que poner empeño en todo lo que se propone y así poder cumplir los mayores sueños.

A mi amiga Carolina, quien desde el inicio puso gran empeño para cumplir esta meta y que a pesar de todas las dificultades que se nos presentaron en este trayecto, estamos aquí cumpliendo y dando un paso más.

A la MSc. Jenny Suárez y a la MSc. María Fernanda Morena, quienes nos supieron dar todo su tiempo y conocimientos para que nosotras aprendamos más y con esto poder plasmar este fin.

A la Hostería Chorlaví que sin su apoyo incondicional y todas las facilidades que nos brindaron no hubiésemos podido realizar el presente trabajo.

A todos mis ingenieros, quienes me han enseñado no solo cosas profesionales sino también lecciones de vida.

A toda mi familia por apoyarme en cada momento y cada decisión.

Sara Delgado

ÍNDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
Introducción.....	xviii
Importancia del problema.....	xviii
Objetivos.....	xix
Objetivo general.....	xix
Objetivos específicos.....	xix
Relación entre objetivos con el diseño de investigación.....	xix
Implicaciones teóricas y prácticas del estudio.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO TEORICO.....	1
1.1. Teorías de soporte.....	1
1.1.1. Sostenibilidad / Desarrollo Sostenible.....	1
1.1.2. Calidad.....	4
1.1.3. Calidad Hotelera.....	5
1.1.4. Turismo.....	6
1.2. Marco referencial.....	8
1.3. Marco conceptual.....	20
1.3.1. Ambiente.....	20
1.3.2. Calidad.....	20
1.3.3. Calidad del servicio.....	21
1.3.4. Hostería.....	21
1.3.5. Impactos ambientales.....	22
1.3.6. Inversión.....	22
1.3.7. Seguridad.....	22

1.3.8. Sociedad.....	23
1.3.9. Sostenibilidad:.....	23
1.3.10. Turismo	23
CAPÍTULO II.....	25
2. MARCO METODOLÓGICO	25
2.1. Enfoque de investigación - Mixto	25
2.2. Tipología de investigación	25
2.2.1. Por su finalidad - Aplicada.....	25
2.2.2. Por las fuentes de información - Mixto	25
2.2.3. Por las unidades de análisis - Mixto	26
2.2.4. Por el control de las variables - No experimental	26
2.2.5. Por el alcance - Explicativo.....	26
2.2.6. Idea a defender	27
2.3. Procedimiento de recolección y análisis de datos	27
2.4. Instrumentos de recolección de información	30
CAPÍTULO III	35
3. RESULTADOS	35
3.1. Análisis de las encuestas	35
3.2. Análisis de la observación.....	48
3.3. Análisis de las entrevistas	49
3.4. Estudio de la oferta.	52
3.5. Estudio de la demanda.	58
3.6. Análisis de precios.....	59
3.7. Canales de distribución.....	60
3.8. Hotelería.....	61
3.8.1. Historia de la Hacienda Chorlaví	61
3.8.2. Filosofía empresarial de la hacienda	62
3.8.3. Estructura Organizacional.....	63
3.8.4. Constitución legal.....	64
3.8.5. Análisis FODA	65
3.8.6. Infraestructura hotelera.....	70
3.8.7. Procesos	72
3.8.8. Seguridad	80
3.8.9. Políticas de la empresa.....	83
3.9. Turismo	85
3.9.1. Calidad del servicio	85

3.9.2. Información al turista.....	87
3.10. Ambiente	87
3.10.1. Programa de Buenas Prácticas.....	87
3.10.2. Proyectos futuros	94
3.11. Sociedad	94
3.11.1. Relaciones comunitarias y bienestar social.	94
3.11.2. Capacitación al personal.....	95
CAPÍTULO IV	97
4. DISCUSIÓN.....	97
4.1. Diseño de la guía de información para las hosterías	97
4.2. Restricciones presentadas en la realización del proyecto de investigación	107
4.3. Propuesta de nuevos proyectos de investigación.....	108
4.4. Conclusiones	109
4.5. Recomendaciones	111
REFERENCIAS	113
ANEXOS.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género.....	35
Tabla 2 Edad	35
Tabla 3 Nacionalidad	36
Tabla 4 Lugar de residencia	37
Tabla 5 Motivo de viaje	37
Tabla 6 Días de pernoctación	38
Tabla 7 Destino	38
Tabla 8 Hosterías	39
Tabla 9 Compañía.....	40
Tabla 10 Número de acompañantes	41
Tabla 11 Calidad en infraestructura y servicios.....	41
Tabla 12 Prácticas ambientales	42
Tabla 13 Servicios	43
Tabla 14 Información	43
Tabla 15 Nivel de satisfacción del restaurante.....	44
Tabla 16 Nivel de satisfacción de alojamiento	45
Tabla 17 Nivel de satisfacción de recreación	45
Tabla 18 Nivel de satisfacción atención al cliente.....	46
Tabla 19 Certificado de calidad	47
Tabla 20 Indicadores de calidad.....	47
Tabla 21 Datos de entrevistados.....	49
Tabla 22 Precios de la hostería.....	59
Tabla 23 Número de personal de la hostería	64
Tabla 24 Matriz FODA.....	65
Tabla 25 Matriz MEFE	66
Tabla 26 Matriz MEFI	67
Tabla 27 Matriz de estrategias cruzadas	68
Tabla 28 Tipos de habitaciones	71
Tabla 29 Identificación de posibles factores riesgos y accidentes más probables	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Observación Área de cocina	28
Figura 2 Observación Área de habitaciones	28
Figura 3: Formato de Observación	31
Figura 4: Formato de encuesta	32
Figura 5: Formato entrevista Administradora	33
Figura 6: Formato entrevista empleado.....	33
Figura 7: Formato entrevista Agencia de Viajes	34
Figura 8: Género.....	35
Figura 9: Edad	36
Figura 10: Nacionalidad	36
Figura 11: Lugar de residencia	37
Figura 12: Motivo de viaje.....	37
Figura 13: Días de pernoctación.....	38
Figura 14: Destino.....	39
Figura 15: Hosterías	39
Figura 16: Compañía	40
Figura 17: Número de acompañantes	41
Figura 18: Calidad en infraestructura y servicios	42
Figura 19: Prácticas ambientales	42
Figura 20: Servicios	43
Figura 21: Información	44
Figura 22: Nivel de satisfacción del restaurante.....	44
Figura 23: Nivel de satisfacción alojamiento	45
Figura 24: Nivel de satisfacción de recreación.....	46
Figura 25: Nivel de satisfacción atención al cliente	46
Figura 26: Certificado de calidad.....	47
Figura 27: Indicadores de calidad	48
Figura 28: Entrevista Sra. Verónica Vaca	50
Figura 29: Entrevista Sr. Freddy Galeno.....	51
Figura 30: Restaurante interno y pasillo	53
Figura 31: Restaurante patio.....	53

Figura 32: Guía de Información.....	54
Figura 33: Limpieza de habitación.....	55
Figura 34: Área de niños-pista	55
Figura 35: Ingreso a La Gallera	56
Figura 36: Área de hamacas	56
Figura 37: Fútbol de mesa	56
Figura 38: Sala del Toro	57
Figura 39: SPA y Gimnasio	58
Figura 40: Sauna y Piscina	58
Figura 41: Capilla	58
Figura 42: Ingreso a la Hostería.....	62
Figura 43: Organigrama funcional de la hostería	63
Figura 44: Horno y techo antiguo	70
Figura 45: Casa antigua.....	70
Figura 46: Mapa Hacienda Chorlaví	71
Figura 47: Proceso general de la hostería	72
Figura 48: Servicio de la mañana	76
Figura 49: Mecanismo de monitoreo de satisfacción del cliente	85
Figura 50: Buscador de hoteles VENERE.com.....	86
Figura 51: Certificado de excelencia TripAdvisor.....	86
Figura 52: Distintivo Q	86
Figura 53: Recepción	87
Figura 54: Utilización de amenities con productos eco-amigables.....	88
Figura 55: Huerto utilizado por la cocina de la hacienda	90
Figura 56: Reutilización de botellas de cristal para el agua en las habitaciones	91
Figura 57: Contenedores para reciclaje-garaje	92
Figura 58: Contenedores para reciclaje-SPA	92
Figura 59: Focos ahorradores en habitaciones	93
Figura 60: Chimenea artificial	93
Figura 61: Artículos en venta de las comunidades	95
Figura 62: Portada de la guía de información	98
Figura 63: Concepto de sostenibilidad en la guía	99

Figura 64: Actividades sostenibles en recepción y oficina.....	100
Figura 65: Actividades sostenibles en limpieza y lavandería	100
Figura 66: Actividades de sostenibilidad en cocina, bar y comedor	100
Figura 67: Actividades sostenibles en áreas públicas y jardines.....	101
Figura 68: Buenas prácticas ambientales (energía y agua)	101
Figura 69: Buenas Prácticas Ambientales (residuos y emisión de gases)	102
Figura 70: Especificación RainForest	102
Figura 71: Especificación Calidad Q.....	103
Figura 72: Requisitos para la certificación local denominada DistintivoQ	104
Figura 73: Requisitos para la certificación internacional RainForest Alliance	105
Figura 74: Contraportada de la guía	106

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo analizar la calidad turística de los servicios diferenciados que se ofrecen al trabajar bajo el enfoque de sostenibilidad en la Hostería Chorlaví mediante la elaboración de una guía informativa de sostenibilidad. Dicho objetivo se ha llevado a cabo mediante el planteamiento de varios capítulos que contienen los siguientes elementos: introducción, en el cual se menciona el problema que existe en la Hostería Chorlaví; marco teórico, base fundamental para la realización del estudio; marco metodológico, consta de todos los métodos que se utilizaron para poder realizar el estudio, los instrumentos de recolección de información siendo estos: encuesta, observación y entrevistas. Después de aplicar y analizar todos los datos se pasó a la interpretación de los resultados, mediante las encuestas se puede conocer los gustos y preferencias que tienen los turistas en la actualidad y su nivel de satisfacción al hospedarse en este establecimiento hotelero, a través de las entrevistas se puede conocer cómo se encuentra organizado internamente el establecimiento y el reconocimiento que tiene frente a los Operadores Turísticos y mediante la observación se conoce como se llevan las actividades operativas de la hostería. Del análisis de la hostería se puede determinar varios puntos importantes como son: oferta, servicios y actividades que ofrece la hostería; demanda; extranjeros que visitan el lugar; publicidad; hotelería; turismo; ambiente y sociedad. Con los datos obtenidos se diseña una guía de información sobre sostenibilidad aplicada en las hosterías y como referente para poder acceder a alguna certificación ambiental.

PALABRAS CLAVE:

- **HOSTERÍA**
- **CALIDAD**
- **SOSTENIBILIDAD**
- **AMBIENTE**

ABSTRACT

The present work had as an objective to analyze the tourist quality of the differentiated services that are offered when working under the sustainability approach in “Hostería Chorlaví” (Chorlaví Inn) by means of the elaboration of an informative guide of sustainability. This objective has been carried out through the presentation of several chapters that contains the following elements: introduction, which mentions the problem that exists in “Hostería Chorlaví” (Chorlaví Inn). Theoretical framework, fundamental basis for the study; the methodological framework consists of all the methods used to carry out the study, with the following data collection instruments: survey, observation and interviews. After applying and analyzing all the data, it was passed to the interpretation of the results, through the surveys you can know the tastes and preferences that tourists have nowadays, and their level of satisfaction when staying in this hotel establishment, with the interviews is known how the establishment is internally organized and also the recognition that they have with the Tour Operators. Through the observation process is known how they take the operational activities in the inn. From the analysis of the Inn, you can determined several important points such as: offer, services and activities offered by the Inn, also the demand and foreigners visiting the place, advertising, hotel, tourism, environment and society. With the obtained data it is designed an information guide about sustainability applied to the inns and as a reference for access to some environmental certification.

KEYWORDS:

- **INN**
- **QUALITY**
- **SUSTAINABILITY**
- **ENVIRONMENT**

INTRODUCCIÓN

IMPORTANCIA DEL PROBLEMA

Con el pasar del tiempo la actividad turística ha ido evolucionando, y en la actualidad ha sido impulsada por parte del Gobierno, esta es parte fundamental del desarrollo económico del país, por ello es importante incentivar el preciso y adecuado manejo de los establecimientos sean hoteleros, restaurantes o recreacionales que se relacionen con la misma.

Debido al cambio en los gustos y preferencias de los turistas tanto nacionales como extranjeros, el sector hotelero ha tenido que acoplarse, en la actualidad lo que más se demanda es una experiencia en un entorno natural, y calidad en varios aspectos como son: servicio, infraestructura, seguridad, y administración. Para satisfacer las necesidades, los establecimientos hoteleros se encuentran en constante innovación y tienen sus servicios siempre a la vanguardia para competir en el mercado. De igual manera es importante el cuidado del ambiente debido a que la preservación de espacios naturales permitirá que las futuras generaciones puedan utilizarlos al igual que se lo hace en la actualidad.

La Hacienda Chorlaví posee varias cualidades, entre ellas y la más destacada es su manejo de calidad. Es un establecimiento ordenado y administrado de manera adecuada por parte de los propietarios, además maneja certificaciones de calidad como Calidad Q y reconocimientos internacionales como: TripAdvisor. En el tema de sostenibilidad la hostería ha realizado cambios importantes pero no los suficientes. Por tal motivo es importante diseñar una guía de información que sirva como referencia para otras hosterías y principalmente para la Hostería Chorlaví, mostrando todos los aspectos importantes que deben realizarse en cuanto a la sostenibilidad.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la calidad turística de los servicios diferenciados que se ofrecen al trabajar bajo el enfoque de sostenibilidad en la Hostería Chorlaví mediante la elaboración de una guía informativa de sostenibilidad.

Objetivos específicos

- Analizar las diferentes teorías de autores, experiencias y enfoques sobre calidad turística y sostenibilidad para fundamentar con bases teóricas la investigación.
- Diagnosticar a través de la caracterización de la práctica de actividades de sostenibilidad y calidad en la Hostería Chorlaví, con el fin de identificar la situación real de las prácticas ambientales.
- Diseñar una guía de información que sirva como referencia para otras hosterías y principalmente para la Hostería Chorlaví, mostrando todos los aspectos importantes que deben realizarse en cuanto a la sostenibilidad.

RELACIÓN ENTRE OBJETIVOS CON EL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Los objetivos fueron tomados como base de la estructura de la investigación para ser tomados como la guía principal del estudio. Al plantear el objetivo general, se especificó la finalidad que tiene la investigación, siendo este el análisis de la calidad turística en la prestación de los servicios diferenciados que se ofrecen al trabajar bajo el enfoque de sostenibilidad en la Hostería Chorlaví mediante la elaboración de una guía informativa de sostenibilidad. Para obtener la información necesaria y pertinente se utilizó diferentes teorías de autores, experiencias y enfoques sobre calidad turística y sostenibilidad para fundamentar con bases teóricas la investigación. Para un correcto análisis de campo fue necesario diagnosticar la caracterización de la hostería Chorlaví en los aspectos a la calidad y sostenibilidad. Al culminar la recolección y análisis de

toda la información se diseñó una guía de información que sirva como referencia para otras hosterías y principalmente para la Hostería Chorlaví, mostrando todos los aspectos importantes que deben realizarse en cuanto a la sostenibilidad.

IMPLICACIONES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS DEL ESTUDIO

En el presente trabajo de investigación se habla sobre cuatro principales teorías las cuales son: desarrollo sostenible, turismo, calidad y calidad hotelera. Mediante las cuales se toman como base para poder partir con la investigación. La sostenibilidad se enfoca en satisfacer las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. La sostenibilidad engloba tres factores importantes que son: la sociedad, el medio ambiente y la economía. Por medio de estas se pudo realizar bosquejos de que se va a analizar, conociendo así todas las características más importantes que se deben tomar en cuenta para poder realizar un estudio ambiental.

Por otro lado la calidad en la actualidad es uno de los principales puntos que toma la gente para poder visitar un lugar. En este ámbito también fue importante conocer lo que realmente significa esta palabra para poder analizar si la hostería cumple o no con la misma. Muchas veces las personas tienden a confundir a la calidad con una buena presentación de un producto, y por tal motivo al aclarar los conocimientos se puede diferenciar estos dos.

En un producto y servicio la calidad se mide de diferentes formas. En un servicio la calidad no puede ser palpada, por eso en un establecimiento hotelero se necesita conocer mediante que directrices se puede medir que se cumpla una calidad efectiva. Partiendo principalmente con un buen servicio para la satisfacción del cliente. El turismo ha dado a conocer muchas definiciones a lo largo del tiempo, en la actualidad las personas han cambiado sus gustos y preferencias por lugares a visitar, servicios por adquirir y actividades por realizar, por tal motivo conocer las tendencias actuales ayudó a conocer si la hostería cumple con las actividades para satisfacer las necesidades de los turistas actuales.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEORICO

1.1. TEORÍAS DE SOPORTE

1.1.1. Sostenibilidad / Desarrollo Sostenible

El desarrollo sostenible es el paradigma general de la Organización de las Naciones Unidas (UNESCO). El concepto de desarrollo sostenible fue dado por el Informe de la Comisión Brundtland de 1987 como: “el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades”. (UNESCO, 2012, pág. 5)

Para la UNESCO (2012), la sostenibilidad se basa en equilibrar los tres siguientes ámbitos: la sociedad, el medio ambiente y la economía, para tener una mejor calidad de vida en el futuro. Estos siempre van a estar entrelazados, por ejemplo una sociedad depende de un medio ambiente sano que provea una economía viable. La sostenibilidad constituye un cambio importante desde que se dieron nefastas consecuencias sociales y ambientales, que hasta hace poco tiempo eran consideradas como inevitables y aceptables. Pero recién se están comprendiendo los graves daños y amenazas al bienestar de las personas y del medio ambiente como consecuencia de la búsqueda del desarrollo económico.

El desarrollo sostenible es un proceso de cambio continuo en la calidad de vida del ser humano. Ayuda a reconocer el verdadero protagonismo de las personas ayudando a crear un crecimiento económico con equidad social, colabora en que las personas conozcan cómo hacer que las actividades realizadas sustenten en el equilibrio ecológico y den soporte a las formas de vida de acuerdo a los valores de las personas según su espacio. (UNESCO, 2012, pág. 5). Las autoras del estudio infieren que la sostenibilidad es tomada por muchas personas como un simple componente que ayuda al ambiente, pero este depende de varios ámbitos que juntos ayudan a la mejora de la calidad de vida y si uno de estos no se encuentra totalmente relacionado la sostenibilidad no funcionara de una manera total. En la actualidad el mundo está dando

un gran giro, no solo se está implementando la tecnología como un medio de evolución, sino que este también ayuda a la conservación del ambiente y así generar la sostenibilidad.

Según la Organización Mundial del Turismo [(OMT), 1999)], el desarrollo turístico sostenible es el que atiende las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Esto ayuda que se satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

En el año de 1995, mediante la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, se redactaron 18 principios en la Carta del Turismo Sostenible, de los cuales se reproducen a continuación los dos primeros:

1. El desarrollo turístico deberá ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.
2. El turismo tendrá que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano.

(Anónimo, 2012, pág. 2)

Estos principios engloban todo el significado más concreto de la sostenibilidad, se puede decir que sí es verdad que la sostenibilidad al ser considerada como un punto muy importante que todas las personas deben optar por realizarlo, a largo plazo generará un buen futuro tanto para el ser humano como para el ambiente.

Principios del Desarrollo Sostenible

Al igual que los 3 ámbitos de la sostenibilidad, todos los programas para el desarrollo sostenible deben considerar una dimensión subyacente de la cultura. Puesto a que el desarrollo sostenible se adecúa a los contextos locales de estos tres ámbitos, adoptará formas muy variadas en todo el mundo. Los ideales y principios que constituyen la sostenibilidad incluyen conceptos amplios tales como equidad entre las generaciones, equidad de género, paz, tolerancia, reducción de la pobreza,

preservación y restauración del medio ambiente, conservación de los recursos naturales y justicia social. La Declaración de Río contiene 27 principios entre los que se incluyen los siguientes:

- Los seres humanos tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
- El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades ambientales y de desarrollo de las generaciones actuales y futuras.
- Erradicar la pobreza y reducir las disparidades en los niveles de vida en los distintos pueblos del mundo es indispensable para el desarrollo sostenible.
- La protección del medio ambiente constituye parte integrante del proceso de desarrollo y no puede considerarse en forma aislada.
- Las medidas internacionales que se adopten con respecto al medio ambiente y el desarrollo deben considerar también los intereses y necesidades de todos los países.
- Para alcanzar el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberán reducir y eliminar las modalidades de producción y consumo insostenibles y fomentar políticas demográficas apropiadas.
- Las mujeres desempeñan un papel fundamental en la gestión ambiental y el desarrollo. Por lo tanto, es imprescindible contar con su plena participación para lograr el desarrollo sostenible.
- La guerra es intrínsecamente destructiva para el desarrollo sostenible. La paz, el desarrollo y la protección del medio ambiente son interdependientes e inseparables.

(Anónimo, 2012, pág. 4 y 5)

Estos principios pueden guiar las acciones de los gobiernos, las comunidades y las organizaciones para definir los objetivos de sostenibilidad y crear programas para ayudar a lograr estos objetivos. Como se plantea anteriormente, la sostenibilidad no debe buscarse en un lugar estático y solo por el bien de una comunidad, ya que si los demás no lo practican, este no dará ningún resultado positivo, por tal motivo la

sostenibilidad debe buscarse a nivel total en todo el mundo. La sostenibilidad siempre va a estar de la mano del medio ambiente, porque si el segundo se altera o modifica, no tendrá buenos resultados y la humanidad nunca conseguirá un desarrollo sostenible.

1.1.2. Calidad

Según Ishikawa (s.f.): “Trabajar en calidad consiste en diseñar, producir y servir un bien o servicios que sea útil, lo más económico posible y siempre satisfactorio para el usuario”.

El interés de la sociedad por la calidad es tan antiguo como el origen de las sociedades humanas, por lo que tanto el concepto como las formas de gestionar la calidad han ido evolucionando progresivamente. Esta evolución está basada en la forma de conseguir la mejor calidad de los productos y servicios y, en ella, pueden ser identificados cuatro campos, cada uno de los cuales integra al anterior de una forma armónica. Los campos son los siguientes:

1. Consecución de la calidad mediante la Inspección de la Calidad.
2. Consecución de la calidad mediante el Control de la Calidad.
3. Consecución de la calidad mediante el Aseguramiento de la Calidad.
4. Consecución de la calidad mediante la Gestión de la Calidad Total

(Anónimo, s.f., pág. 4)

Se puede acotar que la calidad nace de las necesidades del cliente, esto se da desde el inicio del ser humano, siempre se busca conseguir un producto o servicio que agrade. Y las personas que lo distribuyen buscan hacer el bien o servicio de la mejor calidad.

Inspección de la calidad: inicia con algunos autores en 1910 en la organización de Ford, la cual utilizaba equipos de inspectores para comprobar los productos de su cadena de producción con los estándares establecidos en el proyecto. Esta metodología se amplió posteriormente, no solo para el producto final, sino para todo el proceso de producción y entrega. El propósito de la inspección era encontrar los productos de baja calidad y separarlos de los de calidad aceptable, antes de su colocación en el mercado. (Anónimo, s.f., pág. 4)

Control de la calidad: muchos aspectos han sido tomados en cuenta para que la calidad fuera controlada mediante el desarrollo de métodos de supervisión como: establecimiento de especificaciones escritas, desarrollo de estándares y métodos de medición apropiados que no precisaran del 100 x 100 de los productos. Ayudando estos a un mayor control de la estandarización del producto fabricado. (Anónimo, s.f., pág. 4 y 5)

Aseguramiento de la Calidad: puede ser conocido como el control de garantía, donde a partir de los años 60 en EEUU se tenía la necesidad de asegurar que los productos que se encontraban en el mercado cumplieran altos estándares de seguridad conforme con el uso que el cliente le iba a dar a ese producto. Esta garantía podía ser generada en el lugar de fabricación mediante un sistema de calidad, para así poder satisfacer la necesidad del cliente. (Anónimo, s.f., pág. 6)

Gestión de la Calidad Total: este se compone de 3 principios que son: enfoque sobre los clientes, participación y trabajo en equipo, y la mejora continua como estrategia general. Los cuales deben estar muy bien comprendidos y deben ser implementados en cada uno de los niveles y actividades dentro de una organización. (Anónimo, s.f., pág. 7)

1.1.3. Calidad Hotelera

En lo que hace referencia a la calidad en los servicios y la percepción que tienen los clientes frente a la misma, se puede hablar de valores, necesidades y expectativas de los consumidores que se reconocen, por ejemplo, cuando varias personas son sometidas a los mismos estímulos de servicio pero con respuestas diferentes (Carvajal y Zapata, 2012). Así, la percepción podría entenderse mejor desde los elementos que la componen: el estímulo, los receptores sensoriales y finalmente, la sensación (Schiffman y Kanuk, 2005).

