



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA DE GESTION TURISTICA Y HOTELERA

**Trabajo de grado previo a la obtención del título de:
Licenciado en Administración Turística Sostenible**

TITULO:

**“PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LOS SERVICIOS
OFERTADOS EN LA “QUINTA AIDITA”, DEL
CANTÓN GUANO”**

AUTOR: OSCAR SANTIAGO LÓPEZ OBREGÓN

TUTOR: DR. HECTOR PACHECO

Riobamba – Ecuador

2010

CALIFICACIÓN

Los miembros del tribunal, luego de haber receptado la Defensa de trabajo escrito, hemos determinado la siguiente calificación.

Para constancia de lo expuesto firman:

Msc. Silvia Aldaz
Presidente de Tribunal

Firma

Dr. Héctor Pacheco
Director del Proyecto

Firma

Ing. Paula Moreno
Miembro de Tribunal

Firma

NOTA _____ (SOBRE 10)

DERECHO DE AUTOR

Yo, Oscar Santiago López Obregón
soy responsable de las ideas,
doctrinas

resultados y propuestas expuestas en
el presente trabajo de investigación,
y los derechos de autoría pertenecen

a

la Universidad Nacional de
Chimborazo

DEDICATORIA

Mi tesis dedico con mucho amor y cariño.

A ti Dios porque me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia tan maravillosa.

Doy infinitas gracias...

A mi familia, por ser mi fuerza, mi templanza, por su amor y su apoyo...

A mis profesores por confiar en mi y por tener la paciencia necesaria.

ÍNDICE CON

Calificación Del Trabajo Del Grado

Escrito.....

i

Derechos De	ii
Autoría.....	
Dedicatoria.....	iii
...	iv
Índice de	viii
Contenido.....	xii
Índice de	xiv
Cuadros.....	xv
Índice de	
Gráficos.....	
Resumen.....	
...	
Summary.....	
.....	

CAPITULO I

Introducción.....	1
...	
Planteamiento Del	3
Problema.....	
Formulación Del	4
Problema.....	
Objetivos.....	6
.....	
General.....	6
.....	
Específicos.....	6
.....	
Justificación.....	6
.....	

CAPITULO II

Marco	8
Teórico.....	
Antecedentes De La	8
Investigación.....	
Fundamentación	9
Teórica.....	
2.2.1.	9
Plan.....	
2.2.2.	10
Mejoramiento.....	
2.2.2.1. El Proceso Y Modelo De	11
Mejoramiento.....	
2.2.2.1.1. Actividades Básicas De	13
Mejoramiento.....	
2.2.2.2. Plan De	27
Mejoramiento.....	
2.2.3.	28
Servicios.....	
2.2.3.1. Características De Los	28
Servicios.....	
2.2.3.2. Principios Del Servicio Al	30
Cliente.....	
2.2.3.3. La Calidad Del Servicio De Una	30
Hostería.....	
2.2.3.3.1. Requisitos Que Tienen Que Tener Los Servicios En Las	34
Hosterías.....	
...	
2.3. Marco	38
Conceptual.....	
2.4. Hipótesis Y	47

Variables.....	
2.4.1.	47
Hipótesis.....	
2.4.2.	48
Variables.....	
2.5. Operacionalización De	48
Variables.....	

CAPITULO III.

3. MARCO	49
METODOLÓGICO.....	
3.1.	49
MÉTODO.....	
3.1.1. Tipo de	49
Investigación.....	
3.1.2. Diseño de la	50
Investigación.....	
3.1.3. Tipo de	50
estudio.....	
3.1.4. Población y	50
Muestra.....	
3.1.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de	51
Datos.....	
3.1.6. Técnicas para el análisis e interpretación de	52
resultados.....	

CAPITULO IV

4. Resultados Y	53
Discusión.....	
4.1. Descripción De Los Servicios Ofertados Por La Quinta	53

Aidita.....	
4.2. Diagnostico Situacional De La Hostería Quinta	60
Aidita.....	
4.3. Análisis E Interpretación De Los Resultados De La Entrevista Dirigida Al Administrador De La Hostería Quinta	62
Aidita.....	
4.4. Análisis E Interpretación De Los Resultados De Las Encuestas Dirigidas A Los Trabajadores De La Hostería Quinta	65
Aidita.....	
4.5. Análisis E Interpretación De Los Resultados De Las Encuestas Dirigidas A Los Turistas Que Han Disfrutado De Los Servicios Que Oferta La Hostería Quinta	76
Aidita.....	

CAPITULO V

5. Conclusiones Y Recomendaciones.....	82
5.1. Conclusiones.....	82
5.2. Recomendaciones.....	83

VI. PROPUESTA

6. Plan De Mejoramiento Para Los Servicios Ofertados De La Hostería Quinta	85
Aidita.....	
...	
6.1. Introducción.....	85
6.2. Misión.....	86

6.3.	86
Visión.....	
6.4.	87
Objetivos.....	
6.4.1. Objetivo	87
General.....	
6.4.2. Objetivos	87
Específicos.....	
6.4.3. Objetivos de	87
calidad.....	
6.5.	88
Valores.....	
6.6. Planes De Mejoramiento Para Los Servicios Turísticos Ofertados En La Hostería Quinta	91
Aidita.....	
6.7. Mejoramiento En El Servicio Turístico Para La Hostería Quinta	10
Aidita.....	0
6.7.1. Funciones del	10
personal.....	0
6.7.1.1. Encargado de la	10
recepción.....	0
6.7.1.2. Encargado de la	10
habitación.....	0
6.7.1.3.	10
Mucamas.....	1
6.7.1.4. Encargado de	10
mantención.....	1
6.8.	10
Procedimientos.....	1
6.8.1. Procedimientos para la	10
recepción.....	1
6.8.2. Procedimientos para la mantención y	10

aseo.....	3
6.8.3. Procedimientos de recepción y tratamiento de reclamos y sugerencia del	10
turistas.....	6
.....	
6.9. Programas de mantención de dependencias del establecimiento y su equipamiento.....	11
...	0
6.10. Seguridad e	11
higiene.....	4
Conclusiones.....	11
...	8
Recomendaciones.....	11
...	9
Bibliografía.....	12
.....	0
Anexos.....	12
....	2

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 1

Definiciones	De	11
Calidad.....		