Santos (2011) afirma que la calidad en los servicios hoteleros: “actualmente, la calidad, la productividad y la efectividad del servicio generado no se vuelven opcionales, sino incondicionales, en particular cuando la administración de la demanda con que cuenta este tipo de organizaciones tiene un alto componente de incertidumbre.

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

Para Suraman y otros (1991) distinguen en las dimensiones en la calidad del servicio las siguientes:

- *Elementos tangibles:* equipamiento de aspecto moderno, instalaciones agradables, apariencia personal y elementos tangibles atractivos.
- *Fiabilidad:* cumplimiento de las promesas, interés en la resolución de problemas, realización del servicio a la primera conclusión en el plazo prometido y ausencia de errores.
- *Capacidad de respuesta:* personal comunicativo, personal rápido, personal colaborador y personal informado.
- *Seguridad:* personal que transmite confianza, clientes seguros con su proveedor, personal amable y personal bien formado.
- *Empatía:* atención individualizada al cliente, horario conveniente, atención personalizada de los colaboradores, preocupación por los intereses del cliente y comprensión de las necesidades del cliente.

1.1.4. Turismo

A lo largo de los años se han dado múltiples definiciones de Turismo que incluso pueden ser recogidas desde la perspectiva de diferentes disciplinas como las ciencias sociales, económicas o geográficas. Sin embargo, para salir de toda esta ambigüedad, es necesario definir al turismo en una forma descriptiva.

Según Burkart y Medlik (1981), definen el turismo como los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos. Por otro lado Mathieson y Wall (1982): el turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.

Según la Organización Mundial del Turismo (1994.): el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

Beneficios que se derivan del turismo sostenible

El turismo sostenible se enfoca en mostrar a las personas que se puede conocer un lugar sin la necesidad de alterar el mismo. A continuación se muestra los beneficios más importantes que genera el turismo sostenible:

1. Integración total de las comunidades locales en las actividades turísticas
2. Garantiza una distribución justa tanto de los costos como de los beneficios
3. Genera empleo local, tanto directo como indirecto
4. Genera divisas al Estado e inyecta capitales a la economía local
5. Estimula la mejoría de las infraestructuras de servicio al turismo
6. Promueve la restauración, conservación y uso de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo y nacional
7. Destina parte de los beneficios para la construcción de obras de interés comunitario como escuelas, centros médicos, instalaciones deportivas, centros culturales, entre otros.
8. Promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales
9. Logra un desarrollo equilibrado con el medio ambiente, a través de los estudios de impactos ambientales y el monitoreo ambiental
10. Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales
11. Vigila, evalúa y gestiona los impactos que genera, desarrollando modelos de perpetuidad de su propio desarrollo
12. En conclusión, mejora la calidad de vida de las personas y consolida una concientización integral del individuo.

(Anónimo, s.f.)

1.2. MARCO REFERENCIAL

De acuerdo a la Organización Nacional para la Información Turística (1985), la industria del turismo o el negocio del turismo están divididas en dos filas. La fila 1 son aquellas que no existirían en ausencia de turismo, por ejemplo, hoteles, aerolíneas, cruceros, agencias de viajes, y otros; y para las cuales el 100 % de los ingresos provienen directamente del turismo. La fila 2 son aquellas que continuarían existiendo aún en ausencia del turismo, aunque en menor medida, como: taxis, restaurantes, agencias de alquiler de autos, eventos y atracciones, entre otros; y para las cuales entre el 10 % y el 90 % de los ingresos provienen del turismo. Por su parte, el Instituto de Estudios Turísticos (1997) ha clasificado las actividades de diferente forma mencionando a: primarias, secundarias y terciarias. En cuanto a las actividades primarias y secundarias responden al criterio de dependencia mayoritaria o parcial de la actividad turística con respecto al consumo final; al igual las terciarias hacen referencia a actividades dependientes del turismo de forma indirecta a través de servicios intermedios y de bienes con el fin de obtener capital propio proveniente o ligado a las actividades dependientes del turismo. (Porto, 2010, pág. 33 y 34)

El turismo a nivel mundial se ha enfocado en el desarrollo social y económico, es una de las actividades más lucrativas y relevante independiente del país en la que se aplique. Es un hecho que los medios tecnológicos jamás podrán reemplazar las experiencias que un viaje le proporciona a una persona que visita un lugar desconocido, la aventura de una noche al aire libre o el servirse una comida típica de la zona. El principal objetivo de los turistas es viajar y conocer varios lugares, sitios que alguna vez observaron en una revista o anuncio o porque fue recomendado por amistades; ellos también viajan para conocer otras personas, con la intención de conocer e involucrarse con nuevas culturas; para gozar de unas merecidas vacaciones, para conocer más sobre el mundo, para escapar momentáneamente de la vida cotidiana y estresada que llevan, para descansar o disfrutar de un ambiente fuera de lo común. (Barrera & Bahamontes, 2012)

Según el criterio de las autoras criterio la actividad turística proporciona grandes beneficios en varios ámbitos que se deben aprovechar de una manera adecuada

y de igual manera brindando servicios diferenciados y que el turista se sienta a gusto con su visita al lugar de destino por ello también debe existir una planta turística adecuada, nos referimos con esto a la buena administración de los recursos y la repartición de ellos para adecuar todo el lugar como por ejemplo la instalación de los servicios básicos necesarios entre otros.

Es importante conocer que para ingresar al mercado turístico se debe gestionar varias tareas que en la actualidad son múltiples, por ejemplo se pueden destacar las siguientes (Ejarque, J., 2005): Fomentar la marca, crear imagen y desarrollar un marketing para todo el sistema del destino que se va a promocionar; facilitar información a operadores y clientes; coordinar y gestionar el destino turístico y de igual manera establecer una política de formación y desarrollo. Con el objetivo presente de satisfacer al turista a través de la diferenciación de otros destinos turísticos con los que se compite, es un punto esencial del sector turístico en la actualidad, dado la gran oferta que existe y el cambio de tendencias de los turistas. Hoy en día, el turista es quién decide el destino, no el destino el que le escoge. Por lo tanto, es de suma importancia proporcionar un valor añadido a los productos o servicios que el turista disfruta, dando una imagen positiva sobre el destino y potenciar el boca a boca que se realice, así como trabajar en su fidelización. (Fraiz, Alén, & Domínguez, 2011, pág. 7)

Al pasar del tiempo la actividad turística ha ido evolucionando de manera muy precipitada y en la actualidad se habla mucho del tema de calidad en los servicios principalmente en los establecimientos hoteleros.

La calidad es una condición necesaria para alcanzar el éxito en los mercados turísticos, por su capacidad para mantener o incrementar por parte de las empresas su nivel de mercado, la satisfacción de los clientes y empleados, de igual manera, la eficiencia y la calidad de servicio al mejorar sus procesos internos. Es importante mencionar que existen muchas empresas que se encuentran en entornos rurales, y su principal inconveniente es la subjetividad y la consecuente dificultad de medición. Y al iniciar con un sistema de gestión de la calidad, deben también enfrentarse y superar determinadas barreras internas que surgen durante y tras el proceso de implantación de la norma de calidad. Las empresas tienen responsabilidades con la sociedad y en

particular con los clientes, proveedores, empleados, gobierno y comunidades locales. Por lo tanto, en las responsabilidades de un establecimiento hotelero se deben integrar aspectos económicos, sociales y ambientales para su adecuado funcionamiento. Es apropiado que se realice un aporte económico para las personas que se encuentran en el entorno y que esto vaya de la mano al dejar que la empresa siga creciendo y de buenos frutos. (De la Cruz, Alvarez , Vila , & Fraiz , 2013, pág. 14 y 15).

Para poder entrar en el sector del turismo que se encuentra globalizado y como se mencionó anteriormente es muy competitivo se debe innovar, para ello se puede recurrir a la implantación de sistemas de garantía de calidad que se convierte en una potencial fuente de ventaja competitiva para las empresas de este sector que se encuentra en auge.

Como primer aspecto, los sistemas de evaluación turística, hablando sobre hoteles, se enfocaban exclusivamente en detalles sobre las instalaciones físicas (comodidad, limpieza, número de habitaciones, etc) los cuales determinaban un cierto número de estrellas. Luego, se han ido incorporando a los aspectos relacionados con el servicio como: la amabilidad, servicio al cliente, medidas de seguridad. Este sistema sigue siendo, hoy en día la base fundamental para la medición de la calidad de hoteles. Esta información sobre el sistema de evaluación propuesto es importante y es importante reconocer que: ya que no se evalúa únicamente la infraestructura hotelera, sino también el trato que se recibe al pagar por un servicio. (Vasconcelos , Balbastre, & Redondo , 2011` , p. 603)

Todas las empresas por lo general tienen competencia en su mercado y buscan las mejores estrategias para sobresalir en el área de los servicios. Es difícil encontrar un sector en el que no aparezcan los servicios para poder completar un producto ofrecido. Los servicios turísticos y hoteleros dependen netamente de la satisfacción del cliente, y para poder solventarse y tener rentabilidad necesitan desarrollar estrategias efectivas que comprendan las propias características. (Santoma & Costa , 2011, pp. 4-6)

Una caso muy importante y que vale la pena mencionar es de España ya que su estrategia competitiva de mercado seguida tradicionalmente estaba centrada en los

precios, sin embargo, la combinación de factores y cambios dentro del sector turístico la hizo no válida, produciéndose un cambio hacia estrategias enfocadas hacia la calidad que se basan en la diferenciación del producto ofertado. El turismo rural que en los últimos años se convierte en un nuevo producto turístico emergente, impulsado por los cambios en los gustos y necesidades de los clientes actuales, no es ajeno a esta tendencia. En la actualidad la calidad es una condición necesaria para alcanzar el éxito en los mercados turísticos, por su capacidad para mantener o incrementar por parte de las empresas su mercado, la satisfacción de los clientes y de los empleados. La calidad es de suma importancia para las economías actuales del turismo rural, alternativa al turismo masificado, como actividad económica e instrumento para impulsar el desarrollo de regiones donde existe un gran desequilibrio socioeconómico, favoreciendo el asentamiento de la población, así como, el crecimiento de su rentabilidad y contribuir a la conservación de su patrimonio histórico, cultural y ambiental. (De la Cruz, Alvarez , Vila , & Fraiz , 2013, pág. 14)

En el caso de España y su turismo rural se ve necesario implantar normas de calidad ya que esto ayudaría a su entorno y a obtener beneficios económicos y sociales, por ello estamos de acuerdo con su perspectiva de implementar y que sobre todo deben superar las barreras y lo que le dificulta para que se puede seguir desarrollando.

Otro caso que podemos mencionar en cuanto a calidad es en el sector hotelero en Colombia y a nivel mundial presenta una competencia basada en precios-promoción, impulsada por las tecnologías informáticas y de comunicaciones. En el país se ha generado un boom del sector hotelero, lo que ha llevado a la creación y franquicia de nuevas cadenas hoteleras en el país.

Algunos hoteles colombianos han consolidado alianzas estratégicas para ofrecer un mejor servicio y cobertura a nivel nacional. Un ejemplo de esto es Al Hotel, el cual está conformado por trece hoteles afines con presencia en las ciudades más importantes de Colombia como Bogotá, Medellín y Cartagena, entre otras. La idea de esta alianza es ofrecer cobertura a nivel nacional y, de esta manera, ofrecerles a sus clientes soluciones integradas en las ciudades más importantes del país. El sector hotelero en Colombia ha buscado y decidido invertir en calidad y capital humano para

poder cumplir con estándares internacionales, teniendo en cuenta la fuerte entrada de cadenas hoteleras de talla mundial. Las cadenas locales le han apostado a las normas de calidad internacional para satisfacer las necesidades de sus clientes. Se menciona por ejemplo, la Sociedad Hotelera Tequendama tiene los certificados pertinentes a la calidad del servicio, comprendidos por las normas: ISO 9000:2000, 2200:2005, 14001:2004 y las ambientales NTC 5133 NTSH 006:2004.

Esta es una muestra de que este es un sector que corresponde a los estándares internacionales que tienen las firmas que hoy en día entran al territorio colombiano. El entorno globalizado nos permite acceder a una comunicación más fácil y rápida. Desde un punto de vista analítico, esto constituye una oportunidad para un sector que depende totalmente de la actividad turística y del buen desarrollo de conexiones a nivel global. El turismo, como sabemos por definición, depende totalmente de aspectos como: la estabilidad económica y política de la región y del mundo. Además estos aspectos son las tarifas del transporte internacional, en cualquiera de sus modalidades, la economía y las relaciones internacionales. Se menciona que las tarifas de transporte, dadas las condiciones propias de esta actividad, dependen directamente del precio del dólar y del petróleo. (Matiz , Quiroga , Isaza, Malaver, & Rivera, 2011, págs. 12-14)

Este tema lleva de la mano a las buenas prácticas ambientales para no destruir el entorno en el que se puede desarrollar la actividad turística y hotelera. Por ello conoceremos varios conceptos como:

Se definió al Desarrollo Sostenible como: La mejora en la “calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan. Esta estrategia deja en claro que un desarrollo de este tipo requiere profundos cambios culturales, y, con ese objetivo, propone nueve Principios para una “sociedad sostenible” que son: respetar y cuidar la comunidad de los seres vivos, mejorar la calidad de la vida humana, conservar la biodiversidad, reducir al mínimo el agotamiento de los recursos no renovables, mantenerse dentro de la capacidad de carga de la Tierra modificar las actitudes y prácticas personales, facultar a las comunidades para que cuiden su propio ambiente, proporcionar un marco nacional para la integración del desarrollo y la conservación, y forjar una alianza mundial. Es importante ser parte del

cambio activo de los procesos ahora planteados en base a la sostenibilidad y aportar de alguna manera al cambio dentro de nuestro entorno. (Gómez , 2014, pág. 126).

Según las autoras mencionan que el planteamiento de desarrollo sostenible se encuentra netamente establecido y como personas racionales debemos aportar con el cuidado del ambiente para que pueda durar a largo plazo y respetar el entorno en el que nos desarrollamos y vivimos el día a día.

En varios estudios que se han realizado para determinar la realidad de nuestro país se ha mencionado que el desarrollo sustentable es un concepto amplio y multi casual. Significa satisfacer las necesidades actuales permanentemente, sin comprometer la satisfacción de las necesidades futuras de las presentes generaciones y de las que vendrán, es decir, que no agota ni desperdicia los recursos naturales y no lesiona innecesariamente la calidad del ambiente ni la salud e integridad de los seres humanos, donde quiera que estén. Es el proceso hacia el bienestar. Para alcanzar una sociedad sustentable implica encaminar al Ecuador hacia un modelo de desarrollo diferente al que el país ha seguido tradicionalmente. Por ende, esta opción involucra el mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos, el acceso a los servicios básicos (agua potable, alcantarillado, etc.), el aumento de los niveles educativos, la posibilidad de tener empleo, vivienda y trabajo, alcanzar una seguridad alimentaria, la disponibilidad de recursos naturales por parte de la actual y futuras generaciones y fundamentalmente la participación política. (Bermeo , 2010, pág. 10).

Por otra parte una definición clásica de la Organización Mundial de Turismo (OMT) nos dice:

El desarrollo sostenible del turismo es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Este desarrollo se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (OMT, Panorame del turismo, 2015)

Es importante tener en cuenta varias definiciones de sostenibilidad y varios adjetivos con los que se le conoce como: ecológico, verde, e incluso azul (en relación la imagen de planeta azul). El ecológico ha venido siendo dominante y la revista *Ecological Economics* suele ser considerada como el mayor referente de este campo.

De igual manera el término verde está ganando respaldo por parte de instituciones internacionales en la actualidad. Sin embargo, esos términos, además de ser manipulados (como lo son todos los que tienen potencial de transformación), no se prestan bien a defender su sentido transformador. Ya que, el de sostenibilidad (que es un término que tiende a ser dominante en el mundo académico) tiene un sentido último que resulta evidente. En varias ocasiones, la mayoría de las personas utilizamos el término en la vida diaria y normalmente en un sentido negativo: hablamos de situaciones o dinámicas que son insostenibles, insostenibles. Por ello, cualquier diccionario deja muy claro el significado: “A nivel de definición de diccionario, sostenibilidad significa que una determinada actividad o acción es capaz de ser mantenida indefinidamente”. Según Kajikawa (2008) declara que “sostenibilidad significa literalmente la habilidad para sostener, o un estado que puede ser mantenido a un cierto nivel”. El HLPGS (2012) llega a la misma conclusión desde un enfoque negativo: “Por definición, cualquier tendencia que no es sostenible, no puede durar”. (Bermejo, 2011, p. 31)

En la actualidad este término debe estar ligado con las actividades empresariales que se realice no solo en el ámbito industrial sino también en el turismo y en la hotelería

En el sector hotelero en particular, se pueden aplicar buenas prácticas de gestión medioambiental que ayuden a reducir principalmente costes (por ejemplo, a través de medidas de reducción de consumo de agua y energía) que es lo que le interesa a cualquier establecimiento hotelero y a aumentar la innovación de un hotel. Los turistas y los intermediarios turísticos son cada vez más exigentes, lo que fuerza a los hoteleros a adaptarse a sus nuevas tendencias, incluyendo el mayor respeto hacia el ambiente en cuanto a las actividades que se desarrollan.

Como caso de innovación y avance tenemos a Costa Rica que ha optado por obtener certificaciones que se encuentren ligadas a las actividades de sostenibilidad el

turismo en Costa Rica tuvo un primer desarrollo en la década de los 50 con la fundación del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), una entidad de carácter oficial que en ese entonces tenía como objetivo principal “incrementar el turismo en el país. Hasta el final de los años 70, la oferta se limitó a actividades convencionales de ciudad, playa y pesca deportiva, principalmente para el mercado doméstico y de Centroamérica. A mediados de los 80, surgieron innovadoras actividades de naturaleza y aventura, orientadas a un mercado incipiente de ecoturismo en Norteamérica y Europa. (Valenzuela , Majano, Jager, & Kilian , 2013)

Se desarrollaron ecoalbergues en la selva, tures con guías naturalistas especializados y operadores especializados en el ecoturismo (Bien, 2002 y 2010). Para los años 90, Costa Rica se había posicionado como el primer destino ecoturístico en el mundo. Otros hechos que reforzaron la imagen internacional del país son su estabilidad democrática, el tener más del 25% del territorio nacional como áreas naturales protegidas y el reconocimiento como un lugar pacífico en Centroamérica, cuando Costa Rica abolió el ejército en 1948 y le fue otorgado el Premio Nobel de la Paz en 1987 al presidente Oscar Arias por su destacado papel en el proceso de paz en Centroamérica. Fue el momento en que Costa Rica tomó delantera en el panorama mundial. Esta imagen positiva llamó la atención de cadenas hoteleras e inversionistas extranjeros que impulsaron un inusitado crecimiento del sector en los años 90. En efecto se construyeron hoteles de mayor envergadura y lujo, aumentando considerablemente la oferta habitacional. La necesidad de maximizar el uso de esta capacidad instalada hizo que estas firmas apuntaran hacia otros segmentos de turistas con un perfil menos aventurero, pero más dependientes de servicios adicionales para su confort. (Valenzuela , Majano, Jager, & Kilian , 2013, pág. 4)

En cuanto a los esquemas de certificación voluntaria para el sector privado, sobre operaciones turísticas que se adhieren a estándares de desempeño ambiental, pueden ayudar a resolver los impactos negativos e inapropiados que se generan sobre los escenarios de los atractivos turísticos. Estos esquemas presentados por primera vez en Europa en la década de los 80, han proliferado en los últimos 25 años. En teoría, iniciativas como éstas crean herramientas para que los operadores turísticos mejoren su desempeño, facilitando la disponibilidad de información confiable a los

consumidores, a los mercados de capital y a la sociedad civil para reconocer aquellos operadores verdes y dejar por fuera a los que no se acoplan a las buenas prácticas ambientales. A nivel gerencial, las motivaciones que impulsan a hacer cambios dentro de las empresas para responder a temas de responsabilidad ambiental y social también pueden actuar como determinantes para implementar nuevas ideas, tecnologías, actitudes y prácticas, sin perder de vista la rentabilidad. (Valenzuela , Majano, Jager, & Kilian , 2013, págs. 6-7)

En general, los procesos de certificación en estándares específicos son iniciativas que pueden jugar un rol importante como armonizadores en los mercados de los diversos servicios, incluso en el turismo, buscando superar obstáculos al comercio. No obstante, el proceso de certificación puede conllevar una ardua serie de actividades para hacer cambios y cumplir requisitos que implican un desgaste administrativo (Sundbo, 2010). La decisión de certificarse se origina como un mecanismo para llegar a clientes más exigentes y con un mayor poder adquisitivo, pero también se corre riesgos al implementarlo. (Valenzuela , Majano, Jager, & Kilian , 2013, pág. 8)

Las autoras mencionan que se puede evidenciar que los procesos para optar por una certificación son extenso y necesita de la decisión tanto de los administrativos y la ayuda que brinden los operarios dentro de la actividad del turismo. Es importante mencionar que Costa Rica es un referente muy importante para la sostenibilidad ya que su territorio está rodeado de vegetación y varios factores que deben ser preservados para a las generaciones futuras puedan hacer uso de este o simplemente apreciarlo, disfrutando de actividades de recreación o alojamiento dentro de este país.

Con varias experiencias de otros países como Costa Rica o España en temas de ambiente y calidad, en el Ecuador para que se pueda adaptar todos estos cambios se enfocó varias políticas en pro del ambiente en los que se ampara a dicho tema dentro de varios ámbitos e inclusive en la constitución ecuatoriana del 2008, presenta varios artículos directa o indirectamente referidos al Desarrollo Sostenible. En el capítulo primero dice: “sobre principios fundamentales indica en su Artículo 3.5 como un deber prioritario del estado planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover

el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al Buen Vivir”. (Hernandez & Gil , 2013, pág. 81 y 82).

Por ello se ha realizado varios cambios principalmente en actividades turísticas que fomentan el cuidado del ambiente y de igual manera se han convertido en fuentes de empleo que ayudan al desarrollo del país.

Ecuador en el año 2012, comenzó la propuesta de realizar una oferta turística diferente la cual busca mejorar la calidad de los destinos turísticos, apoyar la sostenibilidad de la balanza de pagos y la atracción de inversiones y generar un sistema de información. De igual manera la demanda turística busca principalmente: Incrementar el número de turistas, captar nuevos segmentos de mercado y fortalecer el turismo interno. (MINTUR, 2012, págs. 1-5)

El mismo año, se realizaron varias campañas publicitarias una de ellas es “Yo descubrí” puesta en canales internacionales como la National Geographic, Discovery Channel, en países latinoamericanos como Perú y Colombia en canales como Caracol y RCN, de igual manera se realizó pautas en las revistas más importantes y reconocidas a nivel mundial, relacionadas al sector turístico: International Living, Condé Nast, Lonely Planet, Elite Traveler, entre otras.

El Ministerio de Turismo ha puesto en marcha el programa de Calidad de servicios turísticos estableciendo políticas más fuertes que permitan controlar, regular y mejorar la calidad de los servicios turísticos a nivel nacional. Programa de Calidad de servicios turísticos Compromiso Activo. Legislación y políticas más fuertes que permitan controlar, regular y mejorar la calidad de los servicios turísticos a nivel nacional. Para que se genere un sistema de calidad a través de un trabajo conjunto con el Comité de Calidad del MIPRO. Es importante mencionar que la calidad de un producto turístico incluye como factor básico una garantía de seguridad y confort. También la calidad significa adoptar un enfoque profesional para hacer las cosas bien y satisfacer las necesidades de los consumidores. (MINTUR, 2012, pág. 19)

Según el criterio de las autoras, se considera que la calidad turística es una manera de ofertar el turismo interno y captar en grandes cantidades mercados

internacionales. Debido a las nuevas tendencias en la actividad turística, los turistas nacionales y extranjeros buscan servicios con estándares de calidad, que vayan de la mano con el cuidado del ambiente.

Certificaciones de calidad

A nivel mundial y regional existen varios emprendimientos turísticos que han tenido la oportunidad de acceder a programas de certificación, y han buscado promover el cumplimiento de estándares de calidad. De acuerdo a un estudio publicado en el 2002, la Organización Mundial del Turismo (OMT) identificó más de 60 programas de certificación de turismo sostenible y ecoturismo alrededor del mundo. Varios programas operan a nivel mundial, algunos son regionales y otros se utilizan de manera local. (Ministerio de turismo , 2014, pág. 19)

En el país existen algunos programas de certificación turística, cada uno con requisitos propios, a continuación se menciona algunos de ellos:

Smart Voyager: inició sus actividades de certificación en el año 2000, y hasta el 2010, certificó a 50 empresas a nivel nacional. Esta certificación fue auspiciada por el proyecto ICAA (Iniciativa para la Conservación de la Amazonía Andina). La UNESCO reconoció a este programa a escala mundial en el 2002 como un medio para garantizar las operaciones turísticas en tierra como modelos de sostenibilidad. (Ministerio de turismo , 2014, pág. 19)

RainForest Alliance: es un programa que trabaja con hoteles, restaurantes y otras empresas turísticas para ayudar a mejorar sus prácticas ambientales, sociales y económicas. Por medio de capacitaciones, asistencia técnica y manejo adecuado de los residuos. (Cotococha Amazon Lodge, 2016)

Puruha Razurku (marca para 11 iniciativas de turismo comunitario en Chimborazo) y Sello de Calidad Pachamama “Experiencia viva en Los Andes”, que distingue estándares de calidad basados en buenas prácticas en la actividad turística. (Ministerio de turismo , 2014, pág. 20)

TourCert: es una organización alemana que permite fomentar una cultura de calidad turística en nuestro país, que va complementada con la calidez del servicio que se brinda a los visitantes o turistas. Con el objetivo que el Ecuador se convierta en pionero en la región al implementar este modelo de gestión dentro del sector turístico. (Ministerio de turismo , 2016)

Una de las certificaciones locales más utilizada es el Distintivo de calidad Q:

El denominado plan Q, es una herramienta de planificación turística, que incluye el programa de fortalecimiento a la calidad turística a través de la entrega de un reconocimiento a los establecimientos turísticos denominado “distintivo Q”, que deriva de la palabra “QUALITAS” que en latín significa calidad. La calidad Q apareció desde el año de 1997, en el caso de Ecuador fue implementado en el año 2011 en la ciudad de Quito y a finales del año 2013 se extendió para las demás provincias, dando la apertura a varios establecimientos que se involucran en la actividad turística puedan mejorar sus sistemas de atención al cliente y ser un referente de calidad. Por otra parte, es un reconocimiento que otorga el Municipio a través de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo a los establecimientos turísticos que han implementado sistemas de gestión de turismo sostenible y calidad contando con un equipo humano preparado que permiten elevar la calidad de la oferta turística. (Quito Turismo , 2014, pág. 2)

También busca diferenciar y reconocer los esfuerzos realizados por todos los empresarios del Distrito metropolitano de Quito u otras zonas del país que se dediquen a la actividad turística y sus servicios en cuanto a la calidad de su oferta, promoviendo la implementación principalmente de buenas prácticas ambientales y la capacitación del personal que labora en dichos establecimientos.

El distintivo Q puede ser otorgado a varios establecimientos de:

- a) Alojamiento
- b) Alimentos y bebidas
- c) Agencias de viajes mayoristas; internacionales, operadora y dual.
- d) Transportación turística: aéreo, marítimo, fluvial y terrestre.

- e) Termas y balnearios, discotecas, salas de baile, centros de convenciones, salas de recepción y banquetes.
- f) Hipódromos, parques de atracciones estables, centros de recreación turística, pistas de patinaje y boleras.
- g) Otras actividades complementarias al turismo.

(Quito Turismo , 2014, pág. 3)

Según el criterio de las autoras una certificación de calidad es un documento necesario que los establecimientos hoteleros deben obtener para tener prestigio a nivel nacional e internacional y dar seguridad a los turistas que visitan no solo un sitio de alojamiento, sino todo un destino y pueda gozar de servicios de calidad y estén de la mano con el cuidado del medio ambiente.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

1.3.1. Ambiente

Conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos e indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas (Estocolmo, 1972)

Sistema global complejo, de múltiples y variadas interacciones, dinámico y evolutivo, formado por los sistemas físico, biológico, social, económico, político y cultural en que vive el hombre y demás organismos (Hajek, s.f.)

Totalidad de las condiciones externas que afectan la vida, el desarrollo y la supervivencia de un organismo. (Glosario E.A, ONU, s.f.)

1.3.2. Calidad

Es el grado de aceptación o satisfacción que proporciona un producto o servicio a las necesidades y expectativas del cliente. (de Barillas, Hernández, & Paredes, 2011)

Según la norma ISO 9000, calidad es el grado en el que un conjunto de características cumple con los requisitos.

Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie. (Rodríguez, s.f., pág. 3)

1.3.3. Calidad del servicio

Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización. (Pizzo, 2013, pág. 3)

Características tangibles o intangibles de un servicio. (Cantú, 2011, págs. 3-4)

Es la búsqueda de la excelencia mediante una cultura de mejora continua en los servicios proporcionados al público. (Archiduque, 2010, pág. 25)

1.3.4. Hostería

Es la industria ocupada de proporcionar alojamiento con comodidad, comida a una o varias personas con una variedad de servicios por una paga donde la oferta y la demanda en precios tiene una gran importancia, estos estudios que se hace para desempeñar tal actividad, en una formación profesional en la rama hotelería. (Anónimo, 2016)

Casa donde se da comida y alojamiento mediante pago. (Definiciones-de.com, 2010)

Este vocabulario etimológicamente está compuesto del sustantivo “hoste” del italiano “oste” y a su vez del latín “hospes” y del sufijo “ería” que indica lugar, paraje o sitio donde se ejerce. (Definiciona, 2016)

1.3.5. Impactos ambientales

Se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural. (Durango, s.f. , pág. 2)

La alteración inducida en el medio ambiente por una determinada actuación, tal y como es y tal como se percibe. (Español, s.f., pág. 11)

Cualquier modificación del Medio Ambiente, sea adversa o beneficiosa, como resultado total o parcial de las actividades, productos o servicios de una organización. (Loustaunau, 2014, pág. 3)

1.3.6. Inversión

Aquel acto mediante el cual tiene lugar el cambio de una satisfacción inmediata y cierta, a la que se renuncia, a la esperanza de unas rentas futuras (Martin, 2009, pág. 160).

Adquisición de un capital para conseguir una renta. (Gispert, s.f, pág. 284)

Gasto que se destina a la adquisición de bienes de capital, creando de esta forma una nueva formación de capital. (Rosenberg, s.f, pág. 232)

1.3.7. Seguridad

Proviene del latín securitas que a su vez se deriva del adjetivo securus, el cual está compuesto por "se" que quiere decir sin y "cura", que se refiere a cuidado o procuración, lo anterior significa entonces "sin temor", "despreocupado" o "sin temor a preocuparse". (Valencia, s.f., pág. 8)

Se refiere a la ausencia de riesgos que va desde los amplios campos del análisis internacional, pasando por la Seguridad Nacional que el Estado considera vital defender, hasta su sentido más restringido refiriéndose a la seguridad del ser humano, en la salvaguarda de sus intereses fundamentales y de su propia vida. (Anónimo, Definiciones y alcances del concepto de Seguridad., s.f., pág. 1)

Según G. Kennan (1948) es “la capacidad continuada de un país para proseguir el desarrollo de su vida interna sin interferencia seria, o amenaza de interferencia de potencias extranjeras”.

1.3.8. Sociedad

Agrupación de personas que constituyen una unidad, con la finalidad de cumplir mediante la mutua cooperación, todos o algunos de los fines de la vida. Así, podemos definir la sociedad como un conjunto organizado de individuos que siguen un mismo modo de vida. (Scafati, s.f.)

Todo tipo de asociación o grupo formado por seres vivientes, a los que unen ciertas semejanzas o coincidencias en su constitución o en sus actividades. (Anónimo, s.f., pág. 1)

Es un gran número de seres humanos que obran conjuntamente para satisfacer sus necesidades sociales y que comparten una cultura común. (Anónimo, Sociedad, s.f., pág. 2)

1.3.9. Sostenibilidad:

Según el Informe de la Comisión Bruntland de 1987 la sostenibilidad es: “el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades”. (UNESCO, 2012, pág. 2)

Se considera como ambiente y las condiciones necesarias para garantizar que la economía en si misma tuviera un patrón de crecimiento dinámico. (Villa, 2010, pág. 7)

El desarrollo sostenible permite atender las necesidades del presente sin poner en peligro la posibilidad de generaciones futuras de atender sus propias necesidades. (Fomento, 2008, pág. 24)

1.3.10. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia

habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. (OMT, Entender el turismo: Glosario Básico, s.f.)

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. (Anónimo, s.f., pág. 1)

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (SECTUR, 2015)

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN - MIXTO

El enfoque que se utilizó para la investigación fue cualitativa al haber estudiado los comportamientos de las personas involucradas dentro de las actividades que se realizan en la Hostería Chorlaví, es decir, enfocándose principalmente en los operarios y administrativos para tener una idea o referencia de cuáles son sus actividades diarias y de qué manera las realizan; y de igual manera se empleó el enfoque cuantitativo al utilizar datos numéricos los cuales se obtuvieron de una encuesta en base a la investigación referente al ingreso de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la hostería.

2.2. TIPOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.2.1. Por su finalidad - Aplicada

Dentro del estudio se buscó la generación amplia de conocimiento acerca del caso de estudio con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo en el que se encuentra la hostería que fue objeto de análisis, siendo en este caso la hostería de primera categoría "Hostería Chorlaví" ubicada en la provincia de Imbabura cantón San Antonio de Ibarra.

2.2.2. Por las fuentes de información - Mixto

Las fuentes de información fueron de tipo mixto ya que se recolectó información tanto documental por referencias bibliográficas y varios medios de consulta, y de campo por medio de encuestas dirigidas a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la hostería para conocer su nivel de satisfacción al alojarse y participar de las actividades que se realizan en un establecimiento hotelero que mantiene un contacto directo con el ambiente; y por otra parte las entrevistas al administrador, empleado y representante de la Agencia de Viajes aliada, con la

finalidad de obtener datos sobre su apreciación y vivencias con respecto a temas de calidad dentro de la Hacienda Chorlaví.

2.2.3. Por las unidades de análisis - Mixto

Las unidades de análisis fueron mixtas, ya que se recolectó información teórica recopilada de varias fuentes bibliográficas y otras fuentes, una entrevista al administrador y empleado de la Hostería Chorlaví y a un representante de una Agencia de Viajes aliada con la hostería, caso que fue estudiado y junto a esta una encuesta dirigida tanto a turistas nacionales como a extranjeros que visitan el lugar y tienen la oportunidad de hospedarse y realizar actividades dentro de la misma, con las cuales se analizó datos estadísticos como lugares de procedencia, satisfacción, edades, y más que todo la importancia de la calidad y sostenibilidad de la hostería, estos factores facilitaron la ejecución del objeto estudio.

2.2.4. Por el control de las variables - No experimental

Para el presente estudio se realizó un control de variables no experimental, ya que no se manipularon las variables a ser estudiadas, es decir, que los datos recopilados fueron observados naturalmente y después analizados sin alterar ninguno de estos, y de esta manera concluir con el estudio. Al momento de recolectar la información, no se alteró el ambiente en donde se realizó el estudio, todo se hizo para analizar de una manera concreta cada factor.

2.2.5. Por el alcance - Explicativo

Se buscó fundamentar que los hallazgos obtenidos a través de la verificación y la realidad del entorno sirvieron para poder comprender el comportamiento del sector hotelero en cuanto a la práctica de servicios de calidad y actividades de sostenibilidad. El estudio sirvió para expresar cada detalle encontrado después de este, para con eso mostrar la realidad de los servicios que en la actualidad están dando las hosterías ya que se busca el bienestar del ambiente. Principalmente demostrar que tanto la calidad como la sostenibilidad pueden traer mejoras en las hosterías a pesar de que la hostería sea ya conocida por su popularidad o categoría. Explicando también

que la sostenibilidad en la actualidad influye en los gustos y preferencias de los turistas futuros.

2.2.6. Idea a defender

La calidad turística para la sostenibilidad que ofrece la Hostería Chorlaví permitirá mejorar el nivel de vida de la población e incrementar el número de visitas de turistas nacionales y extranjeros a la hostería.

2.3. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el estudio se tomó como referencia a la Hostería Chorlaví que es muy reconocida a nivel nacional e internacional ya que cuenta con algunos reconocimientos y certificaciones como: TripAdvisor y Calidad Q respectivamente.

Se realizaron todos los permisos pertinentes para que la Hostería acepte ser el Aval de la investigación, después de que el tema del trabajo de titulación fue aprobado se entregó una solicitud otorgada por parte de la Directora de Carrera, MSc. Mariana Pavón, a la hostería.

Después de haber conseguido el permiso para realizar la investigación, se procedió a aplicar tres formas de recolección de datos las cuales fueron: observación, encuestas y entrevistas.

Observación In Situ

Se la ejecutó mientras se realizaban las actividades planteadas sin el conocimiento previo de los analizados. Para determinar todos los aspectos que deben ser tomados para realizar la observación, se consultó en fuentes importantes para conocer qué áreas o actividades son importantes dentro de un establecimiento hotelero y deberían considerarse para un servicio de calidad. La observación se la realizó en el mes de Noviembre del 2016.



Figura 1 Observación Área de cocina



Figura 2 Observación Área de habitaciones

Encuestas

Fueron realizadas en los meses de Octubre y Noviembre. Para conocer a cuantas personas se debía encuestar se realizó el cálculo de la muestra, para lo cual se tomó el dato del ingreso de turistas en el mes de Septiembre el cual fue de 650 turistas tanto nacionales como extranjeros.

Por motivos económicos, de tiempo, y disponibilidad de los turistas se tomó solo el 10% del dato para realizar el cálculo de la muestra, es decir con 65. Teniendo como el resultado de 55,60, por tal motivo se realizaron 60 encuestas. A continuación se presenta el cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Si se conoce la población:

$$n_f = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

$$n_f = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{65}}$$

$$n_f = 55,60$$

Se las realizó a turistas nacionales y extranjeros que se encontraban hospedados o participando de las actividades de la Hostería Chorlaví, para conocer su apreciación de calidad en el servicio que reciben, sus gustos y preferencias, entre otros datos importantes para el estudio.

Para el análisis de las encuestas se utilizó el programa SPSS, este ayudó a tabular cada una de las preguntas y de esta manera conocer las respuestas más seleccionadas. Estas respuestas ayudaron a conocer el punto de vista de los clientes y poder determinar cuáles son las falencias de la Hostería.

Entrevistas

Se realizaron tres las cuales estaban divididas de la siguiente manera. La primera a la Administradora de la Hostería Chorlaví, Sra. Verónica Vaca; la segunda al Capitán de meseros de la Hacienda Chorlaví, Sr. Freddy Galeno; y la tercera a la Gerente de operaciones de la Agencia de Viajes Pachamama Tours, Sra. Vibeka Mesa.

Estas fueron realizadas en el mes de Noviembre en cada una de las Empresas a la que pertenecen. Para esto se pidió con días de anterioridad el permiso para poderlas realizar.

Para el análisis de las entrevistas, se tomó los puntos clave que ayudaban a la investigación, destacando temas de calidad y sostenibilidad que son las bases. Estas entrevistas ayudaron a conocer el otro punto de vista que se tiene de la Hostería Chorlaví.

2.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Observación.- Se la realizó para conocer todas las actividades que se realizan dentro de la hostería y su forma de ejecución. Se utilizó el formato que se muestra a continuación en el cual se presentan los factores a ser analizados y su forma de medición. En algunos casos se utilizó medidas de satisfacción y en otros los tiempos de prestación del servicio.



Observación

La información que se sirva a proporcionar permitirá recolectar información pertinente para la elaboración del presente trabajo de investigación.

FACTOR	Forma de medición						
	1		2		3		4
Transporte	Propio		Alquilado		No posee		
Alimentación							
Elaboración							
Tiempo de elaboración	Entrada		Platos fuertes		Postres		
Técnicas culinarias	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho		Muy insatisfecho
Aseo personal	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho		Muy insatisfecho
Aseo productos	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho		Muy insatisfecho
Cuidado de los productos							
Limpieza	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho		Muy insatisfecho
Conservación	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho		Muy insatisfecho

Continúa

Entrega del producto						
Tiempo de espera	15 - 30 minutos		31 minutos a 1 hora		Más de 1 hora	
Servicio	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Limpieza	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Actividades Recreativas						
Aseo	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Variedad	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Vigilancia/ Seguridad	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Trato al turista						
Cordialidad	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Cortesía	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Respeto	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Servicio brindado						
Manejo de quejas	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Tiempo de respuesta	1 - 15 minutos		16 - 30 minutos		31 - 60 minutos	Más de una hora
Instrumentos						
Físico	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Electrónico	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Verbal	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Aseo						
Tiempo	Habitaciones		Pasillos		Jardines	Áreas recreativas
Implementos para el cuidado del ambiente	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Cantidad adecuada de personal	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Información						
Físico	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Electrónico	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho
Verbal	Muy satisfecho		Satisfecho		Insatisfecho	Muy insatisfecho

Figura 3: Formato de Observación

Encuestas.- La encuesta se hizo en base a todos los aspectos que se necesitaba conocer acerca de la hostería desde el punto de vista de los huéspedes. A continuación se presenta el formato de la encuesta que se aplicó.

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA



Encuesta

La información que se sirva a proporcionar permitirá recolectar información pertinente para la elaboración del presente trabajo de investigación.

Marque con una X en la respuesta correcta

Datos:

Género: Femenino Masculino
 Edad: 25-29 años 30-34 años 35-39 años 40-44 años 45-49 años 50-54 años
 Nacionalidad: Latinoamérica Norteamérica Europa Asia África Oceanía
 Lugar de residencia: Ecuador Fuera del país
 Motivo de viaje: Turismo Negocios
 Días de pernoctación: 1 día 2-3 días 4-5 días más de una semana

1. **Al momento de elegir un destino de viaje prefiere:**
 Naturaleza Playa Ciudad
2. **De las siguientes hosterías que se encuentran en la provincia de Imbabura, ¿Cuáles conoce o ha escuchado hablar?**
 Hostería Chorlavi Hacienda Cusín
 Hacienda Zuleta Hostería Cabañas del Lago
3. **Cuando usted viaja ¿con quién lo hace?**
 Amigos Familia Solo Compañeros de trabajo Pareja
4. **Especifique el número de acompañantes.**
 Solo 2-3 personas 4-5 personas más de 5 personas
5. **¿Considera usted que la infraestructura y los servicios ofertados por la hostería son de calidad?**
 Si No
6. **¿Considera usted que las prácticas ambientales es un factor importante al momento de elegir una hostería?**
 Si No
7. **Cuando se hospeda en una hostería ¿Qué servicios utiliza?**
 Transporte Alimentación Actividades recreativas Alojamiento
8. **¿Por cuál medio se informó acerca de la Hostería Chorlavi?**
 Páginas web Televisión Radio Guías turísticas Referencias personales
9. **Del 1 al 4 indique el nivel de satisfacción al recibir los siguientes servicios. Siendo 1 nada satisfecho y 4 muy satisfecho**

	Nada satisfecho				Muy satisfecho
	1	2	3	4	
Restaurante	1	2	3	4	
Alojamiento	1	2	3	4	
Actividades Recreativas	1	2	3	4	
Atención al cliente	1	2	3	4	
10. **¿Considera usted que una certificación de calidad garantiza los servicios prestados dentro de un establecimiento hotelero?**
 Si No
 ¿Por qué? _____
11. **¿Qué indicadores considera usted que representan la calidad de un establecimiento hotelero?**
 Precio Personal capacitado
 Servicio Categoría

Figura 4: Formato de encuesta

Entrevista.- se realizaron tres formatos de entrevistas en base a todos los aspectos que se necesitaba conocer acerca de la hostería desde el punto de vista de los empleados y alianzas con los que cuenta la Hostería Chorlaví. A continuación se presenta el formato de las tres entrevistas realizadas.

Entrevista Administradora

La entrevista se encuentra dirigida a la Administradora de la Hostería Chorlaví, Sra. Verónica Vaca, con la finalidad de obtener información pertinente para la elaboración del presente trabajo de investigación.

1. ¿La hostería posee un manual de proceso de calidad y se hace seguimientos periódicos de su cumplimiento?
2. ¿Las actividades que se realizan son previamente planificadas? ¿Con cuánto tiempo de antelación?
3. ¿Es importante tener un presupuesto alto para poder mantener una infraestructura hotelera como la posee la hacienda Chorlaví?
4. ¿Dentro de la hostería se han establecido políticas de calidad y de prácticas ambientales? ¿Cree usted importante establecerlas y por qué?
5. ¿Considera usted que ofrece un servicio de calidad? ¿Me podría mencionar cual es el más recomendado?
6. ¿En cuanto al cuidado del ambiente ha considerado o ha implementado el tratamiento de desechos, ahorro de energía, tratamiento de aguas residuales, y emisiones de gases para reducir el impacto ambiental?

Figura 5: Formato entrevista Administradora

Entrevista Empleado

La entrevista se encuentra dirigida a un empleado de la hostería, con la finalidad de obtener información pertinente para la elaboración del presente trabajo de investigación.

1. ¿Cree usted que es importante ofrecer un servicio de calidad?
2. ¿Qué tan importante son las políticas que establezca la Hostería Chorlaví en su desempeño?
3. ¿Qué tipo de seguridad se le brinda al huésped dentro de la Hacienda?
4. ¿Recibe usted capacitaciones del área en la que se desenvuelve? ¿Cree usted que son necesarias para su mejor desempeño?
5. ¿Está usted conforme con el ambiente laboral que existe dentro de la Hostería Chorlaví?
6. ¿Considera usted que la categoría de la Hacienda Chorlaví está acorde a los servicios de calidad que esta ofrece?

Figura 6: Formato entrevista empleado

Entrevista Agencia de Viajes

La entrevista se encuentra dirigida a un representante de la Agencia de Viajes Pachamama Tours, con la finalidad de obtener información pertinente para la elaboración del presente trabajo de investigación.

1. Al momento de realizar un convenio con un establecimiento hotelero ¿Qué toma en consideración?
2. ¿Qué porcentaje de responsabilidad obtiene la Agencia al realizar el convenio al momento de recibir quejas o felicitaciones por parte del turista?
3. ¿La Agencia considera importante que el establecimiento hotelero obtenga un certificado de calidad?
4. ¿considera usted importante las referencias y comentarios con respecto a un establecimiento al momento de elegirlo para que lo visiten sus clientes?
5. ¿Conoce usted hosterías de nuestro país que cuenten con certificaciones de calidad?
6. ¿A su criterio es importante la calidad en el servicio?
7. ¿Qué preferiría usted una comisión razonable o un servicio de calidad? O ambas

Figura 7: Formato entrevista Agencia de Viajes

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Pregunta Género

Tabla 1
Género

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Femenino	30	50,0	50,0	50,0
	Masculino	30	50,0	50,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

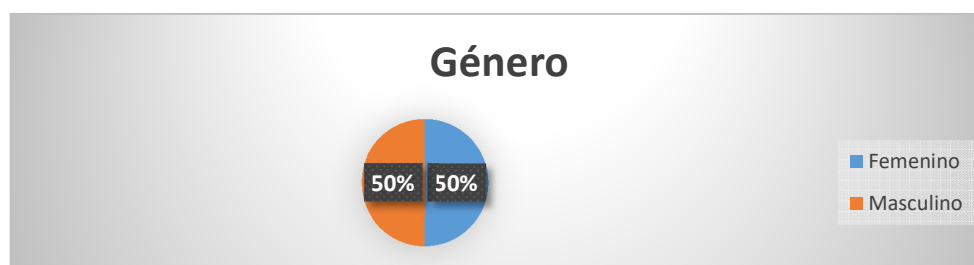


Figura 8: Género

De los 60 encuestados, se muestra que la visita es equitativa tanto en el género masculino como en el femenino.