CUADRO No. 2

Normas	Iso	24
9000.....		

CUADRO No. 3

Proceso De Elaboración De Las Itq	26
2000.....	

CUADRO No. 4

Expectativas Y Percepciones Del Cliente Respecto A Las Dimensiones Determinaste De La Calidad Del Servicio.....	33
---	----

CUADRO No. 5

Operacionalización	De	48
Variables.....		

CUADRO No. 6

Tipo De Sexo De Los Trabajadores De La Hostería Quinta	65
Aidita.....	

CUADRO No. 7

Edad De Los Trabajadores De La Hostería Quinta	66
Aidita.....	

CUADRO No. 8

Poseen Título Universitario Los Trabajadores De La Hostería Quinta	67
Aidita...	

CUADRO No. 9

Hablan Otro Idioma Aparte Del Español Los Trabajadores De La Hostería Quinta	68
Aidita.....	

CUADRO No. 10

Conocen Los Trabajadores De La Hostería Quinta Aidita Cuáles Son Sus Funciones Laborales.....	69
CUADRO No. 11	
Los Trabajadores De la Hostería Quinta Aidita Reciben Incentivos.....	70
CUADRO No. 12	
Como Es El Ambiente De Trabajo En La Hostería Quinta Aidita.....	71
CUADRO No. 13	72
Conoce Las Políticas De Los Servicios Turísticos Ofertados.....	
CUADRO No. 14	
Acoge Las Sugerencias Realizadas Por Los Turistas Para Mejorar La Calidad De Los Servicios Turísticos Ofertados.....	73
CUADRO No. 15	
Conoce Las Estrategias De La Hostería Para Mejorar Continuamente Los Servicios Turísticos Ofertados.....	74
CUADRO No. 16	
Colaboraría Con Ideas Para La Planificación De Mejoramiento De Los Servicios Turísticos Ofertados.....	75
CUADRO No.17	
Tipo De Sexo De Los Turistas.....	76
CUADRO No.18	
Edad De Los Turistas.....	77
CUADRO No. 19	

Ha Disfrutado De Los Servicios Ofertados..... 78

CUADRO No. 20

Como Calificaría A Los Servicios Turísticos Ofertados..... 79

CUADRO No. 21

Se Debe Capacitar Al Personal Que Labora En La Hostería..... 80

CUADRO No. 22

Recomendaría La Hostería A Otras Personas..... 81

CUADRO No. 23

Ausencia De Capacitación..... 91

CUADRO No. 24

Cronograma De Trabajo Para Capacitación Del Personal..... 93

CUADRO No. 25

Mejorar Organizacional..... Clima 93

CUADRO No. 26

Cronograma De Mejoramiento De Clima Organizacional..... 94

CUADRO No. 27

Incentivar Personal..... Al 95

CUADRO No. 28

Cronograma De Para El Incentivo Al Personal..... 95

CUADRO No. 29

Mejorar La Calidad De Los Servicios 96

Ofertados.....	
CUADRO No. 30	97
Cronograma De Mejoramiento De Los Servicios Turísticos.....	
CUADRO No. 31	
Sugerencia	De 97
Turista.....	
CUADRO No. 32	
Cronograma Para Revisar Las Sugerencias	De 99
Turistas.....	
CUADRO No. 33	
Funcionamiento	De 99
Instalaciones.....	
CUADRO No. 34	
Cronograma Para El Funcionamiento	De 100
Instalaciones.....	
CUADRO No. 35	
Modelo De Tabla De Chequeo Diario Para La Hostería Quinta	106
Aidita.....	
CUADRO No. 36	
Formulario Para Sugerencias Para La Hostería Quinta	108
Aidita.....	
CUADRO No. 37	
Medio Para Recepción Y Tratamiento De Sugerencias Y Reclamos Para La Hostería	Quinta 109
Aidita.....	
CUADRO No. 38	
Libro Para La Recepción Y Tratamiento De Las Sugerencias Y Reclamos Por Parte De Los Turistas, Aplicable A Una Hostería Quinta	109
Aidita.....	
CUADRO No. 39	
Programa De Mantenimiento Preventiva	De 111

Instalaciones.....

CUADRO No. 40

Programa Anual De Mantenición Preventiva Para La Hostería Quinta 112

Aidita...

CUADRO No. 41

Verificación Diaria De La Infraestructura Y 113

Equipamiento.....

CUADRO No. 42

Programa De Mantenición Correctiva Elaborado Como Consecuencia De

La Aplicación De La Lista De Chequeo 113

Diario.....

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 1

<i>Modelo Espina De Pescado (Ishikawa) Y Trilogía De La</i>	1
<i>Calidad.....</i>	2

GRÁFICO No. 2

Certificación De La Iso	2
9001.....	1

GRÁFICO No. 3

Proceso A Seguir Cualquier Empresa Para Conseguir Un Certificado Iso	
9000.....	2
...	2

GRÁFICO No. 4

Vínculo En La Cadena Servicio-	3
Beneficio.....	1

GRÁFICO No. 5

Percepción Del Cliente Sobre El	3
Servicio.....	4

GRÁFICO No. 6

Tipo De Sexo De Los Trabajadores De La Hostería Quinta	6
Aidita.....	5

GRÁFICO No. 7

Edad De Los Trabajadores De La Hostería Quinta	6
Aidita.....	6

GRÁFICO No. 8

Poseen Titulo Universitario Los Trabajadores De La Hostería Quinta	6
Aidita....	7

GRÁFICO No. 9

Hablan Otro Idioma Aparte Del Español Los Trabajadores De La Hostería	
Quinta	6

Aidita..... 8

GRÁFICO No. 10

Conocen Los Trabajadores De La Hostería Quinta Aidita Cuáles Son Sus Funciones 6

Laborales..... 9

GRÁFICO No. 11

Los Trabajadores Dela Hostería Quinta Aidita Reciben 7

Incentivos..... 0

GRÁFICO No. 12

Como Es El Ambiente De Trabajo En La Hostería Quinta 7

Aidita..... 1

GRÁFICO No. 13

Conoce Las Políticas De Los Servicios Turísticos 7

Ofertados..... 2

GRÁFICO No. 14

Acoge Las Sugerencias Realizadas Por Los Turistas Para Mejorar La Calidad De Los Servicios Turísticos 7