Pregunta Edad

Tabla 2
Edad

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	menos de 25 años	5	8,3	8,3	8,3
	25 - 29 años	4	6,7	6,7	15,0
	30 - 34 años	3	5,0	5,0	20,0
	35 - 39 años	1	1,7	1,7	21,7
	40 - 44 años	4	6,7	6,7	28,3
	45 - 49 años	1	1,7	1,7	30,0
	50 - 54 años	11	18,3	18,3	48,3
	más de 54 años	31	51,7	51,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

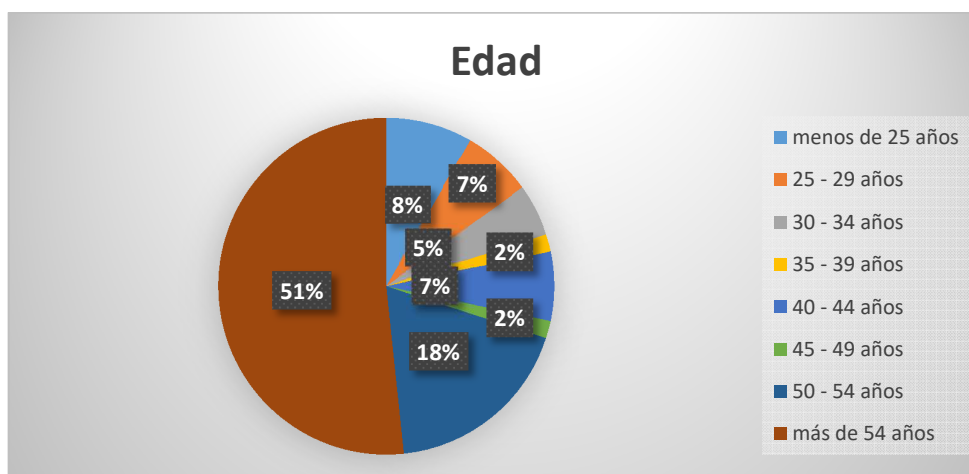


Figura 9: Edad

Del total de encuestados el 51,70% tiene más de 54 años, lo cual representa que la mayoría de visitantes son personas mayores o que oscilan entre esa edad.

Pregunta Nacionalidad

Tabla 3
Nacionalidad

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido Latinoamérica	24	40,0	40,0	40,0
Válido Europa	36	60,0	60,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	



Figura 10: Nacionalidad

Del total de encuestados el 60% son de nacionalidad Europea, con este dato se puede constatar que la mayoría de visitantes provienen de países como Francia e Italia.

Pregunta Lugar de residencia

Tabla 4
Lugar de residencia

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Ecuador	23	38,3	38,3	38,3
	Fuera del país	37	61,7	61,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

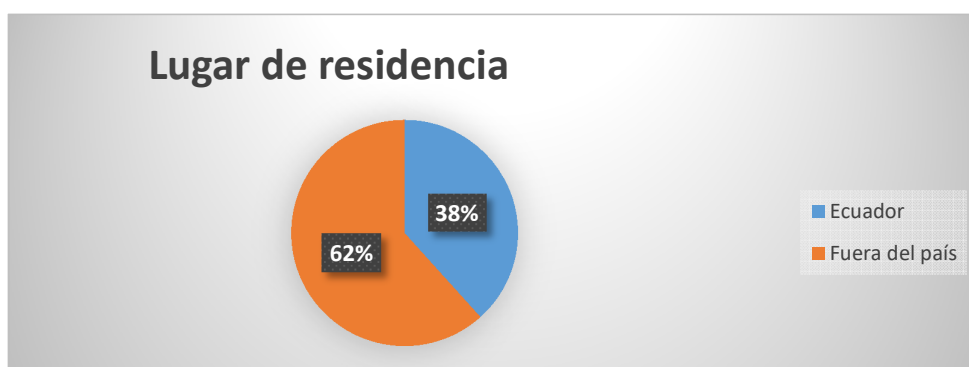


Figura 11: Lugar de residencia

Del total de encuestados el 61,7% residen fuera del país, lo cual quiere decir que la mayoría de turistas que visitan la hostería son extranjeros.

Pregunta Motivo de viaje

Tabla 5
Motivo de viaje

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Turismo	56	93,3	93,3	93,3
	Negocios	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	



Figura 12: Motivo de viaje

Del total de encuestados el 93% de turistas viajan por motivo de turismo, mientras que solo el 7% lo hace por negocios. Lo cual representa que la mayoría viaja por motivos de ocio.

Pregunta Días de pernoctación

Tabla 6
Días de pernoctación

<i>Válido</i>		Frecuencia	%	%	
				válido	acumulado
	1 día	11	18,3	18,3	18,3
	2 - 3 días	42	70,0	70,0	88,3
	4 - 5 días	2	3,3	3,3	91,7
	más de una semana	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	



Figura 13: Días de pernoctación

Del total de encuestados el 70% permanece en la hostería de 2 a 3 días. Lo cual representa un tiempo apto para visitar un lugar.

Al momento de elegir un destino de viaje prefiere:

Tabla 7
Destino

<i>Destino</i>		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
<i>Destino</i>	Naturaleza	52	52,5%	86,7%
	Playa	21	21,2%	35,0%
	Ciudad	26	26,3%	43,3%
<i>Total</i>		99	100,0%	165,0%

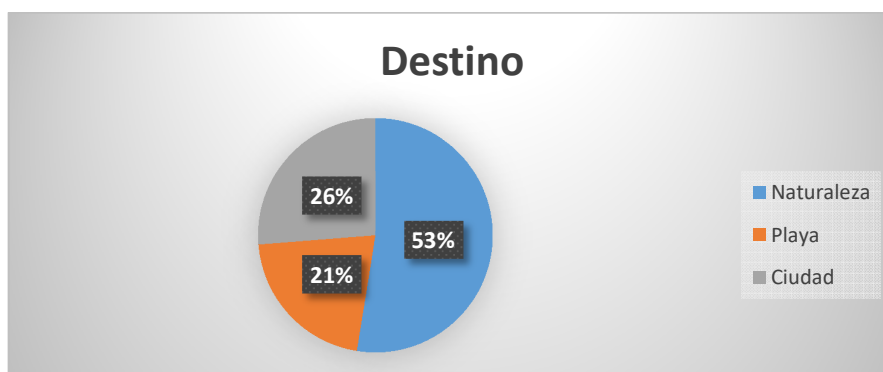


Figura 14: Destino

El 52.5% de los encuestados prefieren la naturaleza como destino de viaje. Lo cual demuestra que la mayoría visitan la hostería porque les gusta el contacto con la naturaleza.

1. De las siguientes hosterías que se encuentran en la provincia de Imbabura, ¿Cuáles conoce o ha escuchado hablar?

**Tabla 8
Hosterías**

Hosterías		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Hostería Chorlaví		60	67,4%	100,0%
Hacienda Zuleta		6	6,7%	10,0%
Hacienda Cusín		7	7,9%	11,7%
Hostería Cabañas del Lago		16	18,0%	26,7%
<i>Total</i>		89	100,0%	148,3%

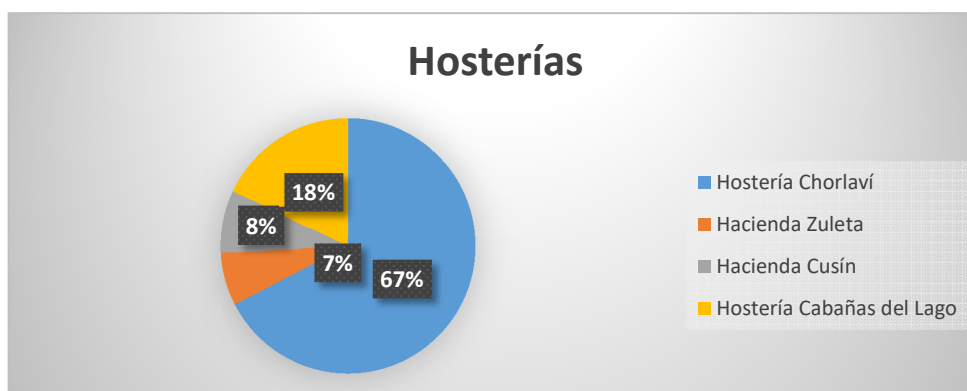


Figura 15: Hosterías

De todas las hosterías a parte de la Hacienda Chorlaví donde se realizó el estudio, la Hostería Cabañas del Lago es una de las más conocidas en la Provincia de Imbabura y podría considerarse como una competencia.

2. Cuando usted viaja ¿Con quién lo hace?

Tabla 9
Compañía

<i>Compañía</i>		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
<i>Compañía</i>	Amigos	38	48,7%	63,3%
	Familia	28	35,9%	46,7%
	Solo	3	3,8%	5,0%
	Compañeros de trabajo	2	2,6%	3,3%
	Pareja	7	9,0%	11,7%
<i>Total</i>		78	100,0%	130,0%

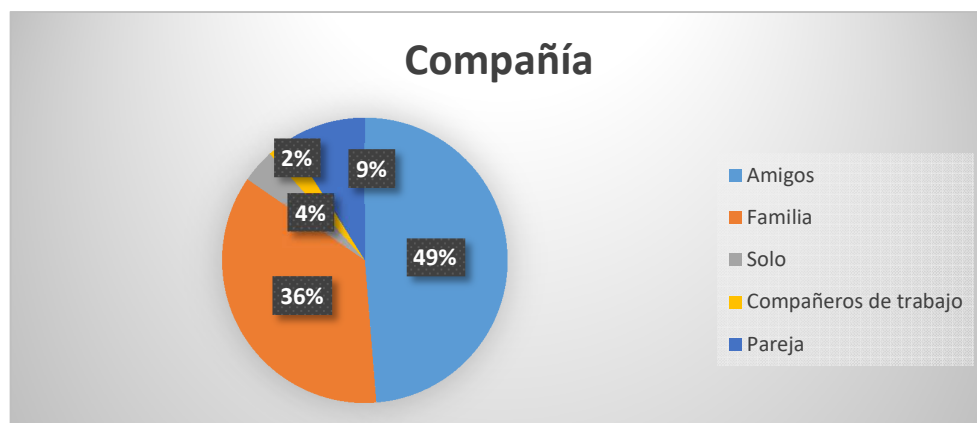


Figura 16: Compañía

El 48,7% de encuestados prefiere viajar más en familia y solo el 2,6% lo hace con compañeros de trabajo. Esto quiero decir que al lugar llegan más personas que buscan pasar momentos en familia.

3. Especifique el número de acompañantes

Tabla 10
Número de acompañantes

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Solo	2	3,3	3,3	3,3
	2-3 personas	12	20,0	20,0	23,3
	4-5 personas	11	18,3	18,3	41,7
	más de 5 personas	35	58,3	58,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

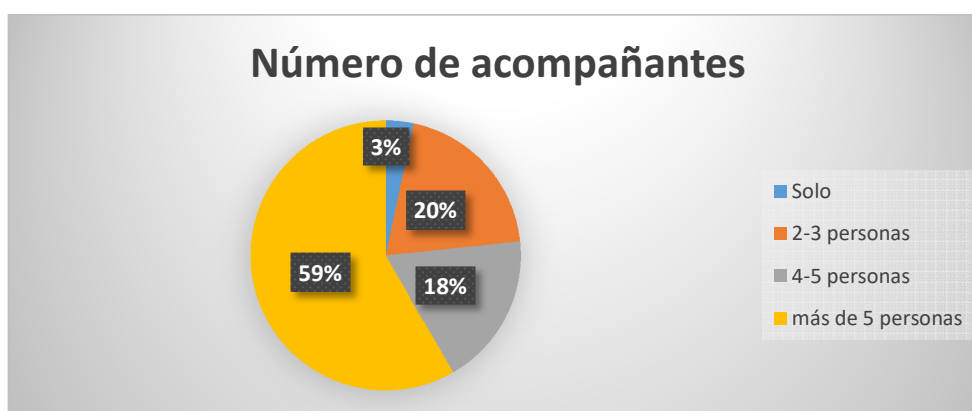


Figura 17: Número de acompañantes

El 59% de encuestados llegan a la hostería en grupos mayores a 5 personas, lo cual representan que el ingreso de turistas es más en grupos grandes.

4. ¿Considera usted que la infraestructura y los servicios ofertados por la hostería son de calidad?

Tabla 11
Calidad en infraestructura y servicios

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Si	57	95,0	95,0	95,0
	No	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

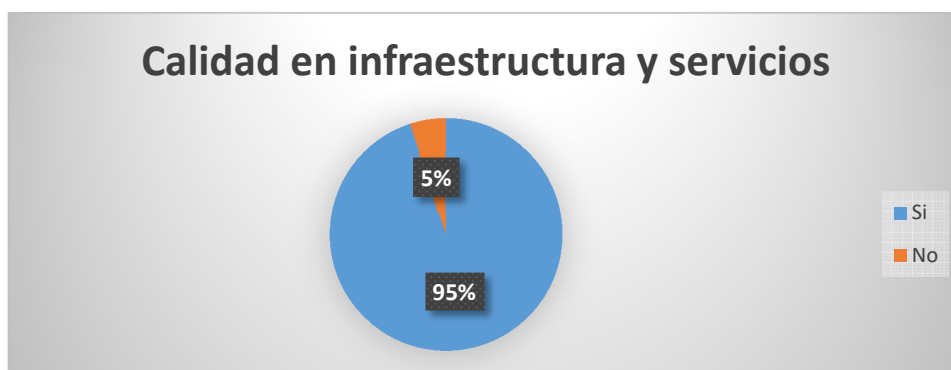


Figura 18: Calidad en infraestructura y servicios

El 95% de encuestados consideran que la infraestructura y los servicios ofertados por la hostería si son de calidad. Con este dato se puede confirmar que la hostería si emplea normas de calidad.

5. ¿Considera usted que las prácticas ambientales es un factor importante al momento de elegir una hostería?

Tabla 12
Prácticas ambientales

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Si	59	98,3	98,3	98,3
	No	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	



Figura 19: Prácticas ambientales

El 98.3 % de encuestados consideran que las prácticas ambientales si son un factor importante al momento de elegir una hostería. Este dato indica o se puede considerar que las hosterías deberían tomar como iniciativa la implementación de prácticas ambientales.

6. Cuando se hospeda en una hostería ¿Qué servicios utiliza?

Tabla 13
Servicios

<i>Servicios</i>		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Transporte	3	2,6%	5,0%
	Alimentación	49	42,6%	81,7%
	Actividades recreativas	17	14,8%	28,3%
	Alojamiento	46	40,0%	76,7%
<i>Total</i>		115	100,0%	191,7%

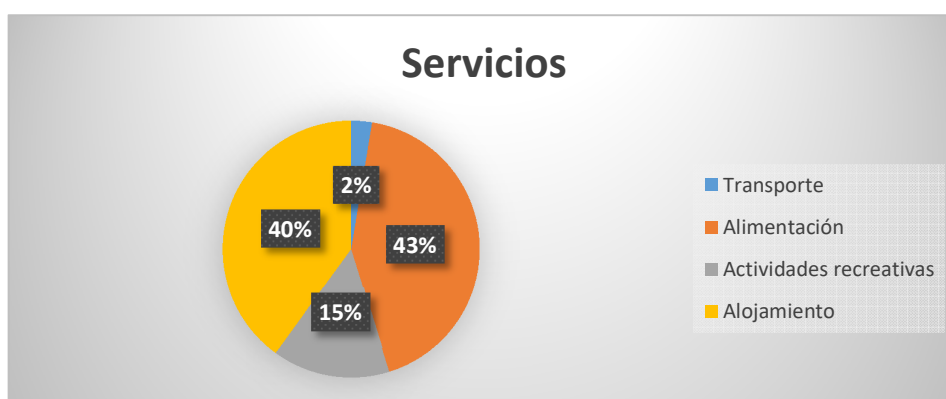


Figura 20: Servicios

En mayor cantidad con el 43% y 40% se utilizan más los servicios de Alojamiento y Alimentación en comparación a los otros servicios dentro de una hostería.

7. ¿Por cuál medio se informó acerca de la Hostería Chorlaví?

Tabla 14
Información

<i>Información</i>		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Páginas web	7	11,3%	11,7%
	Radio	2	3,2%	3,3%
	Guías turísticas	35	56,5%	58,3%
	Referencias personales	18	29,0%	30,0%
<i>Total</i>		62	100,0%	103,3%

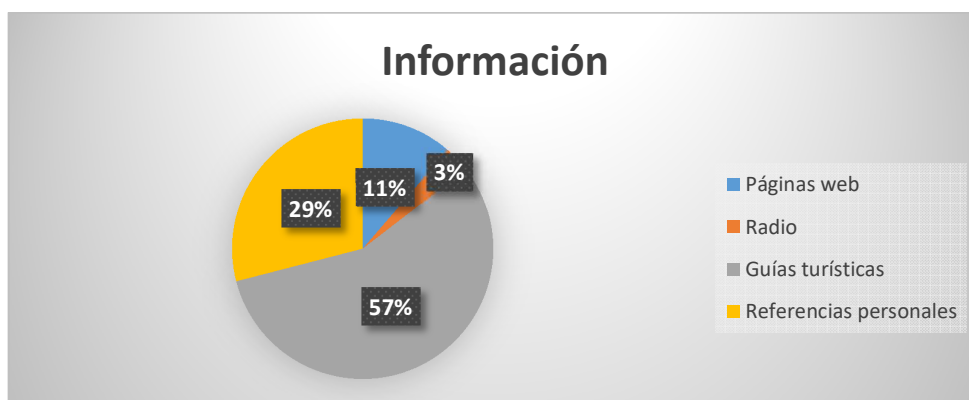


Figura 21: Información

El 56,5% de turistas han conocido la hostería por medio de Guías turísticas/Agencias de Viajes. Lo cual se puede decir que la hostería debería buscar más publicidad por otros medios.

- 8. Del 1 al 4 indique el nivel de satisfacción al recibir los siguientes servicios.
Siendo 1 nada satisfecho y 4 muy satisfecho**

Tabla 15
Nivel de satisfacción del restaurante

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Poco satisfecho	3	5,0	5,3	5,3
	Satisfecho	26	43,3	45,6	50,9
	Muy satisfecho	28	46,7	49,1	100,0
	Total	57	95,0	100,0	
<i>Perdidos</i>	Sistema	3	5,0		
<i>Total</i>		60	100,0		



Figura 22: Nivel de satisfacción del restaurante

El 46,7% de turistas se encuentran muy satisfechos con el servicio de restaurante que brinda la hostería, seguido por el 43,3% con satisfecho. Lo cual representa que deberían mejorar un poco el servicio en el restaurante.

Tabla 16
Nivel de satisfacción de alojamiento

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Poco satisfecho	11	18,3	19,3	19,3
	Satisfecho	19	31,7	33,3	52,6
	Muy satisfecho	27	45,0	47,4	100,0
	Total	57	95,0	100,0	
<i>Perdidos</i>	Sistema	3	5,0		
	<i>Total</i>	60	100,0		

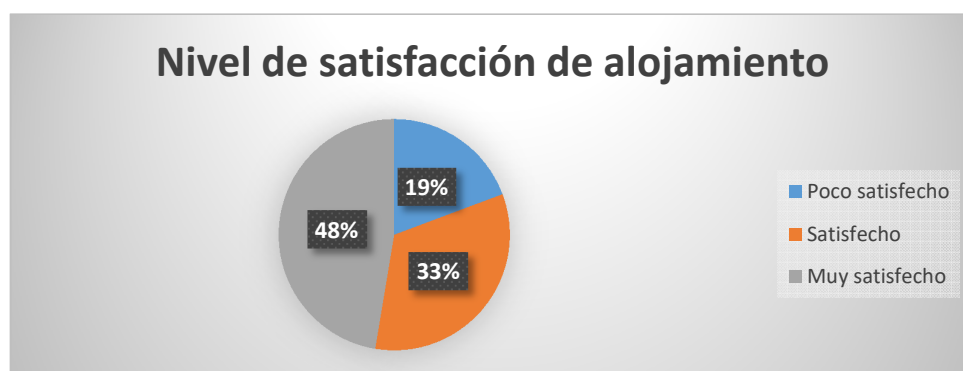


Figura 23: Nivel de satisfacción alojamiento

El 45% de turistas se encuentran muy satisfechos con el servicio de alojamiento que brinda la hostería y el 31,7% satisfechos. Esto representa que la calidad del alojamiento debería incrementar.

Tabla 17
Nivel de satisfacción de recreación

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Poco satisfecho	2	3,3	7,1	7,1
	Satisfecho	12	20,0	42,9	50,0
	Muy satisfecho	14	23,3	50,0	100,0
	Total	28	46,7	100,0	
<i>Perdidos</i>	Sistema	32	53,3		
	<i>Total</i>	60	100,0		

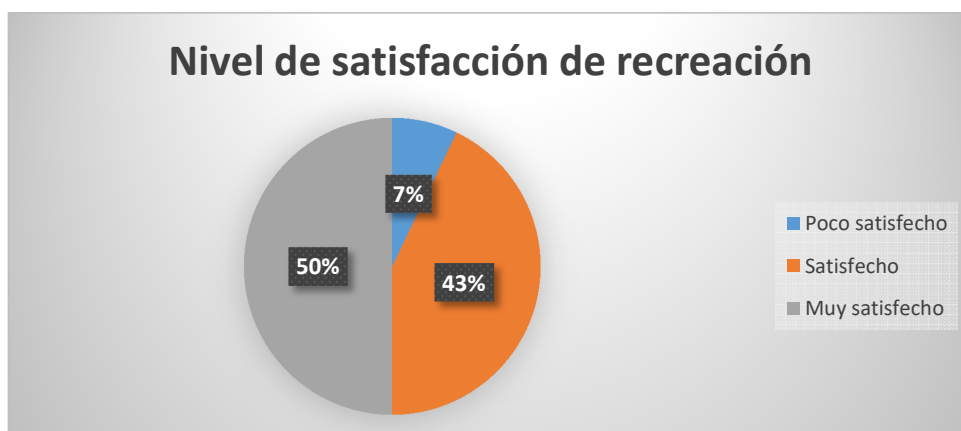


Figura 24: Nivel de satisfacción de recreación

El 23,3% de turistas se encuentran muy satisfechos con el servicio de actividades recreativas que brinda la hostería y el 20% satisfechos. Esto representa que se debe mejorar el servicio de actividades recreativas en una manera urgente.

Tabla 18
Nivel de satisfacción atención al cliente

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<i>Válido</i>	Poco satisfecho	1	1,7	1,8	1,8
	Satisfecho	20	33,3	35,7	37,5
	Muy satisfecho	35	58,3	62,5	100,0
	Total	56	93,3	100,0	
<i>Perdidos</i>	Sistema	4	6,7		
<i>Total</i>		60	100,0		



Figura 25: Nivel de satisfacción atención al cliente

El 58,3% de turistas se encuentran muy satisfechos con el servicio de atención al cliente que brinda la hostería y el 33,3% satisfechos. Esto representa que la atención al cliente si debería mejorar.

9. ¿Considera usted que una certificación de calidad garantiza los servicios prestados dentro de un establecimiento hotelero?

Tabla 19
Certificado de calidad

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Si	58	96,7	96,7	96,7
	No	2	3,3	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	



Figura 26: Certificado de calidad

El 96,7% de encuestados consideran que una certificación de calidad si garantiza los servicios prestados dentro de un establecimiento hotelero. Por esta razón si la hostería posee un certificado de calidad crea más confianza por parte del turista.

10. ¿Qué indicadores considera usted que representan la calidad de un establecimiento hotelero?

Tabla 20
Indicadores de calidad

Indicadores		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Indicadores	Precio	18	15,4%	31,0%
	Servicio	50	42,7%	86,2%
	Personal capacitado	35	29,9%	60,3%
	Categoría	14	12,0%	24,1%
Total		117	100,0%	201,7%



Figura 27: Indicadores de calidad

El 42,7% de los encuestados consideran que el servicio es un factor muy importante para determinar la calidad de un establecimiento hotelero al igual que el personal capacitado con un 29,9% y que la categoría no representa un indicador con solo el 12%. Por tal motivo la hostería debe considerar de mejor manera el servicio el personal capacitado.

3.2. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN

Después de la observación realizada en la Hostería Chorlaví se pudo determinar que todos los servicios brindados por parte de la hostería como son: alimentación, actividades recreativas, trato al turista, servicio brindado e información; son efectuados de la mejor manera posible. Dentro de la alimentación se mantiene todo en perfectas condiciones y con muy buen aseo, logrando también que el servicio no se demore mucho para la comodidad del cliente. En las Áreas Recreativas también se mantiene el aseo y cuidado al igual que controlar la seguridad de los niños al utilizarlas. El trato y el servicio siempre se lo ofrecen de una manera muy cordial, respetuosa y siempre con cortesía para que el cliente se sienta muy satisfecho. Y la información va a ser entregada de una manera concisa y del agrado del cliente. (Anexo 1)

3.3. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Tabla 21

Datos de entrevistados

Nombre	Empresa a la que pertenece	Cargo	Años de experiencia	Años de trabajo en la empresa
<i>Sra. Verónica Vaca</i>	Hostería Chorlaví	Administradora	15 años	6 años
<i>Sr. Freddy Galeno</i>	Hostería Chorlaví	Capitán de meseros	18 años	4 años
<i>Sra. Vibeka Mesa</i>	Agencia de Viajes "Pachamama Tours"	Gerente de operaciones	20 años	

Entrevista a la Administradora de la Hostería Chorlaví, Sra. Verónica Vaca

La Hostería en la actualidad está trabajando con el SGI que es el Seguimiento de Gestión Integral de la Calidad, Ambiente, Seguridad y Salud en Alojamiento. Como su nombre lo dice se encarga de comprobar que todos estos ámbitos sean cumplidos tal cual el manual. La revisión siempre es constante ya que por medio de este se puede acceder a varios premios o certificados de importancia para la hostería y cada vez procurando que mejore. Todas las actividades que se realizan en la hostería siempre están bajo supervisión y en el momento que se presente algún inconveniente se procura corregirlo lo más pronto posible este puede variar dependiendo de la dificultad o el momento en el que se exprese la incomodidad con algún servicio. Las actividades diarias se tienen previamente establecidas en los manuales. Para poder mantener la hostería en perfectas condiciones se necesita de un presupuesto alto, esto se debe a que al ser la infraestructura antigua se necesita recolectar material que no se lo encuentra fácilmente, y en otros casos los materiales son sumamente caros. La hostería está practicando políticas de calidad y de prácticas ambientales por el hecho de ser de esta categoría y tener contacto con el ambiente, es muy importante establecer políticas que ayuden a la preservación del entorno de la hostería ya que es un factor muy importante que llama la atención de los turistas. Un servicio de calidad no solo se establece por sectores sino que se los realiza en conjunto, desde que llega el huésped hasta que sale,

de nada sirve que en un lugar se dé un buen servicio y en otro no, todo va de la mano. Como parte de cuidado al ambiente la hostería ha implementado muchas actividades o tipos de ayuda, algunos son: paneles solares, botella de agua reciclada, basureros de colores, útiles de limpieza amigables con el ambiente, entre otros. Es muy importante la acogida de la comunidad por parte de la hostería, esto se da porque es una ayuda muy grande para estos, la hacienda apoya a trabajadores de la comunidad de Zuleta y Cotacachi los cuales venden sus artesanías dentro de la hostería sin ningún costo alguno.



Figura 28: Entrevista Sra. Verónica Vaca

Entrevista al Capitán de meseros de la Hacienda Chorlaví, Sr. Freddy Galeno.

Quien supo manifestar que en el sector hotelero se encuentra en constante innovación por lo cual se debe estar a la vanguardia ofreciendo servicios de calidad que es la única garantía de que los clientes vuelvan a visitar la Hacienda. Las políticas de la empresa son serias y ayudan a que la labor dentro del establecimiento sea adecuada y de igual manera se respeta y conserva al medio ambiente. Al momento de hablar sobre la seguridad menciono que existen dos tipos de seguridad la física que involucra al servicio de guardianía que ofrece la hacienda las 24 horas del día, extinguidores y cajas fuertes, y la otra que se enfoca a que el cliente se sienta como en casa y protegido. Pasando al tema del ambiente laboral menciona que es un lugar tranquilo y agradable donde puede sentir una calidez familiar y a raíz de eso los trabajadores al sentirse bien brindan un servicio diferenciado y de calidad. Para ello los propietarios se ocupan de que sus colaboradores tomen 3 capacitaciones anuales vía on line en cada área de trabajo. Con respecto al medio ambiente está ligado a

buenas prácticas ambientales por medio del reciclaje ubicando contenedores para la separación adecuada de los residuos. Y para concluir nos indicó que la administración que posee la Hacienda Chorlaví se preocupa por mantener a la calidad y la categoría ligados para ser un establecimiento reconocido y un referente de calidad en todos sus servicios.



Figura 29: Entrevista Sr. Freddy Galeno

Entrevista a la Gerente de operaciones de la Agencia de Viajes “Pachamama Tours”, Sra. Vibeka Mesa

Quién manifestó que al momento de establecer un convenio con un establecimiento hotelero se enfocan principalmente a la calidad de los servicios, la preservación del ambiente ya que es importante ofrecer a los turistas el entorno natural y que sus instalaciones se encuentren en buen estado, estas características hacen que se convierta en un establecimiento reconocido y que es apto para tener un certificado de calidad. Por otro lado menciona que la responsabilidad sobre quejas que tenga el turista es el 100% de responsabilidad de la Agencia por esta razón procuran escoger establecimientos de calidad en base a referencias y comentarios ya que el sector turístico se maneja bajo la modalidad del boca a boca. Además con respecto a la comisión y dar un servicio de calidad mencionó que sería lo ideal obtener ambas pero en muchos de los casos no es posible pero la agencia busca establecimientos que brinden una buena comisión y un buen servicio que haga que sus turistas se encuentren satisfechos.

3.4. ESTUDIO DE LA OFERTA.

Oferta de los servicios

Refiriéndose a los servicios que se ofertan en la hostería se encuentra el hospedaje, la dirección realiza una planificación periódicamente de la oferta, mediante un registro llamado "Tarifario" el cual define tarifas para el alojamiento, calendarios, modalidades y otros servicios complementarios; el mismo que se exhibe en un lugar visible, los precios de los diferentes servicios, artículos a la venta y horarios de los servicios que se presta.

Reservas

La gestión de reservaciones mantiene un procedimiento que incluye informar a los clientes las políticas de servicio en la confirmación de la reserva como la hora límite de la misma, así como registrar la reserva con datos del cliente, cantidad de personas, cantidad y tipo de habitaciones, fecha y hora de ingreso y otros requerimientos especiales en el caso de solicitarlos se los puede localizar en el "Reserva Servicio Alojamiento".

Ingreso de huéspedes

La dirección mantiene un "Procedimiento de Check In" para gestionar el ingreso de los huéspedes, como también un registro llamado "Tarjeta de Registro del Huésped" en donde se detalla información del cliente y de los servicios que va a recibir en el establecimiento.

Egreso de huéspedes

Dispone de un "Procedimiento de Check Out" para gestionar el egreso de los huéspedes que incluya la facturación y cobro de los servicios contratados y/o consumos, en base a políticas previamente definidas y comunicadas por la organización a los clientes, además de un "Procedimiento de Objetos Olvidados" con su respectivo "Registro de Objeto Olvidado".

Servicio de alimentación

La empresa dispone método para gestionar el servicio (desayuno u otros), en base a políticas previamente definidas y comunicadas a los clientes, que asegure se respete la modalidad de la oferta informada al cliente, se respeten los horarios de inicio y fin del servicio, considerando alternativas; la limpieza de los espacios de servicio ante cualquier incidente, y el montaje del salón acorde a lo establecido por la organización.



Figura 30: Restaurante interno y pasillo



Figura 31: Restaurante patio

Servicio a la habitación

Dispone de un método para gestionar el servicio de habitaciones, en base a políticas previamente definidas y comunicadas a los clientes, que asegura: disponer de una carta que contenga la variedad de productos que se ofrecen, sus precios, el horario de servicio y el método para realizar los pedidos; la comunicación del plazo máximo de atención de los pedidos, que las habitaciones cuenten con el mobiliario necesario

para poder consumir los productos del servicio, o se provea del equipamiento para tal fin; recolección de utensilios y menaje utilizados; y las condiciones de temperatura e higiene del servicio.



Figura 32: Guía de Información

Proceso de soporte – Mantenimiento

Mantiene las instalaciones y equipamiento del establecimiento considerando la disponibilidad y correcto funcionamiento de los equipos e instalaciones con la aplicación de intervenciones correctivas o preventivas, el registro de las intervenciones realizadas en los equipos e instalaciones críticos con la fecha, responsable, descripción y recursos utilizados en la intervención en la “Hoja de Vida de Equipos” que se encuentran dentro del “Programa Inspección y Mantenimiento”.

Limpieza y desinfección

Mantiene instructivos documentados de trabajo estandarizados para la limpieza y desinfección de las instalaciones y equipos del establecimiento; así como un “Programa Limpieza y Desinfección” con su respectivo “Instructivo de Limpieza Áreas Comunes” los mismos que contienen su “Registro de Semanal de Limpieza”.

Limpieza y acondicionamiento de habitaciones

Dispone de un “Instructivo de Limpieza Habitaciones” para gestionar la limpieza y acondicionamiento de las habitaciones, que asegura: la limpieza y arreglo de las habitaciones vacías antes del horario establecido de ingreso de huéspedes, comunicar el horario de la limpieza de las habitaciones ocupadas, etc.



Figura 33: Limpieza de habitación

Recursos y materiales de trabajo

Controla el inventario de los productos de limpieza, materiales, blancos y equipos, revisa el estado de los blancos para identificar roturas, manchas o cualquier otro defecto que requiera su cambio y asegura la cantidad de blancos de cama y baño suficientes para prestar un servicio efectivo.

Compras

Dispone de un método para gestionar las compras de bienes y servicios para el establecimiento. Para el control de las compras se tiene el registro "Recepción de Productos", además de que se encuentran preestablecidos los proveedores mediante el registro "Lista de Proveedores".

Actividades De La Hacienda

Área de Infantil: posee una amplia área para niños, compuesto por un Rincón de Arte, Tarabita, Arenero, Saltarín, Pista de Bicicletas y Carritos Infantiles, Resbaladeras y Columpios.



Figura 34: Área de niños-pista

Galería Chorlaví: aquí se puede encontrar productos gourmet y artesanías 100% ecuatorianas.

Gallera: en este lugar se puede recordar las antiguas peleas de gallo, de igual manera se lo utiliza para reuniones Corporativas.



Figura 35: Ingreso a La Gallera

Vóley, Básquet, Tenis: La Hacienda cuenta con canchas para los distintos deportes y toda su instrumentaria.

Hamacas: se encuentran ubicadas en los jardines.



Figura 36: Área de hamacas

Fútbolín: se encuentra dentro de la Taberna de Los Monjes.



Figura 37: Fútbol de mesa

Películas – Sala del Toro: en este lugar se pueden apreciar varias películas de acuerdo al gusto de los clientes.



Figura 38: Sala del Toro

Lectura Compartida: un lugar ideal para intercambiar libros con otros visitantes. Se encuentra en la Sala del Toro.

Estanque de Koi: estanque de peces Koi, una especie de carpa autóctona de la China y famosa en Japón por su colorido y augurio de buena suerte.

Servicios de la Hacienda

- Gimnasio
- Bar y Restaurante
- Piscina y Spa con dos cuartos para masajes.
- Hidromasaje, sauna y turco
- Salones de Conferencias
- Eventos como bautizos, matrimonios entre otros.
- Capilla
- Taberna Los Monjes



Figura 39: SPA y Gimnasio

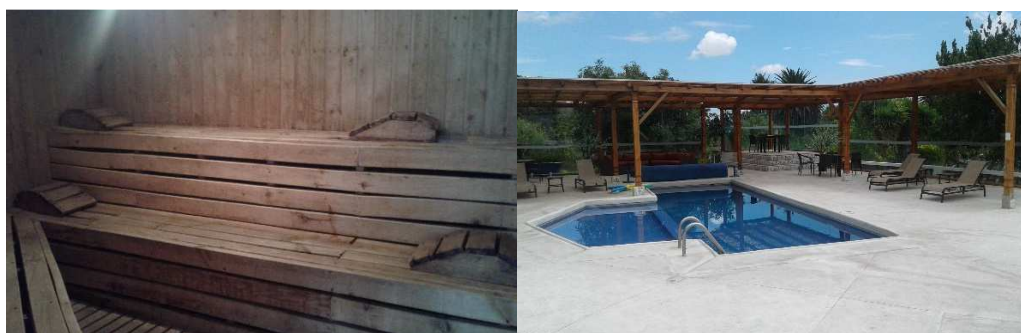


Figura 40: Sauna y Piscina



Figura 41: Capilla

3.5. ESTUDIO DE LA DEMANDA.

En cuanto a la demanda que existe en la Hacienda Chorlaví se puede mencionar que la visitan tanto turistas nacionales como extranjeros especialmente de Alemania y Francia, entre otros países europeos como: Italia y Grecia; y países asiáticos como: China y Japón; que gustan de un ambiente tranquilo y en armonía con la naturaleza. Varios de los turistas llegan por medio de agencias de viajes que trabajan directamente con la Hacienda.

3.6. ANÁLISIS DE PRECIOS.

La Hacienda ha determinado diferentes tarifas dependiendo de los clientes con los que trabaja: Agencias de Viajes, Empresas, Clientes frecuentes, etc.

Tabla 22
Precios de la hostería

TIPO DE HABITACIÓN	RACK	CORPORATIVA	AGENCIA
Habitación sencilla	105	105	79
Habitación Suite / Sencilla	120	115	
Habitación Matr. O Twin	130	126	82
Habitación Triple	170	165	111
Habitación Cuádruple	180	175	
Suite Matrimonial	155	150	132
Suite Familiar	220	220	166
Suite Superior Sencilla o Matrimonial	180		
Suite Presidencial Sencilla o Matrimonial	250		
Suite Superior Triple	205		
Suite Presidencial	300		
Villas familiares	310		

Fuente: (Hostería Chorlaví, 2016)

Al compararse los diferentes precios que ofrece la hostería, se puede ver que los precios más convenientes son por parte de las Agencias de Viaje. Cabe recalcar que la mayoría de veces las Agencias de Viaje llevan grupos mayores a 10 personas, lo cual de cierta manera no altera los precios Rack y Corporativos.

Por otro lado ciertas habitaciones no tienen los 3 tipos de tarifas, esto se da porque la acogida solo se da por tarifa Rack, por ejemplo las Suites casi nunca van a

ser contratadas por tarifa Corporativa o de Agencia de Viajes. En ese caso se reservan más las habitaciones: sencillas, dobles, triples y familiares.

3.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La distribución de los servicios de alojamiento, alimentación y extras, se realiza directamente a través de la página web de Hacienda Chorlaví, pagina Web de Booking.com, Expedia e indirectamente con agencias de viajes, tour operadores.

Relaciones públicas: la hacienda realiza visitas a Agencias de Viajes para dar a conocer los servicios que se ofrece y organiza fam trips.

Promoción de ventas: la hacienda, promociona las ventas a través de incentivos diseñados para estimular la compra de determinados servicios por los consumidores. Por ejemplo:

- Paquete: Vacaciones Familiares”
- “De compras a Ipiales”
- Paquete Especial Mayo “Día de la Madre”
- “PROMO CODE 2014, 20% de descuento en hospedaje”
- “Clientes MasterCard y Visa Produbanco”

Se aplica además la estrategia de fidelización en donde los clientes más fieles son premiados con descuentos, promociones y ventajas adicionales.

Merchandising: la hacienda realiza regalos en épocas festivas a los clientes (tour operadores y agencias de viajes, empresas).

Los medios de la comunicación

Dispone de varios medios de comunicación para realizar publicidad, entre ellos las páginas Web como Booking.com, Expedia, la página Web de Chorlaví, Facebook, Twitter y TripAdvisor. Además de reportajes en reconocidas revistas (Abordo, CARAS, Cosas).

- ✓ **Soportes gráficos**
 - Comunicación mural (vallas publicitarias en la vía)
 - Publicaciones especializadas
- ✓ **Audiovisuales**
 - CDs con galería de fotografías
 - Tour Virtual 8página web (www.haciendachorlaví.com)
 - **e-comunicación:** dispone de página web, donde se puede visitar las instalaciones y dispone de información acerca de productos y servicios, también informa sobre la disponibilidad, el precio, las promociones.

3.8. HOTELERÍA

3.8.1. Historia de la Hacienda Chorlaví

Cuenta la leyenda que en estas tierras hace más de 5 siglos el gran Inca Huayna Cápac, conoció y se enamoró de la princesa Caranqui Pacha. En lengua Caranqui Chorlaví significa "Nido de Amor". En 1620 fue la propiedad que los Jesuitas compran en la región.

Desde la época de la colonia fue una gran Hacienda que trascendió a la República hasta nuestros días. Hacia 1800 fue Troje o Monasterio de los Jesuitas, una señorial mansión campesina con diseño y decoración al más puro estilo europeo, pero con sabor de adobe, tejas y madera, hecha por los hábiles artesanos nativos, herederos de la majestuosa tradición Caranqui-inca de sus construcciones.

A raíz de la expulsión Jesuita, fue adquirida por la familia Tobar, con una extensión de más de 300 hectáreas. Han pasado 6 generaciones de la familia, siendo en la tercera con José Tobar, que la hacienda se transformó en hotel en 1973.

Entre las haciendas, sin duda Chorlaví es toda una tradición en el norte del país, por la belleza del lugar, por la nostálgica atracción de su vieja casa-hacienda de grandes salones, aposentos y servicios centrales, de enormes graneros hechos auditorios y salones, aposentos y servicios centrales, de enormes graneros hechos auditorios y salas de conferencias, casas para peones convertidas en habitaciones para huéspedes y

jardines y huertos cobijados por árboles milenarios que brindan al visitante el mágico aroma del pasado.

3.8.2. Filosofía empresarial de la hacienda

MISION

Brindar experiencias únicas a nuestros clientes a través de la calidez de nuestro servicio personalizado y el eficiente y responsable manejo de los recursos naturales.

VISION

Ser reconocidos nacional e internacionalmente como una empresa que brinda un servicio integral de calidad a todos nuestros clientes ofreciendo la magia y encanto de un lugar con historia comprometido con el medio ambiente y el bienestar generalizado.



Figura 42: Ingreso a la Hostería

3.8.3. Estructura Organizacional

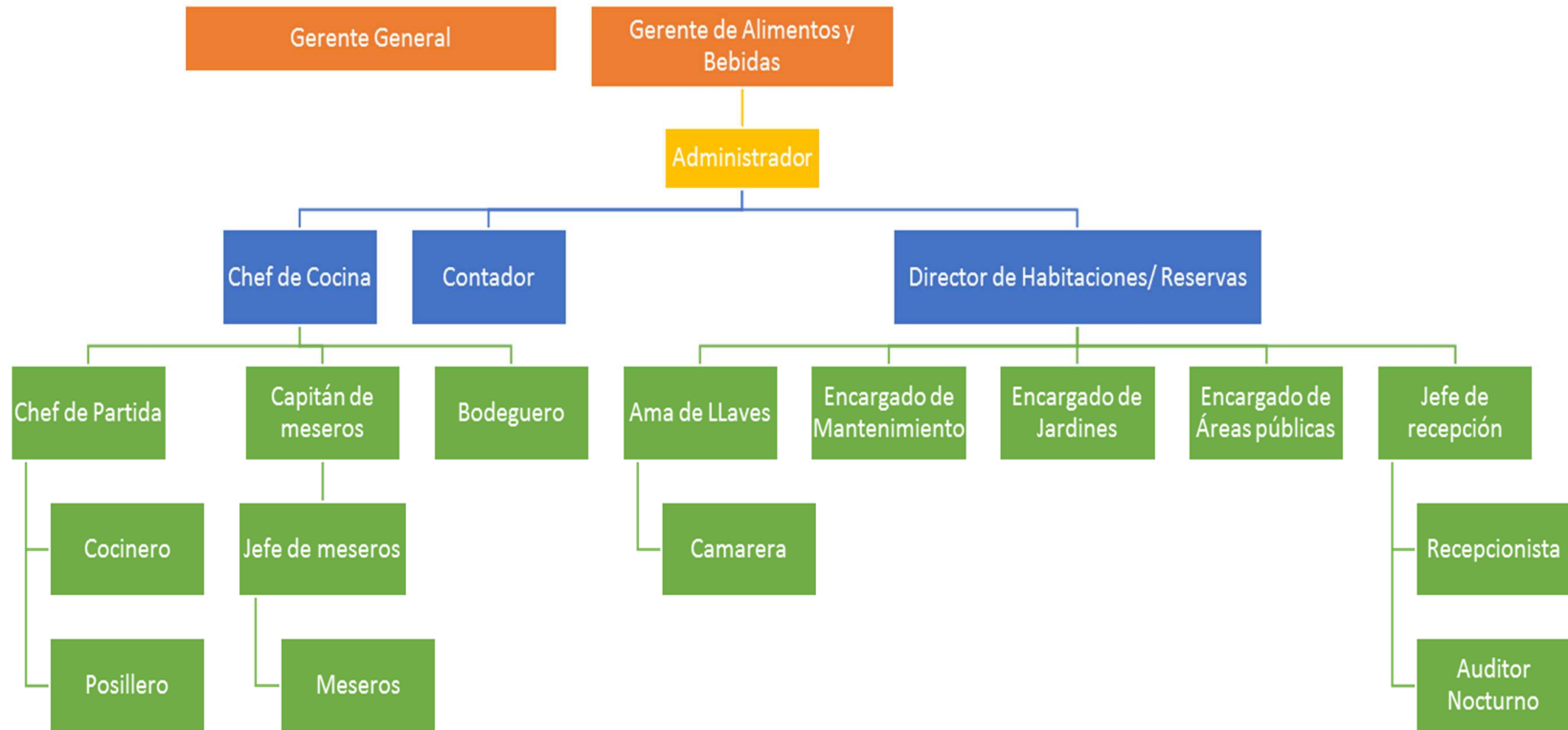


Figura 43: Organigrama funcional de la hostería

Fuente: (Hostería Chorlaví, 2016)

Dentro del organigrama que posee la Hacienda Chorlaví se puede observar que cuenta con varios departamentos los cuales requieren varios trabajadores y estos en número dan un total de 39 que se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 23
Número de personal de la hostería

CARGO	N°	CARGO	N°	CARGO	N°
Gerente general	1	Bodega	1	Cocineros	4
Propietario Gerente de alimentos y bebidas	1	Departamento Contable	2	Capitán de meseros	1
Administrador	1	Ama de llaves	1	Jefe de meseros	1
Chef de cocina	1	Camareras de piso	7	Meseros	3
Chef de partida	1	Mantenimiento	4	Recepcionista	3
Auditor nocturno	1	Jardines	3	Jefe de recepción	1
Áreas públicas	2				
Total			39		

Fuente: (Hostería Chorlaví, 2016)

3.8.4. Constitución legal

La Hostería Chorlaví cuenta con todos los permisos correspondientes para poder ejercer, siendo los siguientes:

- Certificado del Ministerio de Turismo – MINTUR (Anexo 2)
- Registro Único de Contribuyentes Sociedades (Anexo3)
- Permiso de funcionamiento – Cuerpo de Bomberos (Anexo 4)
- Licencia Única Anual de Funcionamiento – LUAF / Establecimientos Turísticos (Anexo 5)
- Patente (Anexo 6)

3.8.5. Análisis FODA

Tabla 24
Matriz FODA

		MATRIZ FODA	
		FACTORES INTERNOS FORTALEZAS	FACTORES EXTERNOS OPORTUNIDADES
F1	Posee certificaciones de calidad	O1	Crecimiento de sector turístico.
F2	Infraestructura histórica con entorno natural	O2	Precios accesibles para los clientes
F3	Aplicación de buenas prácticas ambientales	O3	Captación de mayor cantidad de turistas en mercado potenciales (Francia y Alemania)
F4	Personal Capacitado	O4	Gustos y preferencias de los turistas en cuanto a relacionarse con un entorno natural e histórico
F5	Utilización de Marketing on-line	O5	Convenios con tarjetas de crédito para garantizar un pago seguro
		DEBILIDADES	AMENAZAS
D1	Falta de personal Bilingüe	A1	Surgimiento de nuevos competidores en el mercado.
D2	No posee la suficiente señalética al ingreso de la Hostería.	A2	Precios bajos en el mercado competidor
D3	Falta de coordinación con agencias en cuanto a reservas.	A3	Aumento de la inseguridad turística.
D4	Poca comunicación Interna	A4	Incremento de tasas e impuestos en el sector turístico.
D5	Dificultad al dar mantenimiento de la infraestructura histórica.	A5	Crisis que dificulte la llegada de turistas extranjeros al país.