Ofertados..... 3

GRÁFICO No. 15

Conoce Las Estrategias De La Hostería Para Mejorar Continuamente Los Servicios Turísticos 7

Ofertados..... 4

GRÁFICO No. 16

Colaboraría Con Ideas Para La Planificación De Mejoramiento De Los Servicios Turísticos 7

Ofertados..... 5

GRÁFICO No.17

Tipo De Sexo De Los 7

Turistas..... 6

GRÁFICO No.18

Edad De Los 7

Turistas.....	7
GRÁFICO No. 19	
Ha Disfrutado De Los Servicios Ofertados.....	7
	8
GRÁFICO No. 20	
Cómo Calificaría A Los Servicios Turísticos Ofertados.....	7
	9
GRÁFICO No. 21	
Se Debe Capacitar Al Personal Que Labora En La Hostería.....	8
	0
GRÁFICO No. 22	
Recomendaría La Hostería A Otras Personas.....	8
	1
GRÁFICO No. 23	
Organización De La Hostería Quinta Aidita.....	9
	0

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA DE GESTION TURISTICA Y HOTELERA

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LOS SERVICIOS OFERTADOS EN
LA “QUINTA AIDITA”, DEL CANTÓN GUANO.**

RESUMEN

La hostería “Quinta Aidita” durante el tiempo que tiene en el mercado no dispone de un Plan de Mejoramiento para los servicios turísticos ofertados, para que contribuya en la gestión de mercado, lo que ha ocasionado que los deseos y necesidades de los turistas no hayan sido satisfechas completamente. En la

presente investigación se ha empleado el método descriptivo y experimental ya que se ha verificado la calidad de servicios turísticos con los que cuenta la Hostería “Quinta Aidita”, para completarlo con el mejoramiento de estos servicios mediante una encuesta a los turistas locales y los empleados, además una entrevista dirigida al administrador. La entrevista y las encuestas realizadas, dieron a conocer que en la Hostería Quinta Aidita, existen falencias administrativas por no contar con un organigrama estructural y funcional, por ende no existe designación de funciones en la organización, no existe estrategias de mejoramiento en los servicios ofertados, los empleados no tienen claro sus funciones y los mismos no cuentan con una motivación por parte de la administración; los turistas manifestaron que les gustan los servicios turísticos ofertados por parte de la hostería, pero que necesitan mejorar los mismos. El éxito o el fracaso de la Hostería Quinta Aidita dependerán fundamentalmente del grado de acierto en la implementación de un plan de mejoramiento para la calidad de sus servicios turísticos ofertados.

SUMMARY

The Inn “Quinta Aidita” during the time that have been on the market doesn’t have an improvement plan for tourism services offered, to contribute in the management of market, which was led to the wishes and needs of the tourists have not been fully satisfied. In the present investigations has used the prescriptive and experimental method as it has verified the quality of tourist services are there in The Inn “Quinta Aidita” to complete the improvement of these services through a survey of local tourists and employees in addition to direct interviews to the administrator. The interviews and survey, made know that The Inn “Quinta Aidita” , there are administrative failures by not having a structural and functional organization, therefore there is not designation of roles in the organization, there is not improvement strategies in the services offered, employees are unclear about their duties and they don’t have a motivation on the part of management, the

tourists said that they like the tourist services offered by the Inn, but need to improve them.

The success or failure of The Inn “Quinta Aidita” depend essentially on the degree of success in implementing a plan to improve the quality of tourism services offered

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la actividad turística es una de las actividades comerciales más importantes del planeta. Para la Organización Mundial del Turismo en los albores del nuevo milenio, el turismo se consolida como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo, generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países.

El turismo mantiene la economía mundial “en movimiento”, siendo la primera partida del comercio internacional, generando el mayor volumen de ingresos por exportaciones y dando empleo a millones de personas, producto de su carácter multisectorial, y pese a las continuas turbulencias mundiales que amenazan su expansión y que se ha mantenido tenazmente, por ello muchos países se interesan seriamente en su desarrollo.

Incluso, el turismo, en las últimas décadas ha configurado la geografía, demografía, economía y aspectos socio-culturales en muchas regiones del mundo. El Ecuador posee inmensas potencialidades naturales, que son atractivos para el turismo internacional y nacional pero, pese a sus dotes y a su infraestructura turística, no ha podido manejar eficientemente su sector turístico; no presenta una marcada trayectoria como destino turístico internacional, muestra pocas ventajas competitivas como sector receptor y, por el contrario, posee elevados niveles de turismo emisor, lo cual refleja baja competitividad del sector.

La competencia del sector turístico impone al Cantón Guano y por ende a la Hostería “Quinta Aidita” retos en innovación; son muchas las potencialidades

(humanas y naturales) y oportunidades que el incipiente turismo ofrece, pero se debe impulsar la importancia de la actividad y aprovechar las oportunidades, mediante la calidad del servicio que aporte valor.

El servicio de alojamiento es uno de los componentes fundamentales de la actividad turística, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración, se acentúa la importancia del servicio de alojamiento, pues de la duración de la estadía depende la cantidad y tipo de servicios turísticos ofrecidos, la cantidad de visitantes dispuestos a pernoctar en la ciudad, a la vez actúa como efecto multiplicador con familiares y amigos en sus lugares de procedencia. Es decir, de la duración de la estadía depende que el visitante utilice y disfrute de otra clase de servicios que componen la actividad turística (recreación, restauración y comercio) y, a su vez, que se reporte un ingreso a la economía anfitriona con los correspondientes niveles de empleo y de calidad de vida de la comunidad receptora. La importancia de las hosterías en la actividad turística son considerados como atractivos turísticos, los cuales incluyen gran variedad de servicios como restauración, comercio, recreación (discotecas, piscinas, saunas, y otros), comunicación y transporte.

El servicio de alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia en la actividad turística y, el conocimiento de su situación actual, es vital para determinar y abordar los problemas de toda la actividad turística.

CAPITULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Guano es considerado una ciudad de fuente turística, por sus artesanías, su comida típica y su clima. La Hostería Quinta Aidita, está ubicada en esta ciudad, la misma que abrió sus puertas con los servicios de hospedajes, sitios de óseo y esparcimiento, pero que en la actualidad estos servicios no satisface a sus usuarios en su totalidad, por el hecho de no contar con una infraestructura totalmente terminada en algunas áreas de recreación y cuenta con un personal no capacitado, ni especializado en cada una de sus áreas para brindar un mejor servicio.

La Hostería Quinta Aidita carece de una estructura organizativa, no cuenta con el organigrama estructural, ni con el organigrama funcional, la administración no se ha preocupado de realizar un estudio del mercado, ni a determinado estrategias para mejorar sus servicios ofertados.

La hostería “Quinta Aidita” durante el tiempo que tiene en el mercado no dispone de un Plan de Mejoramiento para los servicios turísticos ofertados, para que contribuya en la gestión de mercado, lo que ha ocasionado que los deseos y necesidades de los turistas no hayan sido satisfechas completamente, en esta zona turística a la que está orientado su desenvolvimiento, lo que se refleja claramente la falta de crecimiento, en la oferta de sus servicios, en la captación de nuevos usuarios, reflejando una comercialización empírica y una falta de técnicas comerciales.

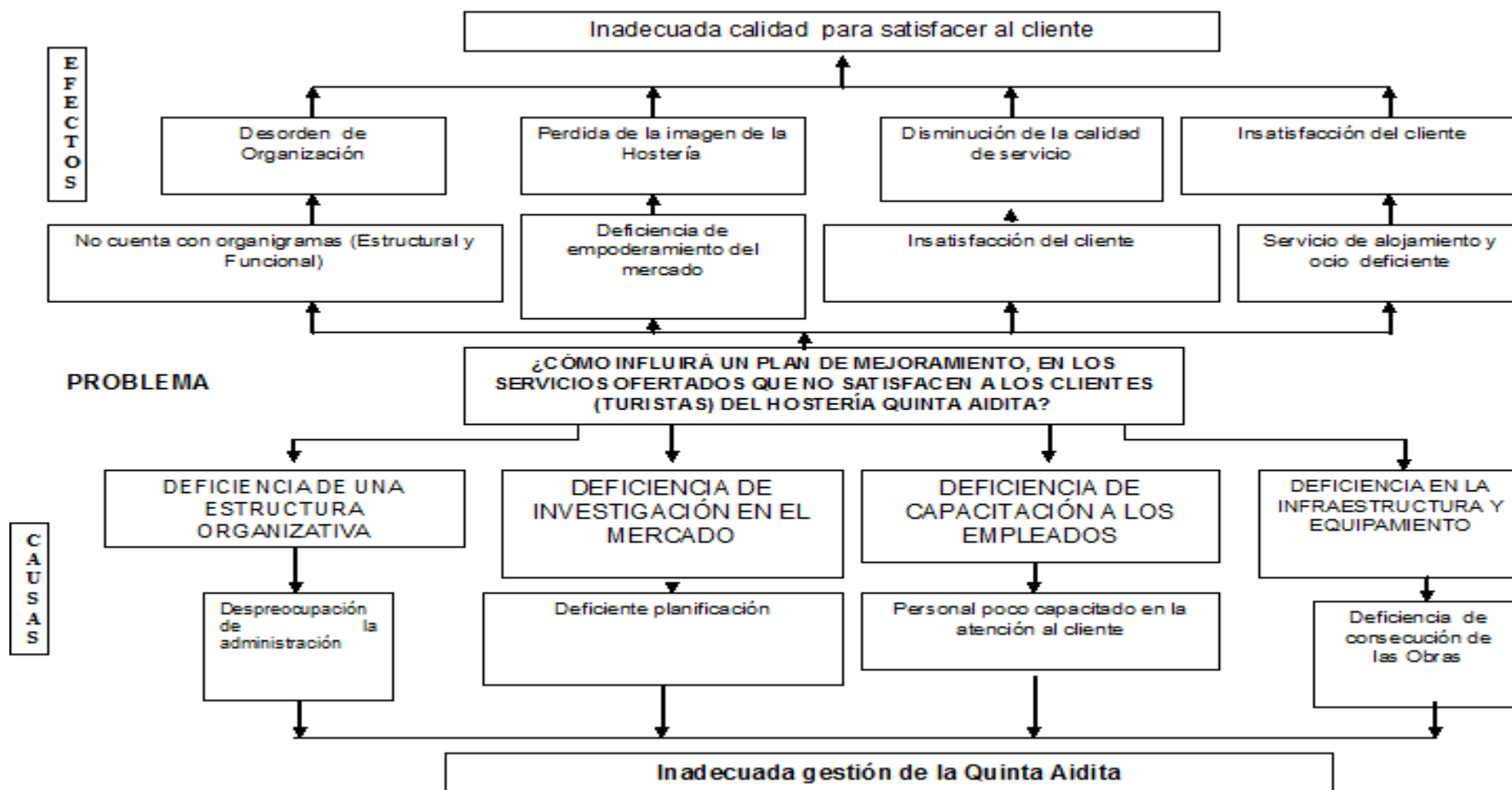
Hoy en día el servicio es una estrategia competitiva en los negocios, la misma que, aun no se llega a emplear en los hosterías de la Ciudad de Guano y en muchos casos en hosterías del país, por tanto esta investigación se enfoca en realizar un Plan de Mejoramiento de los servicios de la Hostería Quinta Aidita, para ofrecer a los turistas calidad en los servicios a la hora de adquirirlos, se espera que esta herramienta de planificación logre una implementación adecuada de servicio de calidad con instrumentos de medición que permitirán conocer mejor el objeto de análisis acerca del cual es necesario tomar determinadas decisiones, hacer predicciones sobre su desarrollo, medir el nivel alcanzado por la actividad que se está realizando y poner al descubierto un determinado problema y resolverlo.