Tabla 25
Matriz MEFE

MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES EXTERNOS

N°	FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
	OPORTUNIDADES									
O1	Crecimiento de sector turístico.	X							50	
O2	Precios accesibles para los clientes	X							50	
O3	Captación de mayor cantidad de turistas en mercado potenciales (Francia y Alemania)	X							50	
O4	Gustos y preferencias de los turistas en cuanto a relacionarse con un entorno natural e histórico	X							50	
O5	Convenios con tarjetas de crédito para garantizar un pago seguro		X							30
	AMENAZAS									
A1	Surgimiento de nuevos competidores en el mercado.				X				5A	
A2	Precios bajos en el mercado competidor					X				3A
A3	Aumento de la inseguridad turística.				X				5A	
A4	Incremento de tasas e impuestos en el sector turístico.					X				3A
A5	Crisis que dificulte la llegada de turistas extranjeros al país.				X				5A	

Tabla 26
Matriz MEFI

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS

N°	FACTORES	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
	FORTALEZAS									
F1	Posee certificaciones de calidad	X								5F
F2	Infraestructura histórica con entorno natural	X								5F
F3	Aplicación de buenas prácticas ambientales	X								5F
F4	Personal Capacitado	X								5F
F5	Utilización de Marketing on-line		X							3F
	DEBILIDADES									
D1	Falta de personal Bilingüe				X					5D
D2	No posee la suficiente señalética al ingreso de la Hostería.					X				3D
D3	Falta de coordinación con agencias en cuanto a reservas.					X				3D
D4	Poca comunicación Interna				X					5D
D5	Dificultad al dar mantenimiento de la infraestructura histórica.				X					5D

Tabla 27
Matriz de estrategias cruzadas

MATRIZ: ESTRATEGIAS CRUZADAS

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		F1 Posee certificaciones de calidad	D1 Falta de personal Bilingüe	
	F2 Infraestructura histórica con entorno natural	D2 No posee la suficiente señalética al ingreso de la Hostería.		
	F3 Aplicación de buenas prácticas ambientales	D3 Falta de coordinación con agencias en cuanto a reservas.		
FACTORES EXTERNOS	F4 Personal Capacitado	D4 Poca comunicación Interna		
	F5 Utilización de Marketing on-line	D5 Dificultad al dar mantenimiento de la infraestructura histórica.		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO) PARA MAXIMIZAR F y O		ESTRATEGIAS (DO) PARA MINIMIZAR D y MAXIMIZAR O	
Crecimiento de sector turístico.	O1 F1F4O1 Ofrecer un servicio diferenciado y de calidad con personal capacitado a turistas extranjeros y nacionales.		D3O1 Implementar un sistema de control automatizado optimo y adecuado para reservas que se hagan por medio de agencias de viajes.	
Precios accesibles para los clientes	O2 F1F3O2 Optimización de recursos en el servicio para generar precios accesibles a los turistas acordes a la competencia.			

Continúa



Captación de mayor cantidad de turistas en mercado potenciales (Francia y Alemania)	O3 F5O3 Difundir en redes sociales y medios electrónicos, ofertas y promociones para atraer al turista extranjero.	D1O3 Contratar personal que domine dos o más idiomas.
Gustos y preferencias de los turistas en cuanto a relacionarse con un entorno natural e histórico	O4	D5O4 Establecer acuerdos con empresas de mantenimiento de construcciones históricas para preservar la imagen antigua y brindar servicio acorde a los gustos y preferencias del turista.
Convenios con tarjetas de crédito para garantizar un pago seguro	O5	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA) PARA MAXIMIZAR F y MINIMIZAR A	ESTRATEGIAS (DA) PARA MINIMIZAR D y A
Surgimiento de nuevos competidores en el mercado.	A1 F5A1 Fortalecer las actividades de publicidad y promoción para conservar la cartera de clientes existente.	D4A1 Establecer procesos de interrelación entre los trabajadores para fomentar la comunicación interna en la prestación de los servicios.
Precios bajos en el mercado competidor	A2 F4A2 Capacitación permanente al personal para mejora continua del servicio que se presta a los turistas.	D2A2 Establecer mejoras técnicas en la Hacienda para hacer frente a las deficiencias en establecimientos de la competencia donde se ofrecen precios más bajos.
Aumento de la inseguridad turística.	A3	
Incremento de tasas e impuestos en el sector turístico.	A4	
Crisis que dificulte la llegada de turistas extranjeros al país.	A5	

3.8.6. Infraestructura hotelera

La Hostería Chorlaví mantiene en perfecto estado la infraestructura y asegura el cumplimiento de la reglamentación correspondiente a su clase y categoría; cumple las regulaciones ambientales y de seguridad exigidas por la autoridad competente, las mismas que registran en el "Expediente del SGI".



Figura 44: Horno y techo antiguo



Figura 45: Casa antigua

Para el establecimiento es de suma importancia la Señalética informativa visible y normalizada de áreas y servicios, así como de seguridad para prohibiciones, obligaciones y peligros; así como un ambiente confortable, iluminado, limpio y no contaminado de olores con la instalación, operación y mantenimiento de sistemas de iluminación, ventilación, extracción y/o acondicionamiento de aire. Asegura el cumplimiento de la legislación vigente en cuanto al área para fumadores.

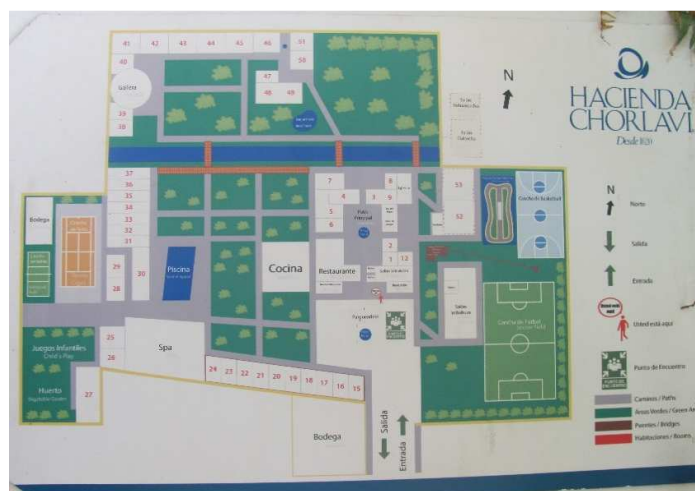


Figura 46: Mapa Hacienda Chorlaví

Respecto de los servicios sanitarios, la hostería cuenta con servicios independientes e identificados por género; estos se mantienen limpios periódicamente, asegurando su higiene y desinfección antes, durante y después de la prestación del servicio.

La Hacienda Chorlaví cuenta con varios tipos de habitaciones como:

Tabla 28
Tipos de habitaciones

TIPO DE HABITACIÓN	CANTIDAD
Habitación sencilla	10
Habitación doble	21
Habitación triple	4
Suite matrimonial	7
Suite familiar	3
Suite doble	2
Suite presidencial	2
Villas familiares	2
Total	51

Fuente: (Hostería Chorlaví, 2016)

3.8.7. Procesos

3.8.7.1. Proceso General

La Hostería Chorlaví mantiene un Organigrama funcional de la empresa de alojamiento incluido en el Manual de Talento Humano. Los procesos de la organización se definen en el siguiente diagrama.

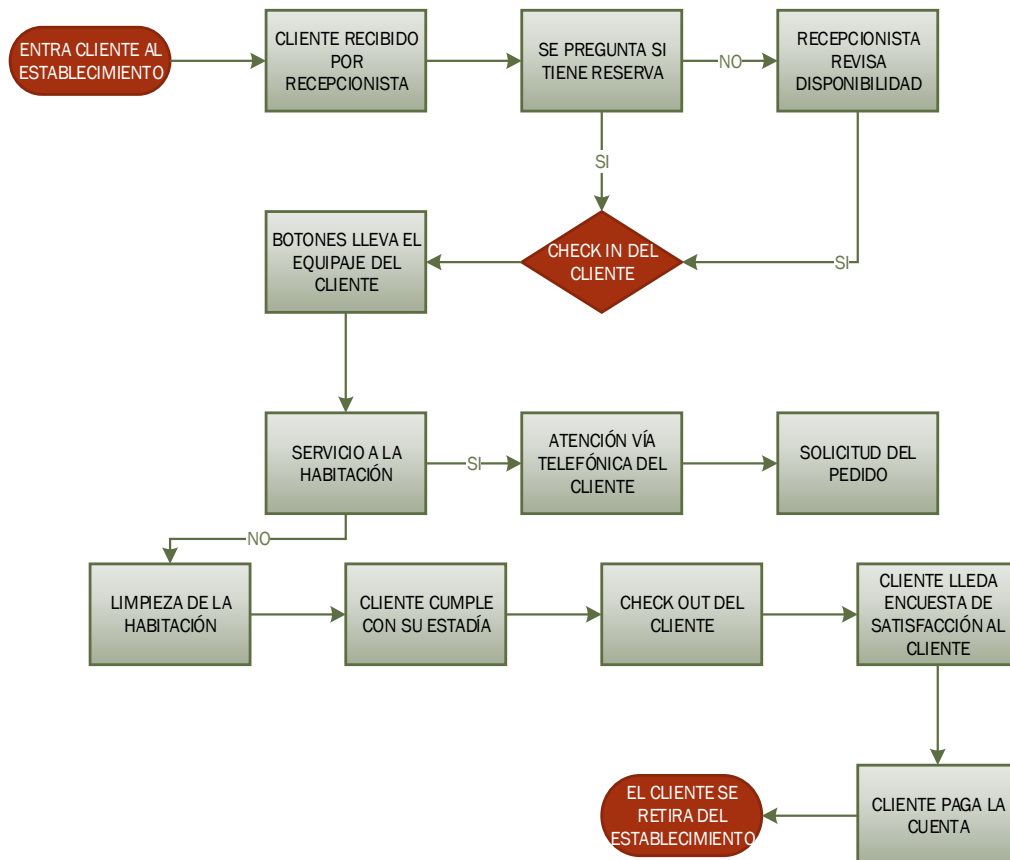


Figura 47: Proceso general de la hostería

Fuente: (Hostería Chorlaví, 2016)

La Hacienda Chorlaví establece, documenta y mantiene actualizado un sistema de gestión integrado para la calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo que describe los procesos y responsabilidades para asegurar el cumplimiento de las actividades operativas. La dirección de la Hostería es quien asume toda la responsabilidad del servicio ofrecido y la implementación efectiva de las herramientas de gestión necesarias. La dirección realiza:

- a) La implementación, mantenimiento y mejora del sistema de gestión integrado,
- b) Dispone de evidencias de cumplimiento de la legislación, reglamentos pertinentes y permiso aplicables al establecimiento turístico según la clasificación y categoría,
- c) Informa a los integrantes de la organización sobre la importancia de satisfacer las necesidades del cliente y cumplimiento de los requisitos legales aplicables.

La Hostería Chorlaví establece y documenta los puestos de trabajo y sus responsabilidades en la organización, establece y documenta las competencias necesarias de los puestos de trabajo considerando la educación, formación y habilidades; mediante el "Manual de Talento Humano". Asegura la profesionalización o la certificación de la competencia laboral del personal según los requisitos legales vigentes y define reglas documentadas de cortesía y trato a los clientes mediante un "Instructivo Reglas de Cortesía y Trato al Cliente", documenta el proceso de reclutamiento y selección de personal en el "Procedimiento de Gestión de Talento Humano" y realiza y documenta la inducción del personal nuevo; realiza y documenta la capacitación y adiestramiento con el "Registro de Inducción / Capacitación / Adiestramiento" que se menciona en el "Programa de Capacitación y Adiestramiento".

La Hostería mantiene un sistema de comunicación interna para asegurar que el personal conozca los resultados del servicio, la satisfacción de los clientes, política sobre gestión de propinas, y los comentarios y sugerencias de las partes interesadas, estas actividades se registran en el "Acta de Revisión".

3.8.7.2. Manual de Ama de Llaves

- Ingresar a su área de trabajo correctamente uniformadas
- Firmar el control de ingreso y salidas
- Verificar con la supervisora las habitaciones que tiene por limpiar en ese día
- Organizar y dividirse las habitaciones con la supervisora
- Preparar las canastas con todos los artículos de limpieza necesarios
- Llevar la lencería necesaria
- Limpiar y desinfectar las habitaciones asignadas

- Retirar el material sucio y colocar en cada funda de tela, tener la precaución de no arrojar al piso la lencería
- Solicitar la leña al departamento de áreas públicas y colocar en las Suites con chimeneas
- Avisar si existe algún daño en las habitaciones a su jefe inmediato
- Cambiar la papelería que esté manchada o deteriorada y reponer la papelería
- Reciclar las botellas plásticas y llevar al recipiente ubicado en lavandería como son toallas, cobijas cubrecamas, etc.
- Lavar los trapeadores que corresponden a cada camarera
- Todas las pertenencias de los huéspedes que se hayan encontrado en habitaciones se entrega en recepción

3.8.7.3. Manual de Restaurante

Primer turno o servicio de la mañana (07:00 a 15:00)

- Presentarse bien uniformados
- Firmar el control de ingresos y salidas.
- Entrar a la recepción y averiguar el número de huéspedes de la hacienda para preparar desayunos.
- Solicitar en recepción la llave de bodega de bebidas
- Hacer la respectiva requisición para la preparación del desayuno ya sea este buffet o servicio a la mesa.
- Revisar el stock de bebidas existentes en inventarios.
- Revisar las bebidas que se encuentren a una temperatura adecuada.
- Reponer los recipientes con margarina y mermelada, los mismos van directo en la mesa, al igual la azucarera, salero y pimentero para los desayunos.
- Pulir vasos y cubiertos del mise en place para el respectivo servicio.
- Verificar que todos los huéspedes hayan tomado desayuno.
- Preparación y montaje de mesas para almuerzo programados y por orden de eventos.
- Preparación de ají y verificación de chochos y chulpi para el inicio de almuerzos y cenas.

Segundo turno o servicio de la tarde (14:00 a 22:00)

- Ingresar bien uniformados.
- Firmar el control de ingresos y salidas.
- Presentarse en el área de trabajo para las disposiciones requeridas.
- Revisar que el turno anterior deje a disposición el lugar de trabajo bien aseado y desinfectado para proceder a la jornada.
- Preguntar en recepción la ocupación en la que se encuentre y reservaciones para cenas y habitaciones que necesite del restaurante.
- Proceder con la revisión de salones externos e internos.
- Revisión de velas en candelabros y focos de lámparas, internas y externas.
- Pulir el piso de los salones internos para el servicio de cenas.
- Revisar ventanas y vidrios, desempolvar objetos que se encuentren en las paredes del salón.
- Enfriar bebidas alcohólicas, gaseosas y otras para el servicio de cenas.
- Para que el mesero se pueda retirar de sus labores debe dejar el área de trabajo bien limpia.
- Las mesas de la cena, bien realizado el montaje con sus respectivos cubiertos, platos, copas y candelabros para el siguiente día.
- Dependiendo del número de huéspedes (mínimo 25), montar la aérea de buffet para atender al día siguiente los desayunos.
- No olvidar dejar bien cerrada el área de bebidas y desconectados los aparatos eléctricos.
- Al retirarse, dejar mencionado en recepción las novedades del día y entregar las llaves del área de bebidas.



Figura 48: Servicio de la mañana

3.8.7.4. Manual de Recepción

Turno a.m. (07:00 a 15:00)

- Ingresar bien uniformados y firmar el control de ingreso y salida.
- Leer libro de novedades
- Recibir las llaves master.
- Informar a mantenimiento algún daño que se haya presentado.
- Recibir caja chica.
- Entregar las llaves y radio Motorola a cada departamento.
- Entregar al departamento de lavandería la ropa sucia de los huéspedes en caso de haberlas.
- Revisar hoja de ocupación diaria.
- Preparar facturación de las habitaciones por salir y revisar los ingresos de los consumos respectivos.
- Recibir de los meseros las comandas de los desayunos incluidos en el costo de la habitación e ingresar en el sistema para el descargo, por número de persona y por habitación.
- Pedir a la ama de llaves que revise la habitación después de cada check out.
- Pedir al personal de servicio ayuda con la maleta de los huéspedes.
- Facturar y cobrar la cuenta independientemente de su forma de pago.
- Recibir la llave de la habitación y el control remoto.

- Revisar el mail y responder las reservaciones de habitaciones y eventos.
- Imprimir todas las reservas e ingresarlas al sistema.
- Abrir mesas de las comandas que nos traen los meseros.
- Hacer cierre de lote de DATAFAST.
- Proceder a realizar el cierre de caja para entregar al siguiente turno.
- Verificar los mínimos en stock en recepción.
- Hacer requisiciones de todos los productos que falten.

Turno p.m. (14:00 a 22:00)

- Recibir turno, leer libros de novedades tener en cuenta actividades pendientes.
- Recibir las llaves master.
- Revisar y recibir caja chica.
- Revisar hoja de ocupación diaria.
- Confirmar la llegada de reservaciones.
- Revisar el mail y responder las reservaciones de habitaciones y eventos.
- Imprimir todas las reservaciones e ingresarlas al sistema.
- Revisar facturas y formas de pago en el sistema e imprimir.
- Hacer cierre de caja y DATAFAST y cierre de turno para entregar al siguiente turno.

Turno nocturno (22:00 a 07:00)

- Recibir turno y leer el libro de novedades.
- Recibir caja chica.
- Revisar hoja de ocupación diaria.
- Realizar reporte de ventas diario, revisando las ventas de hospedaje y alimentación.
- Pasar por mail el reporte diario a la Gerencia.
- Realizar la limpieza del área de recepción.
- Revisar que las comandas y los consumos estén cargados según corresponda en el sistema que permitirá la correcta facturación.

Check in

- Dar la bienvenida al huésped y preguntar si tiene reservación.
- Informar los costos de los servicios y actividades ofrecidos en la Hostería.

Con reservación

- Solicitar al cliente que llene la ficha de registro.
- Consultar la forma de pago.
- Informarle el horario de desayuno, cena y costos de servicios adicionales.
- Solicitar al cliente que firme el documento de entrega de controles de la habitación.
- Ofrecer ayuda con las maletas.
- Pedir pre-autorización en el Boucher por el monto aproximado de la estadía.

Check out

- Reconfirmar datos para la facturación.
- Cuando confirme la factura, verificar que coincida el número físico con el número del sistema.
- Preguntar forma de pago, para hacer la devolución del Boucher en caso de que el pago sea en efectivo.
- Mientras realiza el check out averiguar al cliente como estuvo su estadía para posterior tomar en cuenta su queja o felicitación.

Facturación hospedaje

- Emitir la factura de la habitación solicitada para el check out previa confirmación de datos y costos.
- Entregar al cliente la factura original.
- Adjuntar los consumos realizados con la copia de tarjeta de registro a la segunda copia de la factura emitida y el Boucher.

Objetos perdidos y olvidados

- Las camareras deberán reportar al instante objetos olvidados en las habitaciones a recepción.
- Etiquetar con el número de habitación y nombre del huésped.
- Llamar al número de contacto del huésped sobre lo sucedido para poder realizar la devolución respectiva.
- El recepcionista de turno deberá informar sobre lo acontecido a sus compañeros para que tengan conocimiento y puedan informar al cliente. Los objetos olvidados permanecerán en recepción hasta que el cliente proceda a retirarlos.

- En caso de que el cliente una vez informado no se acerque a reclamar sus pertenencias se aplicara el reglamento para esos casos.

3.8.7.5. Manual de Seguridad y Áreas Públicas

En el día

- Presentarse bien uniformados
- Retirar las llaves y el Radio Intercomunicador en Recepción
- Revisar los breakers del tanque de agua caliente e informar en Recepción las novedades y firmar el respectivo formato establecido
- Realizar la limpieza de todos los corredores de la Hacienda y retirar la basura de los diferentes basureros ubicados en toda la Hacienda
- Revisar y limpiar los baños de los salones el Toro, Imbabura, Yahuarcocha, revisar que tengan papel higiénico, jabón líquido, toallas y que estén funcionando correctamente, caso contrario indicar cualquier novedad en recepción
- Retirar los forros de los muebles de mimbre ubicados alrededor de la pileta
- Realizar la limpieza del Salón Tobar, Salón el Toro, corredor de lectura y capilla
- Barrer y trapear todos los pasillos de las habitaciones
- Dar apoyo a las diferentes áreas dela Hacienda
- Mantener su bodega limpia y organizada con el stock mínimo de productos que necesitan para realizar las labores
- Realizar la limpieza y mantenimiento del salón de los niños

En la noche

- Presentarse bien uniformado
- Retirar las llaves y el Radio Intercomunicador en Recepción
- Revisar los breakers del tanque de agua caliente y reportar cualquier novedad previa firma en el formato establecido
- Revisar los breakers de tanques de agua caliente de las habitaciones que se ocupan y las que están reservadas

- Encender las luces de acuerdo a la ocupación de habitaciones
- Revisar las luces de acuerdo a la ocupación de habitaciones
- Revisar las luces de los corredores y pasillos de toda la Hacienda y reponer los que estén sin funcionamiento
- Limpiar y pulir los corredores del comedor del patio central
- Realizar el recorrido de alas rondas en toda la Hacienda
- Ayudar en el caso que se requiera con el equipaje de los huéspedes
- Colaborar si se requiere colocando camas adicionales en las habitaciones que se necesiten
- Luego de un evento realizado limpiar el salón que se ocupó
- Encender chimeneas en las Suites cada vez que requiera el huésped
- Revisar que todas las habitaciones estén cerradas y las luces apagadas cuando sea el caso y reportar en recepción las novedades
- Apagar luces de la Hacienda
- Cerrar puerta de acceso

3.8.8. Seguridad

3.8.8.1. Prevención de Riesgos

Es importante identificar las actividades necesarias para aislar, mitigar o paliar los riesgos laborales y ambientales relacionados con los puestos de trabajo. Para lo cual se ha creado el siguiente programa:

1. Registro actualizado, anualmente, el Comité Paritario en el Ministerio de Relaciones Laborales
2. Asegurarse que el Comité Paritario de SSt se reúna trimestralmente o en caso de accidente. Conocer sobre los avances de los programas de salud, inspección, mantenimiento, capacitación, adiestramiento, control, prevención de riesgos y buenas prácticas ambientales. Tratar el informe de accidente laboral y su solución.
3. Realizar mejoras, completar y/o mantener la señalética de Hacienda Chorlaví, según normas INEN: Rutas de evacuación, puntos de encuentro, salidas visibles, etc.

4. Realizar mantenimiento de: alarmas, detectores de humo, luces de emergencia
5. Organizar Brigadas de: combate de incendios, primeros auxilios, evacuación, comunicación
6. Realizar inspecciones de seguridad programadas y revisar: instalaciones eléctricas, instalaciones de gas, almacenamiento de productos químicos y combustibles, condiciones de cocinas y extractores, pisos resbaladizos, piscina y áreas húmedas
7. Tener y actualizar cada año el Reglamento de Seguridad y salud en el trabajo
8. Verificar la operatividad de los extintores de incendios
9. Contratar y documentar mediciones de factores de riesgo de ser necesario: ruido ergonomía

3.8.8.2. Política de Seguridad

Para la Hacienda Chorlaví la prioridad son los colaboradores. Se sabe que ellos son los que ofrecen el servicio y deben estar saludables y tener todas las herramientas para realizar sus actividades.

Se han modelado algunas áreas de la Hacienda para darles mejores herramientas de trabajo. También se han instalado cámaras de monitoreo, botones de pánico y una puerta de seguridad en la entrada para brindar mejor y más seguridad a los colaboradores y clientes. A continuación se presentan algunos de los planes de seguridad:

- Se cuenta con un plan a seguir en caso de robo, secuestro, etc.
- Se han asignado a una sola persona como bocera de la empresa y ella es la única persona autorizada a dar declaraciones a la prensa o a los huéspedes.
- Se está trabajando en los reglamentos de seguridad industrial y salud del gobierno
- Cada 6 meses se realiza un simulacro de evacuación en casos de emergencia. En cada área existe un responsable que está capacitado para guiar a los huéspedes a las zonas de seguridad

- Se trabaja en conjunto con la policía de San Antonio de Ibarra por el bienestar y seguridad de toda el área. Ellos realizan patrullajes diarios en el barrio y la Hacienda, a cambio se les brinda el almuerzo o cena.
- Se cuenta también con todos los seguros al día para cubrir cualquier caso de emergencia o lucro cesante.
- Todos los colaboradores que trabajan con alimentos poseen el carnet de salud que se adquiere anualmente por el Ministerio de Salud, para poder trabajar con alimentos
- Todo el personal de la Hacienda cuenta con un seguro privado de Accidentes Personales

Tabla 29
Identificación de posibles factores riesgos y accidentes más probables

ÁREA	POSIBLES FACTORES DE RIESGO	SOLUCIÓN
Recepción	Incendio. Por la magnitud de instalaciones eléctricas	Apagar los equipos cuando no estén en uso - Mantenimiento preventivo
Cocina	Incendio: Fuga de gas	Verificación de los cilindros de gas antes y luego de las jornadas laborales
	Incendio: artefactos eléctricos	Equipos sin uso desconectados. Revisiones periódicas
	Resbalones del personal	Pisos secos
		Uso de botas de caucho cuando se lava el piso
	Cortes	Concentración y buen manejo de cuchillos y objetos corto punzantes
	Quemaduras (cocina, agua o aceite hirviendo, horno, etc.	
Camarería	Quemaduras (planchas)	
Jardines	Cortes: podadoras	
	Insolaciones	Uso de gorras y equipo adecuado
	Accidentes por el uso de guadañas	Usar gafas y máscara de protección

Fuente: (Hostería Chorlaví, 2016)

Para evitar posibles accidentes:

- Áreas ordenadas
- Suelos libres de peligros de resbalar, tropezar o caer
- Señalización adecuada de áreas y vías de evacuación
- Pisos limpios, secos y libres de obstrucción
- Pasillos y corredores de tránsito que permitan movimientos normales
- Rutas y salidas marcadas claramente
- Salidas con iluminación adecuada
- Más de una salida para cada sector de trabajo
- Equipos sin uso desconectados
- Cables eléctricos cubiertos y protegidos
- Apagado de equipos luego de su uso
- Estado de cajas de breakers / membretadas
- Evitar la sobrecarga de alambres en interruptores o cortapicos
- En bodegas de archivos, evitar la acumulación de papelería, cartones, etc.