Por lo tanto, La Hostería Quinta Aidita tendrá que asumir el reto del desarrollo turístico en un marco de competitividad empresarial, ya que cuenta con competencia en su entorno inmediato, que ofertan con los mismos servicios y reconocimiento en el mercado, por lo que deberá trabajar permanente y contar con servicios de calidad, siendo necesaria la implementación de estrategias comerciales mediante la elaboración de planes con los principios técnicos para alcanzar la competitividad.

1.1.1. Formulación del problema.

¿Cómo influirá un Plan de Mejoramiento en los servicios ofertados en la Hostería Quinta Aidita?

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Fuente: Hosteria Quinta Aidita¹.

Elaboración: Santiago López.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 General

Diseñar un Plan de Mejoramiento para perfeccionar los servicios turísticos ofertados en la Hostería “Quinta Aidita” del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

1.2.2 Específicos

- Diagnosticar los servicios turísticos ofertados actualmente por la Hostería Quinta Aidita.
- Realizar un análisis situacional de la Hostería para determinar el posicionamiento de la hostería frente a la competencia que permita desarrollar las pautas para una comercialización de sus servicios eficientemente.
- Analizar la calidad de los servicios que oferta la hostería “Quinta Aidita” para estructurar un Plan Mejoramiento para los servicios ofertados en la Hostería Quinta Aidita

1.3 JUSTIFICACIÓN

Es necesario implementar un Plan de Mejoramiento en la Hostería Quinta Aidita, para crecer en el mercado adoptando planes y estrategias, el mismo que se realizará a través del descubrimiento de las necesidades de los usuarios para de esta manera incrementar las visitas a la hostería, a través de una orientación claramente práctica, que facilite su aplicación a la realidad que se necesite.

El Plan de Mejoramiento para la Hostería Quinta Aidita proporcionará una visión clara del objetivo final que es satisfacer al usuario, brindando servicios de calidad, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento de la Hostería Quinta Aidita frente a sus competidores más cercanos, la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan, será un análisis interno y externo de la Hostería Quinta Aidita.

La investigación se realizará en la ciudad de Guano, provincia de Chimborazo. Se determinara el número de habitantes y se procederá a calcular el número de familias con estos datos se determinará la muestra y se procederá a realizar encuestas que se aplicarán de los habitantes de la ciudad de Guano, se aplicará también una encuesta a los empleados de la hostería y una entrevista dirigida al administrador de la empresa, con los resultados obtenidos podremos formular un plan de mejoramiento para la Hostería Quinta Aidita.

Sin un Plan de mejoramiento para los servicios turísticos ofertados en la Hostería “Quinta Aidita”, seguirá existiendo deficiencia en la estructura organizativa, y con ello una insipiente administración de los recursos económicos y humanos; por ende no se contara con un estudio de mercado, y su deficiencia provocará el desconocimiento de la competencia y sus estrategias; la deficiencia en la capacitación del personal y con la infraestructura y equipamiento actualmente inconclusa dará como resultado un mal servicio al turista, esto disminuirá un mejor posicionamiento en el mercado local, dejando de ser competencia frente a otras hosterías que poseen mejor infraestructura y equipamiento en la ciudad de Guano, todas estas deficiencias dará como resultado insatisfacción del cliente y el decremento de sus visitas, los turistas buscan satisfacer sus necesidades de esparcimiento, la Hostería Quinta Aidita debe comprender que vender un servicio turístico no solo significa vender el compromiso de hacer algo; también significa vender la forma en que se hace y quien lo hace, esto puede convertir a la hostería en líder en el servicio turístico, si toma en cuenta la importancia de un Plan de mejoramiento.

Con la aplicación de esta investigación se pretende obtener resultados beneficiosos, sostenibles y eficientes dentro del mercado de la ciudad de guano, del cantón y de su entorno con el fin de incrementar el uso de los servicios que oferta la hostería y de esta manera consolidarle en el mercado turístico del cantón, satisfaciendo las necesidades del usuario.

Existen todas las posibilidades de realizar este estudio sin que se demande mucho dinero por parte de la hostería, ya que el presente gasto contribuirá una inversión en el futuro para la Hostería Quinta Aidita.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1.ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Actualmente se encuentra una amplia gama de información bibliográfica en Internet sobre temas de Gestión para mejorar la calidad de los servicios de las Hosterías. Así mismo cabe señalar que existen libros con temas interesantes como Calidad Total, sistemas de Calidad, Turismo y especialmente libros de servicios en las hosterías. La Hostería Quinta Aidita ubicada en la Ciudad de Guano que se realizó esta investigación no se han realizado estudios específicos que mejoren la calidad en sus servicios ofertados hacia los clientes ya que han manejado sus negocios trazándose sólo metas limitadas, que les han impedido ver más allá de sus necesidades inmediatas, es decir, planean únicamente a corto plazo; lo que conlleva a no alcanzar niveles óptimos de calidad en sus servicios ofertados y por lo tanto a obtener una baja rentabilidad en sus negocios.

En la biblioteca de la Universidad Nacional de Riobamba, se encontró una tesis, con el tema: “Plan de Mejoramiento de la Calidad de los servicios en los Hoteles de Primera Categoría afiliados a la AHOTECH en la Ciudad de Riobamba.”
Autora: Paola Olmedo.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Plan.

Un plan suele referirse a un conjunto de pasos a realizar, una declaración de intenciones, para conseguir un objetivo. Un plan puede ser formal e informal.¹

- Un plan formal, es un plan de acción, utilizado por un grupo de personas que intervienen en un proyecto, en diplomacia, en una empresa, en una operación militar, etc.
- Un plan informal es algo utilizado por una persona para sus propios fines.

Para describir un plan se suele definir un alcance, establecer metas y tiempo de ejecución.

Un plan es ante todo la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr una óptima [organización](#), adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la [motivación](#) del plan. El recurso de escribirlo en una hoja o tapearlo en la [computadora](#) evitará olvidos, pérdidas u otras cuestiones que atenten contra la continuación del proyecto.

En tanto, el plan también se caracteriza por su dinamismo, ya que un plan no resulta ser un instrumento estático y sin movimiento, por el contrario, siempre estará al pendiente y al tanto de las modificaciones que sean necesarias hacerle en función de los resultados que se vayan obteniendo.

Resulta muy común y una herramienta de gran utilidad para las futuras empresas, que antes de convertirse en tales, echen mano del llamado plan de empresa para posicionarse y ver si es viable y rentable la iniciativa que proponen en el mediano y largo plazo. Con esto lo que se hace es evitar gastos innecesarios o pérdidas de

¹ LANDA, Horacio. Ley General de Asentamientos Humanos de 1976, pág. 19.

tiempo en proyectos que capaz no tengan sentido y lo más importante: permite tener controlado el negocio que se quiera hacer respecto del tan temido fracaso.

Además, el plan permite que sus organizadores reflexionen acerca de la idea inicial, busquen las mejores alternativas y den forma a un discurso coherente que será el que finalmente y llegado el caso, sea la llave del éxito de la empresa, porque el plan también actuará así, como una especie de carta de [presentación](#) de la misma para que en los tiempos iniciales se acerquen los inversionistas o bien los futuros y posibles socios y clientes.

Entre los elementos esenciales que debe contemplar cualquier plan de empresa se cuentan: caracterizar y diferenciar el producto o servicio que se ofrecerá, el [currículum](#) de los responsables, incluyendo estudios y habilidades de las personas que integrarán la empresa, un análisis del mercado en el cual deberá competir, la operativa con la que contará, la previsión financiera y los mecanismos de financiación. (Ver Anexo No.1)

2.2.2. Mejoramiento.

Los clientes son las personas más importantes en el negocio y por lo tanto los empleados deben trabajar en función de satisfacer las necesidades y deseos de éstos. Son parte fundamental del negocio, es decir, es la razón por la cual éste existe, por lo tanto merecen el mejor trato y toda la atención necesaria.

La razón por la cual los clientes prefieren productos de los extranjeros, es la actitud de los dirigentes empresariales ante los reclamos por errores que se comentan: ellos aceptan sus errores como algo muy normal y se disculpan ante el cliente, para ellos el cliente siempre tiene la razón.²

² GÓMEZ BRAVO, Luis. (1992). Productividad: mejoramiento continuo de calidad y productividad. FIM, Segunda Edición

2.2.2.1.El Proceso y modelo de Mejoramiento.

La búsqueda de la excelencia comprende un proceso que consiste en aceptar un nuevo reto cada día. Dicho proceso debe ser progresivo y continuo. Debe incorporar todas las actividades que se realicen en la empresa a todos los niveles.

El proceso de mejoramiento es un medio eficaz para desarrollar cambios positivos que van a permitir ahorrar dinero tanto para la empresa como para los clientes, ya que las fallas de calidad cuestan dinero.

Asimismo este proceso implica la inversión en nuevas maquinaria y equipos de alta tecnología más eficientes, el mejoramiento de la calidad del servicio a los clientes, el aumento en los niveles de desempeño del recurso humano a través de la capacitación continua, y la inversión en investigación y desarrollo que permita a la empresa estar al día con las nuevas tecnologías.³

Muchos investigadores han realizado sustanciales contribuciones a la administración de la calidad, incluyendo estudios en la medición, administración y mejora en los procesos de las organizaciones. Sólo tres de estos filósofos son considerados los “gurús de la administración” en la revolución de la calidad, los cuáles son el Doctor W. Edwards Deming, Joseph M. Juran y Philip B. Crosby y sus filosofías junto con la de Ishikawua, han traspasado fronteras dejando un gran impacto en organizaciones en muchos países del mundo. (Mohamed Zairi, 1996).⁴

CUADRO No. 1
DEFINICIONES DE CALIDAD.

Autor	Definición de la calidad	Orientación	Desarrollo
Juran	Adecuación para el uso	Cliente	<ul style="list-style-type: none">▪ Trilogía de la calidad▪ Las cinco

³ BEER, Michael. (1992). La renovación de las empresas. A través del camino crítico. Mc. Graw Hill. Harvard Business School Press, España.

⁴ ZAIRI, Mohamed. “Administración de la calidad total para ingenieros”. México D.F..Panorama Editorial. Pág. 36

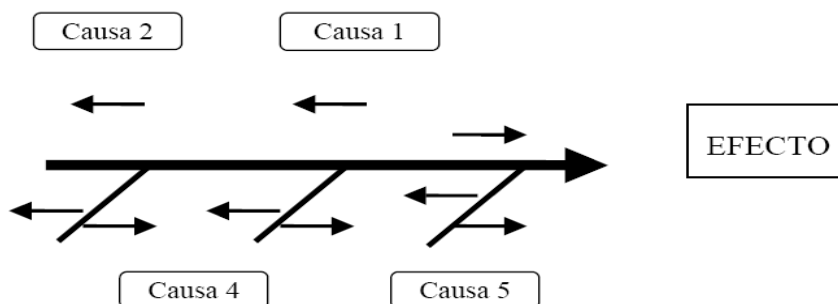
			características de la calidad • Espiral de la calidad
Deming	Adecuación para el objetivo	Cliente	Los 14 puntos de la calidad Deming y el ciclo PDCA
Crosby	Conformidad con las necesidades	Proveedor	Cuatro principios absolutos de la calidad
Ishikawa	Ninguna específica.	Proveedor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagrama del núcleo ▪ Círculos de calidad ▪ Espina de pescado.

Fuente: James 1997⁵.

Elaboración: Santiago López.