Uso de Sistemas de Emergencia

- Pulsadores de emergencia
- Iluminación de emergencia disponible y funcionando
- Luces de anuncios de emergencia
- Alarmas sonoras – Alarmas visuales
- Detectores de humo y/o calor
- Extintores
- Botiquín

3.8.9. Políticas de la empresa.

3.8.9.1. Política de la empresa

Ser una empresa de alojamiento y alimentación que brinda servicios de calidad, basados en la búsqueda de la satisfacción del cliente, sin descuidar el bienestar, la salud y la seguridad de sus empleados, buscando siempre la protección del ambiente y la permanencia exitosa de la empresa en el mercado.

3.8.9.2. Políticas de Remuneración

La empresa paga los salarios establecidos dentro de la escala salarial, los cuales están dentro de los sueldos sectoriales aprobados por el gobierno. Esta escala se realizó tomando en cuenta las funciones y responsabilidades de cada cargo. Además la hacienda paga el 10% de servicio que exige la ley. Los colaboradores de la hacienda reciben el pago del décimo tercer sueldo y décimo cuarto en las fechas definidas en el Código de trabajo.

Las políticas de la hacienda sobre las utilidades van de la mano con lo que el gobierno dispone. Además se presupuesta un porcentaje para mejoras y arreglos de la Hacienda.

3.8.9.3. Política de Servicio

La hacienda ofrece un excelente servicio a todos los clientes para lo cual se realizan continuamente seminarios, charlas y cursos motivacionales para los colaboradores. Se ha implementado también Manuales de Procedimientos para ayudar a los colaboradores a conocer y entender mejor las actividades de cada área.

Para brindar el mejor servicio a los huéspedes se ha implementado una mini encuesta que se entrega a los huéspedes en cada habitación.

Continuamente, se monitorea las sugerencias y opiniones de los clientes a través del Facebook, TripAdvisor, Expedia y Booking.com

3.8.9.4. Política Ambiental

En la Hacienda Chorlaví se tiene un compromiso de mejora continua y prevención de contaminación por medio de buenas prácticas al ofrecer los productos o servicios.

3.9. TURISMO

3.9.1. Calidad del servicio

Para conocer el nivel de satisfacción de los clientes la Hacienda Chorlaví ha visto necesario implementar un mecanismo para monitorear la información relacionada con la percepción del cliente respecto al servicio brindado, este mecanismo se aplica desde que se prepara un cuestionario para ser enviado al cliente hasta que se analizan los resultados obtenidos y se generan las acciones correspondientes.

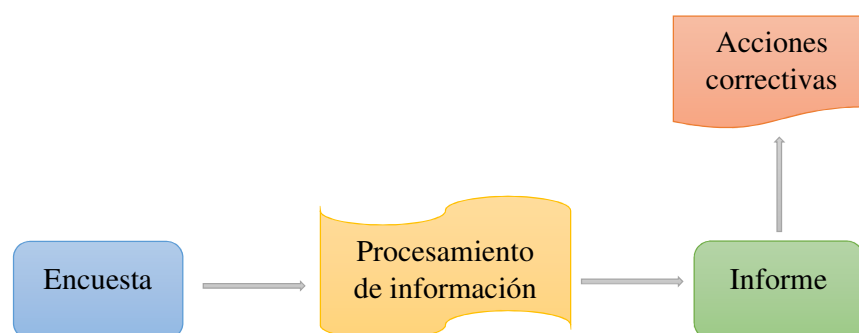


Figura 49: Mecanismo de monitoreo de satisfacción del cliente

Fuente: (Hostería Chorlaví, 2016)

Otro mecanismo utilizado para identificar la mejora en la prestación de los servicios, es conocer y actuar sobre la información de quejas y reclamos por parte de los clientes. Las quejas son informales y los reclamos son formales y documentados y son registrados en un formulario de quejas, reclamos y sugerencias. Como siguiente paso el supervisor analiza cada caso y da pronta atención para resolver cada uno de los inconvenientes que se han presentado.

3.9.1.1. Reconocimientos nacionales e internacionales

La Hostería Chorlaví posee varios reconocimientos tanto nacionales como internacionales, dentro de los cuales los más importantes son los que se encuentran a continuación:



Figura 50: Buscador de hoteles VENERE.com



Figura 51: Certificado de excelencia TripAdvisor



Figura 52: Distintivo Q

3.9.2. Información al turista.

La información proporcionada al turista es muy legible y adecuada en cada área que posee la Hacienda Chorlaví, ya que se puede encontrar varios murales con recortes de periódico indicando la historia de la misma y a su vez letreros de emergencia o con otra información relevante sobre el lugar. Es importante mencionar que dentro de cada una de las habitaciones se encuentra un cuadernillo donde se puede obtener información de las actividades con las que cuenta y de igual manera servicios y número de emergencia en caso de necesitarlos.



Figura 53: Recepción

3.10. AMBIENTE

3.10.1. Programa de Buenas Prácticas

Recepción y Oficinas

- Utilización de papel reciclado para anotaciones
- Utilizar el papel por las dos caras
- Reutilizar sobres para correo interno
- Utilizar luz y ventilación natural en la medida de lo posible
- Utilización de ordenadores de bajo consumo
- Desconectar la impresora siempre que no se esté utilizando
- Desconectar la fotocopidora al abandonar la oficina
- Instalar contenedores para la recogida selectiva de residuos

- Envío de cartas y cotizaciones vía internet que reducen la cantidad de impresiones en hojas de papel

Limpieza y Lavandería

- No utilizar detergentes que contengan cloro o fosfato
- Al utilizar productos de limpieza, seguir las instrucciones del fabricante en cuanto a dosificación para garantizar su correcto uso
- Uso de ingredientes orgánicos para shampoo y jabón del huésped
- Reutilizar sábanas y trapos viejos como trapos de limpieza
- No conectar lavadoras y lavavajilla a media carga implica mayor consumo de energía y detergentes
- Promover medidas para ahorrar en lavado de toallas
- Apagar las luces al salir de las habitaciones después de limpiarlas
- Utilizar las lavadoras con agua fría, supone un ahorro de electricidad de hasta un 90%
- Revisión constante de grifos de lavabos y bañeras, estos deben estar bien cerrados, sin gotear
- Se reciclan los jabones de las habitaciones para lavar los uniformes del personal



Figura 54: Utilización de amenities con productos eco-amigables

Cocina, Bar y Comedor

- Los hornos, fuegos y plazas son limpiados constantemente para que la grasa no impida la transmisión de calor

- Cocinar en recipientes y ollas adecuados al tamaño del fogón
- Al cocinar se tapan los recipientes para evitar la pérdida de calor y un consumo excesivo de energía
- No introducir alimentos aun calientes en las cámaras frigoríficas, no abrir las puertas de las cámaras y refrigeradoras innecesariamente
- Usar la mínima cantidad de agua para hervir y cocer
- El frigorífico se encuentra situado lejos de fuentes de calor
- Descongelar la comida antes de cocinarla
- Esperar llenar el lavavajillas antes de prenderlo
- Realizar limpieza de verduras en baldes con agua mas no agua en contiguo
- Cerrar grifos cuando no se estén utilizando
- Se utilizan filtros de agua Nikken, los filtros son cambiados cada 4 meses. Se reduce la generación de desechos plásticos por las botellas de agua
- No lavar platos bajo grifo, sino llenando el lavado (80% de ahorro de agua)
- No verter aceite de cocina usado a desagües
- Guardar los alimentos en contenedores, no utilizar papel aluminio ni plástico
- Separar los diferentes residuos

Áreas Públicas y Jardines

- Huertos orgánicos fumigados con productos caseros como agua con ajo, ortiga y cebolla
- Jardines, mínimo uso de pesticidas y herbicidas
- Se reduce el consumo eléctrico en las áreas públicas con el uso de timers que tengan la intensidad lumínica y sensores de movimiento
- Sistema de riego a los jardines fuente de la sequía que atraviesa la hacienda
- Los jardines cuentan con árboles que reducen la temperatura del suelo con la sombra que proyectan, disminuyendo las pérdidas de agua por evaporación
- Limpieza constante de la quebrada que atraviesa la hacienda
- Organizar mingas de limpieza con los pobladores de la zona para quebradas y sequias que pasan por la hacienda



Figura 55: Huerto utilizado por la cocina de la hacienda

3.10.1.1. Buenas Prácticas para el Medio Ambiente

Energía

- La hacienda tiene bombillos de bajo consumo instalados
- Carteles informativos en las habitaciones en el que se solicita al huésped apagar la luz cuando abandone su habitación
- Implementación de sensores de movimientos y timers en áreas públicas del hotel
- Campaña medioambiental para los colaboradores en el cual se explicara la política ambiental, objetivos y acciones a seguir para cumplir los objetivos.
- Se delega a un colaborador para que sea el Supervisor de Medioambiente, él se encargara de hacer las tomas mensuales del consumo de energía y analizarlas junto con la administración

Agua

- Servicios higiénicos en las habitaciones ahorradores de agua
- Control y mantenimiento del buen estado de las tuberías y circuitos de agua para evitar pérdidas, mantenimiento preventivo de equipos
- Se minimiza la renovación de agua en piscinas mediante la optimización de los sistemas de tratamiento
- Se ha implementado que en cada habitación exista una botella de cristal llena de agua para no utilizar el agua envasada.



Figura 56: Reutilización de botellas de cristal para el agua en las habitaciones

Residuos

- Instalación de dosificadores de jabón líquido en servicios públicos
- Se cuenta con contenedores para la separación selectiva de vidrio, papel, cartón y envases plásticos
- Se cuenta con un contenedor de pilas y recogida selectiva de fluorescentes

La Hacienda Chorlaví se preocupa por prevenir y reducir los impactos negativos que puede causar la actividad turística en sitios rurales, lo hace a través de mejoras progresivas en los procesos promoviendo el respeto y conservación de la biodiversidad, uso de los recursos y valores naturales, contribuyendo así a una mejor calidad de vida en el entorno.

Para ello la Hacienda Chorlaví realiza varias actividades para cada área de conservación:

Tratamiento de desechos sólidos

- Promover y apoyar el tratamiento de residuos sólidos bajo el mecanismo de las 3R (reducir, reciclar y reutilizar).

- Ejecutar campañas de información entre los empleados para la minimización y correcta gestión de los residuos y evitar la contaminación.
- Disponer la separación de residuos y desechos en contenedores diferentes para: reciclables, orgánicos, inorgánicos y peligrosos.
- Dar seguimiento y cumplir con el plan ambiental.



Figura 57: Contenedores para reciclaje-garaje



Figura 58: Contenedores para reciclaje-SPA

Ahorro de energía

- Promover medidas para el máximo aprovechamiento de la iluminación natural.
- Instalar y mantener iluminación con lámparas ahorradoras y sensores de movimiento.

- Esto se lo realiza de manera común en toda la Hacienda, ya que la mayoría de las habitaciones tienen varios ventanales o claraboyas que facilitan la entrada de luz durante el día.



Figura 59: Focos ahorradores en habitaciones

Emisión de gases

- Para el caso de las habitaciones que poseen un servicio de chimenea artificial se utiliza un combustible llamado biotanol que es amigable con el ambiente.

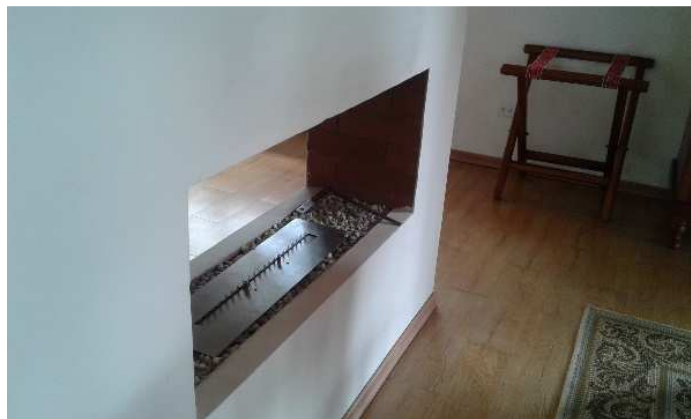


Figura 60: Chimenea artificial

3.10.2. Proyectos futuros

Agua: colocación de medidores en las entradas de las diferentes áreas operativas

Jardines: captar agua lluvia para limpieza de patios, parqueadero, regar plantas y jardines

Biodiversidad: realizar inventario de plantas y animales de la zona

3.11. SOCIEDAD

3.11.1. Relaciones comunitarias y bienestar social.

Cooperación Comunitaria

Contribuir al desarrollo económico local sustentable es un esfuerzo compartido entre la Hostería Chorlaví con las autoridades, las asociaciones, gremios de la zona y la comunidad local. La hostería cuenta con un programa el cual engloba los siguientes puntos:

- Definir y establecer los mecanismos de relacionamiento con la población
- Proveer oportunidades para la convivencia y el contacto de los visitantes con las comunidades locales, en las que éstas puedan mostrar su modo de vida, costumbres arte e historia.
- Fomentar la participación activa de la población en la actividad turística mediante la generación de empleos directos o indirectos.
- Articular el funcionamiento de la empresa con la economía local para apoyar su desarrollo (vincular productores de alimentos locales, artesanos, transportistas, alojamiento)
- Garantizar una participación en mayoría de personas de las comunidades locales.
- Adoptar y difundir las políticas de la empresa en contra de la explotación sexual, sobre todo de niños y adolescentes.

- Organizar cursos de idiomas para los empleados locales y sus relacionados que no conozcan el idioma predominante de los huéspedes
- Donar equipamiento y materiales del establecimiento a la comunidad local cuando lo soliciten.
- Apoyar el entrenamiento de líderes comunitarios para que capaciten a otros miembros de la comunidad en el rescate, conservación y mantenimiento de su herencia cultural
- Adoptar y difundir una política de apoyo y otorgamiento de facilidades a las personas con capacidades diferentes

Además cada fin de semana la Hacienda le brinda un espacio a una persona de alguna comunidad aledaña, para que pueda vender sus artesanías y pueda mostrarle al turista su proceso de elaboración como es en el caso de los tejidos. Con este accionar las comunidades tienen más oportunidades de desarrollarse económicamente por medio de estas ventas.



Figura 61: Artículos en venta de las comunidades

3.11.2. Capacitación al personal.

La Hacienda Chorlaví ha establecido acciones para programar, planificar y ejecutar seguimiento de la gestión de talento humano para lo cual se aplica para el ciclo de definición de la estructura organizacional la definición de puestos y competencias, reclutamiento y selección, inducción, capacitación y adiestramiento.

Selección y contratación de personal nuevo

Hacienda Chorlaví selecciona de acuerdo al perfil de cargo que requiere, esta posee un manual de talento humano el cual se va actualizando periódicamente con la

finalidad de mejorar la selección de personal competente. De igual manera los contratos se deben celebrar por escrito y registrarse en los organismos pertinentes como el IESS y el MRL.

Inducción

Al personal de la Hostería Chorlaví se le involucra con las actividades que la organización desarrolla, brindándole una adecuada preparación e información antes de iniciar sus funciones en temas relacionados a: reglamento de trabajo, funciones del cargo, reglamento de seguridad y salud en el trabajo.

Programa de capacitación y adiestramiento

La Hacienda Chorlaví cuenta con un programa de capacitación anual un día entero, que se realiza a inicios de cada año, tomando en cuenta cuales son las acciones correctivas que se deben realizar en cada área. Para la ejecución del programa de capacitación la asistencia es obligatoria y se imparten charlas o talleres sobre temas relacionados a:

- a) Procesos de gestión turística.
- b) Servicio de calidad en cada puesto.
- c) Ambiente: cuidado y prevención de la contaminación.
- d) Seguridad y salud en el trabajo.

De igual manera el personal accede a capacitaciones que imparte el Ministerio de Turismo, en cargos como recepcionista polivalente, camarería, manipulación de alimentos y mesero polivalente ya que estas son gratuitas.

CAPÍTULO IV

4. DISCUSIÓN

4.1. DISEÑO DE LA GUÍA DE INFORMACIÓN PARA LAS HOSTERÍAS

La guía fue realizada con información encontrada bibliográficamente y con datos obtenidos del estudio en la Hostería Chorlaví. Esta guía pretende mostrar todas las actividades que pueden realizar las hosterías independientemente del lugar en donde se encuentren y su categoría.

El material a ser utilizado para la elaboración de la guía es el papel couché brillante, el cual es mi manejable y utilizado para este tipo de publicaciones. Las medidas son: 29,5 cm de largo x 21 cm de ancho.

La guía está compuesta por 8 páginas incluidas la portada y la contraportada. Se utilizaron los colores: verde y blanco como fondo, primero porque dan un toque de elegancia y segundo porque son colores representativos de la naturaleza. A continuación se presenta el contenido de la guía.

Portada

En la portada se encuentra el nombre de la guía, el cual es: *"Sostenibilidad para las Hosterías"*; también se muestra una imagen que representa el compromiso que tiene el ser humano con la naturaleza y al hablar del ser humano se refiere también a las empresas. Se ha añadido la frase: *"Hoy más que nunca, la vida debe caracterizarse por un sentido de responsabilidad universal, no solo entre naciones y entre humanos, sino entre humanos y cualquier otra forma de vida"*-Dalai Lama. Muchas veces las personas piensan que la responsabilidad se la debe dar solo entre humanos pero no se ponen a pensar que la naturaleza es la fuente de vida y por tal motivo debería darse más cuidado a la misma. Esta frase da una gran iniciativa para que las personas y empresas tomen concientización al momento de realizar cualquier actividad que tenga contacto con cualquier ser vivo.



Figura 62: Portada de la guía de información

Página 1

En la primera página se muestra el concepto de sostenibilidad ya que es importante que las personas lo sepan, muchas veces tienen conceptos equivocados sobre la misma y por tal motivo mejor prefieren no tocar esos temas. En la guía se da

un concepto básico y coherente para que se pueda entender perfectamente el significado.



¿Qué es la sostenibilidad?

El desarrollo sostenible es el paradigma general de la Organización de las Naciones Unidas (UNESCO). El concepto de desarrollo sostenible fue dado por el Informe de la Comisión Brundtland de 1987 como: “el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades”. (UNESCO, 2012)

Para la UNESCO (2012), la sostenibilidad se basa en equilibrar los tres siguientes ámbitos: la sociedad, el medio ambiente y la economía, para tener una mejor calidad de vida en el futuro.

Figura 63: Concepto de sostenibilidad en la guía

También se ha colocado los “*Beneficios que se derivan del turismo sostenible*”. De esta manera las hosterías pueden conocer todos los beneficios que les traerá el realizar actividades sostenibles dentro de las mismas y de esta manera incentivarse un poco más.

Página 2

En la segunda página se plantean actividades relacionadas con las "Buenas Prácticas Ambientales". Se especifican actividades por los diferentes departamentos: Recepción y Oficina; Limpieza y Lavandería; Cocina, Bar y Comedor; Aseo Público y Jardinería. Las actividades especificadas en esta página se obtuvieron por parte de la Hostería Chorlaví y otras de consulta vía internet.

Recepción y Oficinas

- Utilización de papel reciclado para anotaciones, utilizar el papel por las dos caras
- Utilizar luz y ventilación natural en la medida de lo posible
- Instalar contenedores para la recogida selectiva de residuos
- Envío de cartas y cotizaciones vía internet que reducen la cantidad de impresiones en hojas de papel



Figura 64: Actividades sostenibles en recepción y oficina

Limpieza y Lavandería

- No utilizar detergentes que contengan cloro o fosfato
- Uso de ingredientes orgánicos para amenities
- Apagar las luces al salir de las habitaciones después de limpiarlas
- Utilizar las lavadoras con agua fría, supone un ahorro de electricidad de hasta un 90%
- Revisión constante de grifos de lavabos y bañeras, estos deben estar bien cerrados, sin gotear.



Figura 65: Actividades sostenibles en limpieza y lavandería

Cocina, Bar y Comedor

- Al cocinar se tapan los recipientes para evitar la pérdida de calor y un consumo excesivo de energía
- No abrir las puertas de las cámaras y refrigeradoras innecesariamente
- Usar la mínima cantidad de agua para hervir y cocer
- Esperar llenar el lavavajillas antes de prenderlo
- Cerrar grifos cuando no se estén utilizando
- No lavar platos bajo grifo, sino llenando el lavado (80% de ahorro de agua)
- Guardar los alimentos en contenedores, no utilizar papel aluminio ni plástico
- Separar los diferentes residuos



Figura 66: Actividades de sostenibilidad en cocina, bar y comedor

Áreas Públicas y Jardines

- Utilizar huertos orgánicos fumigados con productos caseros como agua con ajo, ortiga y cebolla
- Jardines, mínimo uso de pesticidas y herbicidas
- Usar timers que tengan la intensidad lumínica y sensores de movimiento
- Organizar mingas de limpieza con los pobladores de la zona



Figura 67: Actividades sostenibles en áreas públicas y jardines

Página 3

En la tercera página también se muestran las *“Buenas Prácticas Ambientales”* con la diferencia que se agrupan en otros temas que también son de ayuda para las hosterías. Los grupos son: Energía, Agua, Reciclaje y Emisión de gases.

Energía

- Usar bombillos de bajo consumo
- Usar carteles informativos en las habitaciones en el que se solicita al huésped apagar la luz cuando abandone su habitación
- Designar a una persona que controle el uso adecuado de la energía
- Promover medidas para el máximo aprovechamiento de la iluminación natural



Agua

- Usar servicios higiénicos en las habitaciones ahorradores de agua
- Minimizar la renovación de agua en piscinas mediante la optimización de los sistemas de tratamiento
- Implementar en cada habitación una botella de cristal llena de agua para no utilizar el agua emvasada.



Figura 68: Buenas prácticas ambientales (energía y agua)

Residuos

- Instalar dosificadores de jabón líquido en servicios públicos
- Implementar contenedores para la separación selectiva de vidrio, papel cartón y envases plásticos
- Ejecutar campañas de información entre los empleados para la minimización y correcta gestión de los residuos y evitar la contaminación.

**Emisión de gases**

- Para el caso de las habitaciones que poseen un servicio de chimenea artificial se debe utilizar un combustible llamado bioetanol que es amigable con el ambiente.



Figura 69: Buenas Prácticas Ambientales (residuos y emisión de gases)

Página 4

En la cuarta página se mencionan dos de las más importantes certificaciones sobre calidad y sostenibilidad: Calidad Q y RainForest Alliance. Se incluye los logos de cada certificación y los logos de establecimientos hoteleros que poseen estas certificaciones. Se hace una breve descripción de que trata cada una.



Rainforest Alliance trabaja con hoteles, operadores de turismo receptivo y emisor y otras empresas turísticas, para ayudarles a mejorar sus prácticas ambientales, sociales y económicas. Sus estándares de turismo sostenible para Hoteles y Tour Operadores Receptivos tienen el estatus "Reconocidos por GSTC", lo que significa que estos incluyen todos los elementos de los Criterios Globales para Turismo Sostenible que promueve el Consejo Global de Turismo Sostenible.

Figura 70: Especificación RainForest



El denominado plan Q, es una herramienta de planificación turística, que incluye el programa de fortalecimiento a la calidad turística a través de la entrega de un reconocimiento a los establecimientos turísticos denominado “distintivo Q”, que deriva de la palabra “QUALITAS” que en latín significa calidad.

Es un reconocimiento que otorga el Municipio a través de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo a Los establecimientos turísticos que han implementado sistemas de gestión de turismo sostenible y calidad contando con un equipo humano preparado que permiten elevar la calidad de la oferta turística.

Figura 71: Especificación Calidad Q

Página 5

En la quinta página se muestran los “*Requisitos para acceder a la certificación local denominada Distintivo Q*”. Estos datos pueden ser tomados en cuenta por las hosterías que quieran acceder a esta certificación.