GRAFICO No. 1

MODELO ESPINA DE PESCADO (ISHIKAWA) Y TRILOGÍA DE LA CALIDAD

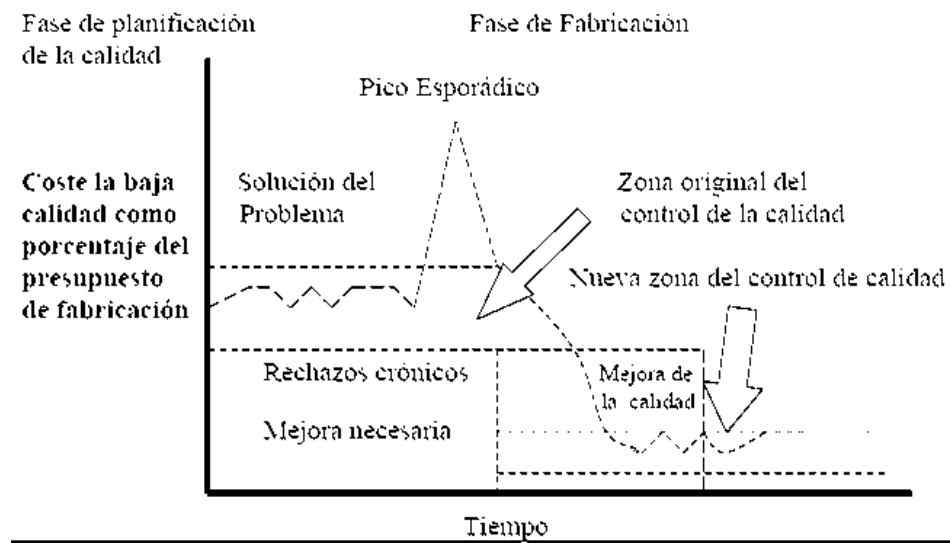


Fuente: James 1997⁶.

Elaboración: Paola Olmedo

⁵ JAMES, Paul, "Gestión de la Calidad Total", Prentice Hall, España.. pág 48.

⁶ JAMES, Paul, "Gestión de la Calidad Total", Prentice Hall, España. Pág 50



Fuente: James 1997⁷.

Elaboración: Santiago López.

Crosby propone varios lineamientos para los gerentes a los que llama “cuatro principios absolutos para la administración de la calidad”

2.2.2.1.1. Actividades Básicas de Mejoramiento

De acuerdo a un estudio en los procesos de mejoramiento puestos en práctica en diversas compañías en Estados Unidos, Según Harrington (1987), existen diez actividades de mejoramiento que deberían formar parte de toda empresa, sea grande o pequeña:

- Obtener el compromiso de la alta dirección.
- Establecer un consejo directivo de mejoramiento.
- Conseguir la participación total de la administración.
- Asegurar la participación en equipos de los empleados.
- Conseguir la participación individual.
- Establecer equipos de mejoramiento de los sistemas (equipos de control de los procesos).
- Desarrollar actividades con la participación de los proveedores.

⁷ JAMES, Paul, “Gestion de la Calida Total”, Prentice Hall, España. Pág 50

- Establecer actividades que aseguren la calidad de los sistemas.
- Desarrollar e implantar planes de mejoramiento a corto plazo y una estrategia de mejoramiento a largo plazo.
- Establecer un sistema de reconocimientos.
- **Compromiso de la Alta Dirección:**

El proceso de mejoramiento debe comenzarse desde los principales directivos y progresa en la medida al grado de compromiso que éstos adquieran, es decir, en el interés que pongan por superarse y por ser cada día mejor.

Está constituido por un grupo de ejecutivos de primer nivel, quienes estudiarán el proceso de mejoramiento productivo y buscarán adaptarlo a las necesidades de la compañía.

- **Consejo Directivo del Mejoramiento:**

El equipo de administración es un conjunto de responsables de la implantación del proceso de mejoramiento. Eso implica la participación activa de todos los ejecutivos y supervisores de la organización. Cada ejecutivo debe participar en un curso de capacitación que le permita conocer nuevos estándares de la compañía y las técnicas de mejoramiento respectivas.

- **Participación Total de la Administración:**

Una vez que el equipo de administradores esté capacitado en el proceso, se darán las condiciones para involucrar a los empleados. Esto lo lleva a cabo el gerente o supervisor de primera línea de cada departamento, quien es responsable de adiestrar a sus subordinados, empleando las técnicas que él aprendió.

- **Participación de los Empleados:**

Es importante desarrollar sistemas que brinden a todos los individuos los medios para que contribuyan, sean medidos y se les reconozcan sus aportaciones personales en beneficio del mejoramiento.

- **Participación Individual:**

Toda actividad que se repite es un proceso que puede controlarse. Para ello se elaboran diagramas de flujo de los procesos, después se le incluyen mediciones, controles y bucles de retroalimentación. Para la aplicación de este proceso se debe contar con un solo individuo responsable del funcionamiento completo de dicho proceso.

- **Equipos de Mejoramiento de los Sistemas (equipos de control de los procesos):**

Todo proceso exitoso de mejoramiento debe tomar en cuenta a las contribuciones de los proveedores.

- **Actividades con Participación de los Proveedores:**

Los recursos para el aseguramiento de la calidad, que se dedican a la solución de problemas relacionados con los productos, deben reorientarse hacia el control de los sistemas que ayudan a mejorar las operaciones y así evitar que se presenten problemas.

- **Aseguramiento de la Calidad:**

Cada compañía debe desarrollar una estrategia de calidad a largo plazo. Después debe asegurarse de que todo el grupo administrativo comprenda la estrategia de manera que sus integrantes puedan elaborar planes a corto plazo detallados, que aseguren que las actividades de los grupos coincidan y respalden la estrategia a largo plazo.

Métodos basados en sistemas de aseguramiento de la calidad mediante normas.

Los sistemas de aseguramiento de la calidad mediante normas se basan en tres pilares fundamentales. El primero es un sistema de normalización a partir del cual se establecen y acuerdan un conjunto de estándares cuya finalidad es garantizar

unos niveles mínimos en la realización de los procesos y en la prestación del servicio. Con la aplicación de dichas normas se persigue alcanzar la satisfacción del cliente, mediante la prevención de cualquier elemento no conforme a las normas en cada una de las etapas que componen la prestación del servicio. El segundo es un sistema de inspección, auditoría, certificación y concesión, a través del cual un organismo certificador con acreditación oficial, verifica el cumplimiento de dichas normas y dictamina sobre la concesión final del sello de calidad. Entre los diferentes sistemas de normalización a escala internacional destacan:

- **Normas ISO-9000.-** La denominada Organización Internacional de Estandarización (Internacional Organization for Standardization), es la asociación- con base en Ginebra, Suiza- encargada de desarrollar y actualizar las normas, mismas que están en permanente revisión. El nombre ISO 9000 se inspiró en el término griego, isos, que significa “igual” esto se debe a que las normas pretenden establecer comparaciones entre compañías en igualdad de condiciones. ISO 9000 está conformada por tres áreas. (Summers, 2006)⁸
- **ISO 9000:2000**, Sistemas de administración de la calidad: principios y vocabulario, proporciona información respecto de los conceptos y el vocabulario utilizados en las otras dos normas. Sirve como referencias para facilitar la interpretación de los requerimientos de ISO 9001:2000, pero en realidad no contiene requerimientos.
- **ISO 9001:2000**, sistemas de administración de la calidad: Requerimientos enumera los requerimientos que las organizaciones deben satisfacer para lograr la certificación. ISO 9001 fue diseñada para aplicarse en cualquier tipo de organización, sin importar su tamaño ni el sector industrial al que pertenezca.