BIODIVERSIDAD
El establecimiento no debe mantener especies animales y vegetales en peligro y/o la exhibición de piezas arqueológicas o patrimonio histórico sin los permisos correspondientes de la autoridad competente.
La jardinería o espacios verdes del establecimiento deben contar con especies vegetales nativas y/o endémicas de la zona.
Contar con información sobre la flora y fauna nativas de la zona, así como las disposiciones legales vigentes sobre el tráfico de flora y fauna.
El establecimiento evita comercializar, consumir especies o productos derivados de flora y fauna prohibidos por la ley.
PROTECCIÓN Y CONSERVACIÓN AMBIENTAL
Contar con productos biodegradables para la limpieza del establecimiento.
Minimizar la compra de insumos altamente contaminantes tales como: aerosoles, plásticos, químicos, pesticidas, desechables, entre otros.
Informar a los clientes de aquellas medidas de sostenibilidad adoptadas por el establecimiento que pueda repercutir en los servicios del mismo.
Entregar los aceites usados a los gestores ambientales autorizados por la autoridad ambiental local.
Contar con un documento donde se detalle las acciones necesarias para el uso y ahorro de energía, y es difundido a todo el personal de la empresa.
Contar con un documento donde se detalle las acciones necesarias para el uso y ahorro de agua, y es difundido a todo el personal de la empresa.
En caso de que el establecimiento utilice sistemas alternativos de energía como: solar, eólica, geotérmica o biomásica, deberá contar con registros de su uso y mantenimiento.

Figura 72: Requisitos para la certificación local denominada DistintivoQ

Página 6

En la sexta página se muestran los *"Requisitos para acceder a la certificación internacional RainForest Alliance"*. Estos pueden ser tomados en cuenta si la hostería quiere acceder a esta certificación.

Áreas operativas	Agua	Energía	Conservación de la biodiversidad	Prevención de contaminación	Educación ambiental
HABITACIONES	<p>Instalar inodoros eficientes.</p> <p>Usar grifos y duchas con aireadores.</p>	<p>Apagar las luces no usadas.</p> <p>Sacudir el polvo de las bombillas.</p>	<p>Limitar el número de luces encendidas durante la noche.</p>	<p>Usar aparatos que funcionen con energías alternativas.</p> <p>Colocar, en los baños, dispensadores de jabón, champú y papel higiénico para evitar el desperdicio.</p>	<p>Educar al personal y a los turistas sobre la necesidad de cerrar las llaves de agua que no se estén usando.</p>
COCINA	<p>Usar aparatos eficientes que no requieran tanta agua.</p> <p>Lave platos en lava-vajillas con carga completa.</p>	<p>Utilizar aparatos eléctricos modernos y eficientes.</p>	<p>No ofrecer especies escasas como una opción de alimentación.</p>	<p>Ofrecer alimentos hechos en su hostería o que tengan envolturas biodegradables.</p>	<p>Informar al personal y a los turistas el ahorro que se produce al apagar las luces y los aparatos eléctricos que no están en uso.</p>
LAVANDERÍA Y LIMPIEZA	<p>Usar lavadoras y electrodomésticos de limpieza eficaces.</p> <p>Adquirir un compresor móvil y pistolas de lavado a presión para limpieza.</p>	<p>Aprovechar el calor del sol para el secado de ropa.</p> <p>Planchar varias prendas a la vez.</p>	<p>Usar productos de limpieza y detergentes que no dañen el ambiente.</p>	<p>Utilizar toallas de tela lavables.</p> <p>Usar los envases vacíos para clasificar objetos.</p> <p>Limpie con productos amigables con el ambiente.</p>	
ESPACIOS VERDES Y ÁREAS NATURALES PROPIAS	<p>Regar los jardines temprano o cerca del anochecer.</p> <p>Utilizar plantas que no necesiten tanta agua.</p> <p>Colocar pistolas de chorro mecánicas en el extremo de las mangueras de riego.</p>	<p>Sembrar árboles o arbustos nativos alrededor de su empresa. Instale sensores de movimiento en áreas oscuras del jardín.</p>	<p>Identificar las principales especies de plantas propias de la región.</p> <p>No clavar rótulos en los árboles.</p> <p>Podar las plantas regularmente.</p>	<p>Establecer biojardíneras.</p> <p>Producir abono natural.</p> <p>No utilizar agroquímicos.</p>	<p>Organizar campañas ambientales en la comunidad. Desarrolle zonas de amortiguamiento alrededor de las reservas.</p> <p>Establecer rótulos sin "quebrar" el paisaje.</p>

Figura 73: Requisitos para la certificación internacional RainForest Alliance

Contraportada

Se utiliza al color verde como fondo para seguir haciendo énfasis en la naturaleza. Se hace una pequeña especificación de los beneficios que puede adquirir una hostería al realizar actividades sostenibles.

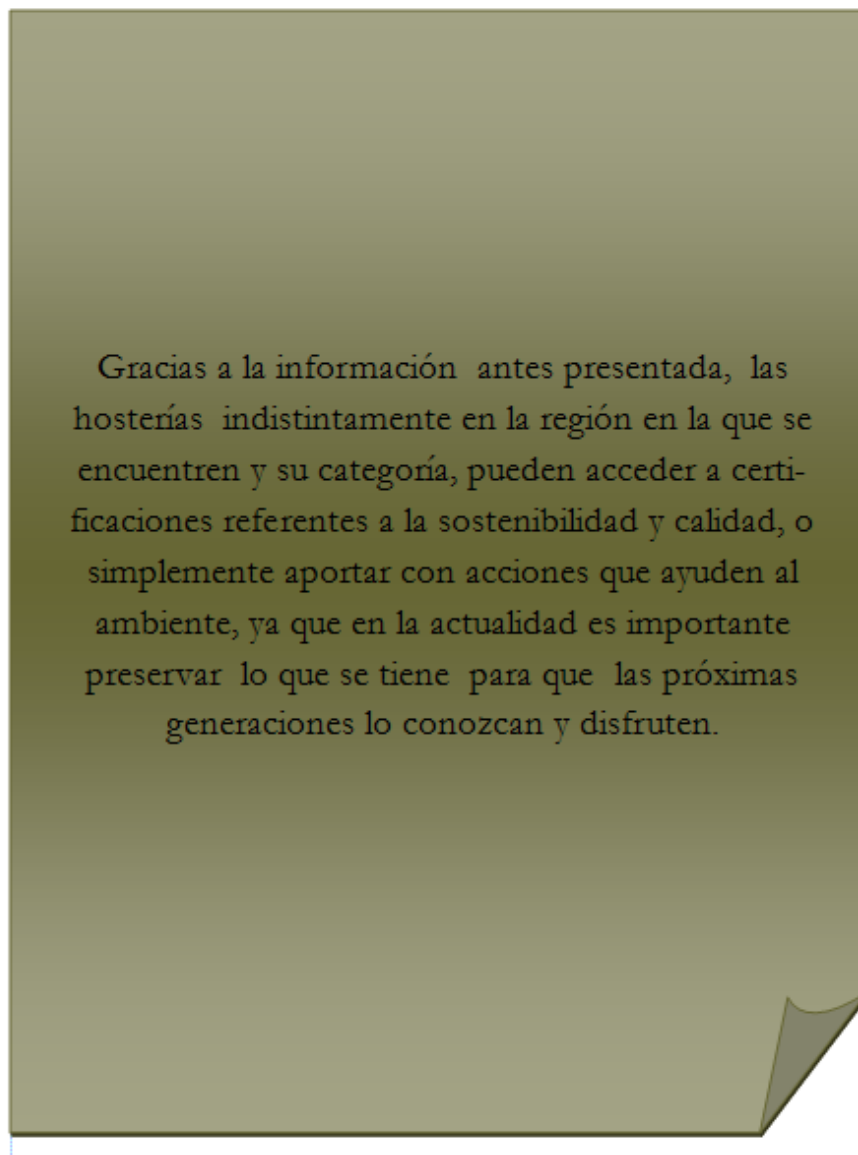


Figura 74: Contraportada de la guía

4.2. RESTRICCIONES PRESENTADAS EN LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Durante el desarrollo de la investigación sobre el tema “calidad turística para la sostenibilidad en la Hostería Chorlaví se encontró varias restricciones que impidieron que se realizara adecuadamente las actividades como se tenía planificado previamente. Con respecto al tiempo se puede mencionar que fue un limitante, ya que al no residir en la ciudad de Ibarra, donde se realizaba el estudio no se podía permanecer varios días, inclusive semanas o meses como se hubiese querido para obtener más información acerca de los servicios que oferta, su mecanismo al momento de la atención al cliente, sus maneras de reciclar y en el cuidado del ambiente, el desempeño de sus trabajadores y vivencias e historia sobre la Hostería Chorlaví.

En cuanto al aspecto económico al ser estudiantes, no se contaba con el suficiente capital para viajar hacia la ciudad de Ibarra donde se encuentra ubicada la Hacienda Chorlaví por periodo largo de tiempo, ya que esto significaba un gasto representativo de alimentación, alojamiento y transporte que se debía asumir, sin embargo se logró ir la mayoría de veces a visitar la Hostería Chorlaví, con la finalidad de recolectar información proporcionada por la Administradora del lugar y a su vez realizar entrevista y observación sobre el servicio que brinda la misma, datos que eran muy valiosos para continuar con la investigación planteada.

Otro de los aspectos negativos fue la falta de colaboración por parte de los turistas que visitaban y se alojaban en la Hacienda Chorlaví, ya que al momento de aplicar las encuestas previamente aprobadas por la docente tutora, se negaban a ayudar en la contestación de las preguntas que constaban en las encuestas, mencionando que no tenían tiempo o simplemente les parecía molesto contestar una encuesta en medio de sus vacaciones o tiempo libre.

Y de igual manera al no poder permanecer mucho tiempo en la Hacienda Chorlaví no se pudo tener contacto con la cantidad de turistas que se hubiese necesitado para seguir con lo planificación.

4.3. PROPUESTA DE NUEVOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.

Después de haber realizado el estudio de “Calidad turística para la sostenibilidad de la Hacienda Chorlaví” se puede determinar que ha sido un tema muy relevante ya que en la actualidad la calidad y la sostenibilidad es la base para brindar un servicio satisfactorio, tanto a turistas nacionales y extranjeros, por ello se recomienda continuar con la investigación relacionada con el tema en otras hosterías de diferentes localidades o regiones.

Se pueden realizar estudios sobre certificaciones de calidad para la sostenibilidad como: RainForest Alliance, Smart Voyager mostrando requisitos, formularios y formas de llenarlos y beneficios tanto económicos, reconocimientos internacionales y la ayuda que estas le brindan al ambiente realizando acciones positivas, como el cambio de varios implementos focos ahorradores o paneles solares en áreas públicas.

Existen varias hosterías en todo el país que podrían ser objeto de estudio en el cual se involucre el tema de calidad y sostenibilidad, propuestas para implementación de certificaciones o simplemente ayudar en la mejora de los procesos internos de una hostería.

La capacitación del personal es indispensable y se puede realizar un estudio más a fondo solo sobre este tema, ya que el talento humano juega un papel muy importante en las actividades que se brinda al turista por ende es la carta de presentación del establecimiento, y son las personas de las que va a depender si existe o no calidad.

El tema de sostenibilidad es muy amplio y es importante que la investigación siga ya que hay varios parámetros que una hostería debe cumplir para ser un referente del cuidado del ambiente.

Se puede desarrollar un estudio comparativo entre hosterías que posean alguna certificación, para de esta manera determinar que podrían mejorar o implementar dentro de cada una, y complementar el servicio que brindan.

4.4. CONCLUSIONES

De acuerdo a la recopilación y análisis tanto de teorías de autores; como de experiencias y enfoques sobre calidad turística y sostenibilidad, se ha podido determinar que la relación de las bases teóricas con el estudio de la realidad es muy apegada; lo cual ha facilitado el éxito en el desarrollo del presente estudio. Por otra parte las diferentes teorías son apoyadas por las experiencias en otros países dentro de establecimientos hoteleros que siguen parámetros de calidad turística y además un manejo adecuado de la sostenibilidad.

A través del diagnóstico se visualizó cual es la realidad de la hostería del caso de estudio. La Hostería Chorlaví brinda los servicios de alimentación, alojamiento, y actividades recreativas, y es uno de los claros ejemplos que las personas se divierten en un establecimiento hotelero de este tipo. Las hosterías y haciendas se encuentran ubicadas en lugares naturales y por tal motivo deben realizar actividades amigables sin afectar a la calidad de los servicios que ofrecen. La Hostería Chorlaví se ha convertido en un buen ejemplo al brindar servicios de calidad realizando actividades de sostenibilidad. La hostería todavía se encuentra en auge al momento de realizar actividades de sostenibilidad pero ha demostrado que tienen bastante empeño para poder incrementar las mismas y así mejorar el trato al ambiente. Gracias a la realización de sus actividades de una manera adecuada la hostería posee certificaciones y reconocimientos tanto nacionales como internacionales lo cual hace que sea reconocido en diferentes países del mundo. Un claro ejemplo son Francia e Italia que la mayoría de turistas provienen de esos países. En cuanto los turistas se evidenció que ya no buscan establecimientos hoteleros caros debido a que en la actualidad un precio alto no garantiza la calidad del establecimiento, y se prefiere que el servicio satisfaga las necesidades y la fidelización. A pesar que la hostería no posee una certificación de sostenibilidad, realiza actividades que ayudan al ambiente. Esto demuestra que buscan conservar la naturaleza sin la necesidad de una certificación y a la vez genera beneficios económicos. La comunidad también es un punto muy importante dentro de la sostenibilidad y se pudo constatar que la hostería trabaja conjuntamente con la comunidad dándoles trabajo en áreas propias del hotel y también dándoles espacios

para que sean conocidos, por ejemplo: señoras que venden sus artesanías y grupo de danza, dándole una identidad propia que otros establecimientos hoteleros no poseen.

Para poder completar el estudio se consideró importante realizar una guía de información que contenga todos los parámetros que necesita cumplir una hostería para realizar actividades o conseguir un certificado de sostenibilidad. Muchas veces las hosterías no optan por cumplir parámetros relacionados con la sostenibilidad debido a que se les dificulta la búsqueda de información en diferentes sitios, la guía hace que la búsqueda sea más fácil al encontrar todos los aspectos en un solo lugar. La guía contiene 6 páginas que incluyen: portada, conceptos de sostenibilidad, beneficios para las hosterías, actividades sostenibles, buenas prácticas ambientales, requisitos para la certificación Calidad Q y RainForest Alliance y contraportada. Para poder elaborar la guía se tomó en cuenta varios aspectos que posee la Hostería Chorlaví en cuanto a las actividades relacionadas con la sostenibilidad dándole a la hostería un enfoque diferente de las demás, de igual manera se recopiló información sobre las certificaciones más utilizadas localmente por varios establecimientos en el país y que poseen hoy en día.

4.5. RECOMENDACIONES

Se recomienda ampliar el tema de calidad turística, ya que existen varios parámetros importantes a considerar como certificaciones que se utilizan en la actualidad a nivel local, y la sostenibilidad dentro de un establecimiento hotelero debido a que este tema se ha vuelto una tendencia a nivel mundial en el sector turístico.

Mediante la investigación realizada se sugiere a las hosterías independientemente de la región o localidad donde se encuentren ubicadas deben tomar acciones que ayuden al ambiente, y con un presupuesto adecuado poder implementar varias cosas para acceder a certificaciones locales o internacionales, dándoles estas un reconocimiento, aumento de sus ingresos, personal capacitado y cuidado del entorno en donde se encuentra su establecimiento hotelero. Es importante que las hosterías posean por lo menos una certificación de calidad ya que en la actualidad los turistas buscan confort pero también un establecimiento que sea responsable con el ambiente, este es un asunto que muchos turistas toman en cuenta al momento de alojarse y hoy en día es una tendencia. La calidad es primordial en un establecimiento hotelero cualquiera que fuere su categoría, por ello se debe brindar servicios de calidad que harán que el turismo interno crezca y con el paso del tiempo ser un país reconocido por calidad turística. Se considera primordial contratar personal capacitado y con experiencia en las áreas en las que se requiera, ya que de esa manera podrán brindar un servicio diferenciado y del agrado de los turistas nacionales o extranjeros. Las hosterías deben invertir un capital adecuado para realizar remodelaciones que ayuden a mantener una buena apariencia y adecuado equipos para que los turistas lo disfruten plenamente. Es indispensable mantener un adecuado manual de procesos de cada área y una buena administración por parte de los propietarios de las Hosterías. Se sugiere que los propietarios tengan la predisposición de ser parte del cuidado del ambiente, para que se mantengan su entorno natural y de igual manera se obtenga beneficios económicos.

Se recomienda que para futuros estudios se realice un manual de sostenibilidad de acuerdo a cada área administrativa y operacional de una hostería o cualquier establecimiento hotelero independientemente de su categoría o su ubicación

geográfica. De igual manera se puede elaborar trípticos o dípticos informativos dirigidos a los turistas con las actividades que deben realizar para el cuidado y conservación del ambiente al momento de visitar cualquier establecimiento hotelero o turístico. También se puede realizar un instructivo de los requerimientos específicos que demanda una certificación de calidad y/o sostenibilidad, como sugerencia: Calidad Q, RainForest Alliance, y Smart Voyager.

REFERENCIAS

- Alojamientos conectados. (s.f.). *Manual práctico de Calidad Hotelera para hoteles y alojamientos rurales*. Obtenido de <http://www.alojamientosconectados.es/turismo/sites/default/files/10.%20Calidad%20Hotelera.pdf>
- Anónimo. (18 de enero de 2016). *Definición de hostería*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/hosteria/>
- Anónimo. (s.f.). *BENEFICIOS QUE SE DERIVAN DEL TURISMO SOSTENIBLE*. Obtenido de <https://veraangie.wordpress.com/beneficios-que-se-derivan-del-turismo-sostenible/>
- Anónimo. (s.f.). *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- Anónimo. (s.f.). *DEFINICION DE LA SOCIEDAD*. Obtenido de <https://pochicasta.files.wordpress.com/2009/03/que-es-sociedad.pdf>
- Anónimo. (s.f.). *Definiciones y alcances del concepto de Seguridad*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/nobile_g_m/capitulo1.pdf
- Anónimo. (s.f.). *Sociedad*. Obtenido de <http://faculty.ksu.edu.sa/belaichi/Clases/TRADUCCI%C3%93N%20SOCIAL%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9/Sociedad.pdf>
- Archiduque, C. (2010). *Satisfacción del clientes y calidad de servicios*. Valencia : CISS.
- Barrera , C., & Bahamontes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *RIAT*, 50-56.
- Bermejo, R. (2011). *Del desarrollo sostenible según Brunstland*. Bilbao: UPV.
- Bermeo , A. (2010). *DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de <file:///G:/LIBROS/ecuador-desarrollo.pdf>
- Cantú, J. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad*. Mexico: McGraw Hill.

- Cotococha Amazon Lodge. (2016). *Rainforest Alliance*. Obtenido de http://www.cotococha.com/es/rainforest_alliance.php
- Daza, J. (2013). *Análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros*. Obtenido de <http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/19/CriterioLibre-19-art12.pdf>
- de Barillas, C., Hernández, G., & Paredes, J. (2011). *INDUCCION A LA CALIDAD*. Obtenido de <http://www.onsec.gob.gt/descargas/calidadgestionpublica/MATERIALINDUCCIONALACALIDADParte1.pdf>
- De la Cruz, M., Alvarez, J., Vila, M., & Fraiz, J. (2013). Alojamiento rural barreras a la implantación. *Análisis turístico*, 1(15), 13-24.
- Definiciona. (21 de diciembre de 2016). *Hostería*. Obtenido de <https://definiciona.com/hosteria/>
- Definiciones-de.com. (03 de octubre de 2010). *Definición de hostería*. Obtenido de <http://www.definiciones-de.com/Definicion/de/hosteria.php>
- Dionet, E. (21 de Noviembre de 2014). *DEFINICIÓN DE TURISMO Y HOTELERIA*. Obtenido de <https://prezi.com/ntpb4ypbqhlo/definicion-de-turismo-y-hoteleria/>
- Durango, I. T. (s.f.). *Conceptos básicos de impacto ambiental*. Obtenido de <https://doca9nerimgnj.wikispaces.com/file/view/impacto.pdf>
- Español, I. (s.f.). *HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL*. Obtenido de <http://www.probides.org.uy/publica/dt/DT42.pdf>
- Fomento, B. I. (2008). *Sostenibilidad ambiental*. Obtenido de http://siteresources.worldbank.org/EXTENVIRONMENT/Resources/EvalSumm_esp.pdf
- Fraiz, J. A., Alén, M. E., & Domínguez, T. (2011). *LA ACCESIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD DE MERCADO*. Obtenido de <http://www.esade.edu/cedit/pdfs/papers/pdf3.pdf>
- Gómez, J. (2014). Desarrollo sostenible a la sostenibilidad ambiental. *Dialnet*(XXI), 115-136.

- Hernandez , I., & Gil , F. (2013). Reflexiones sobre el concepto de Turismo Sostenible y su integración en el actual contexto sociopolítico ecuatoriano. *Dialnet*, 2(2), 68-88.
- Loustaunau, M. (2014). *Aspectos e Impactos Ambientales*. Obtenido de <http://www.fing.edu.uy/iq/cursos/proyectoindustrial/A&IA.pdf>
- Martin, I. (2009). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Madrid: Lavel.
- Matiz , J., Quiroga , S., Isaza, S., Malaver, N., & Rivera, H. (2011). Turbulencia empresarial en Colombia: caso sector hotelero. *CEEP*.
- Mercado, H., & Palmerin , M. (2012). EL TURISMO Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA DE MÉXICO Y DEL ESTADO DE MICHOACÁN. *TuryDes*, 5(12). Obtenido de <file:///G:/LIBROS/Turismo%20y%20su%20impacto%20en%20la%20economia%20de%20mexico.pdf>
- Ministerio de turismo . (Enero de 2014). *Programa Nacional para la excelencia turística*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>
- Ministerio de turismo . (01 de Agosto de 2016). *programa de certificacion internacional de calidad*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/establecimientos-turisticos-de-mindo-conocen-sobre-programa-de-certificacion-internacional-de-calidad/>
- MINTUR. (2012). *Planes estrategicos* . Quito .
- OMT. (2015). Panorama del turismo. *UNWTO*, 2-16.
- OMT. (s.f.). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pizzo, M. (2013). *Importancia de la calidad en el servicio al cliente*. Buenos Aires. Obtenido de <file:///F:/LIBROS/Calidad%20en%20el%20servicio.pdf>
- Porto, N. (7 de julio de 2010). *ECONOMIA DEL TURISMO. UN ENFOQUE DESDE LA TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL*. Obtenido de http://www.academia.edu/2329244/Econom%C3%ADa_del_turismo_Un_enfoque_desde_la_teor%C3%ADa_del_comercio_internacional

- Quito Turismo . (2014). *Reglamento general Distintivo Q*. Quito. Obtenido de [file:///C:/Users/TATI/Desktop/TESIS/Reglamento_General_del_DistintivoQ-2014%20\(1\).PDF](file:///C:/Users/TATI/Desktop/TESIS/Reglamento_General_del_DistintivoQ-2014%20(1).PDF)
- Rodríguez, A. (s.f.). *Administración de la Calidad*. Obtenido de <http://firgoa.usc.es/drupal/files/a-calidad.pdf>
- Roman , F. (2010). Turismo y sostenibilidad. *Index* , 146.
- Rosenberg, J. (s.f). *Diccionario de administración y finanzas*. Barcelona : Oceano grupo editorial.
- Santoma, R., & Costa , G. (2011). Calidad del servicio en la industria hotelera. *Esade*, 21.
- Scafati, L. (s.f.). *Sociedad*. Obtenido de <http://www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/terminos/Sociedad.htm>
- SECTUR. (2015). *Glosario*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- UNESCO. (2012). *Educación para el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001621/162177s.pdf>
- Valencia, V. (s.f.). *La Seguridad pública como derecho humano*. Obtenido de <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/4/1534/3.pdf>
- Valenzuela , A., Majano, A., Jager, U., & Kilian , B. (2013). La política de turismo sostenible en Costa Rica. *Cinve*.
- Vasconcelos , K., Balbastre, F., & Redondo , A. (2011`). LA CERTIFICACIÓN DE SOSTENIBILIDAD TURISTICA (CST). *Ciencias economicas* , 601-625.
- Villa, A. (2010). *Sostenibilidad* . Santa fe de Bogotá: Mision Rural.
- Vivanco, J. (s.f.). *La construcción de ventajas competitivas para el desarrollo y consolidación del sector turístico de Imbabura* . Obtenido de <http://www.flacsoandes.edu.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=17744>

ANEXOS