⁸ SUMMERS, Donna “Administración de la Calidad”, Pearson Educación de Mexico, S.A de C.V. pág. 92.

- **ISO 9004:2000**, Sistemas de administración de calidad: Directrices para la mejora del desempeño, proporciona una guía para las compañías que desean ir más allá de la norma ISO 9001:2000 y establecer un sistema de administración de la calidad que no solo cumpla los requerimientos del cliente, sino que también se enfoque en la mejora del desempeño. La norma ISO 9004:2000 no es obligatoria, por lo tanto, no ofrece certificación.

La aplicación de estas normas a los servicios en general y a las empresas turísticas en particular. Se han efectuado un conjunto de adaptaciones en este sistema de normalización con el objetivo de atender a las necesidades de las empresas y de reflejar un enfoque de la calidad más amplio. Concretamente la nueva norma ISO 9001:2000, que sustituye a las antiguas normas ISO 9001, 9002 y 9003, presenta como principal novedad no sólo que contempla el aseguramiento de la calidad, sino que también incluye la necesidad de que las empresas demuestren su capacidad para satisfacer al cliente y mejorar sus procesos de forma continua

- **ISO 9000 en hostelería y turismo en general**

Está generalmente admitido que la serie de normas internacionales ISO 9000 proporciona un marco efectivo y razonablemente económico, mediante el cual la Dirección de una organización puede de forma sistemática diseñar, desarrollar, medir, entregar y mejorar la calidad de sus productos, además de ser un medio altamente eficaz para conocer y así satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Los modelos ISO 9000 son perfectamente aplicables a las compañías del sector turístico, muy especialmente desde la revisión técnica de estas normas que ha sustituido a las anteriores ISO 9001, ISO 9002 e ISO 9003 de 1994 por la nueva versión de ISO 9001 e ISO 9004 de 2000, que dejan bien claro que el término “producto” puede significar también “servicio”, y que se desarrollan como un “par consistente de normas” con estructura y secuencia idénticas, facilitando la transición entre ambas con sinergia mejorada.

▪ ISO 9001:2000 EN EL SECTOR HOSTELERO

A efectos de la aplicación de este Sistema de Gestión, se debería considerar un HOTEL como una empresa de servicios que gestiona normalmente OCHO procesos principales, cada uno en función de los “productos” que suministra:

1) Dirección, que a través de su compromiso, engloba toda la estrategia del establecimiento, define su Política de Calidad y Objetivos, su enfoque al cliente, la planificación de sus actividades, la definición de responsabilidades, autoridad y comunicación, tanto interna como externa y ostenta la responsabilidad de revisar el Sistema a intervalos planificados, para en función de sus resultados tomar las decisiones que estime oportunas en aras de la consecución de la Mejora Continua y la Satisfacción del Cliente.

2) Recepción, que es responsable, entre otras muchas funciones como son portería, servicio de equipajes y botones, teléfono, seguridad, etc. de la venta de alojamiento, independientemente del tipo de cliente (individual o grupos, con acuerdo o sin acuerdo, a través de tour-operadores o no), etc.

3) Alojamiento, que incluye la limpieza, conservación e higiene de las habitaciones, zonas comunes, lavandería, etc.

4) Restauración, que engloba la venta de los distintos servicios de restauración de que disponga el hotel (Cocina, Restaurante -desayunos, comidas, cenas, (a la carta o buffet)- , cafetería, bar, servicio de habitaciones, etc.)

5) Animación, normalmente en hoteles vacacionales, que se ocupa del entretenimiento de los clientes durante su estancia en el mismo, incluyendo piscinas, juegos recreativos, salones de música y baile, excursiones, etc.

6) Mantenimiento Técnico de las Instalaciones, que tiene bajo su responsabilidad el buen estado y funcionamiento de todas las instalaciones del hotel, como habitaciones y zonas comunes, incluyendo su equipamiento, sistemas

de aire acondicionado y calefacción, ascensores y montacargas, sistemas de emergencia y contraincendios, instalaciones de limpieza, de lavandería y de la unidad de restauración, instalaciones exteriores y todas las demás sujetas a cumplimiento con reglamentación, como pueden ser las piscinas u otras.

7) Aprovevisionamiento y Almacenaje, que se responsabiliza del aprovisionamiento tanto externo como interno, control de las compras y subcontrataciones, etc.

8) Eventos Especiales, que se encarga de la venta de cualquier combinación de los servicios anteriormente descritos, tales como reuniones de empresa, banquetes, exposiciones, celebraciones y otros.

Cuanto más definido esté el proceso de preparación y prestación de un servicio, mayor será la facilidad de aplicar principios sistemáticos de calidad adecuadamente estructurados y disciplinados. La gestión de la calidad en el diseño, desarrollo y entrega de servicios y productos, es un trabajo complejo que requiere una integración de factores tales como recursos humanos y materiales, infraestructura, elementos administrativos y de diseño, política de calidad y objetivos, control del proceso de entrega de servicios y de la “edificación” y estructuración de un sistema documentado, que no obstante y de acuerdo con las nuevas disposiciones introducidas en ISO 9001:2000, puede ser simplificado frente a la documentación tradicional.

Debe quedar claro que las Normas ISO 9000 no pretenden sustituir a otros métodos de gestión ni a los controles de calidad implantados por las empresas. A diferencia de otras normas “parametrizadas”, no dictan criterios de funcionamiento ni estilos o niveles de servicio, que son decisiones de tipo comercial, responsabilidad y privilegio exclusivo de la dirección de los establecimientos. Sin especificar cómo, la Norma ISO 9001:2000 establece lo que hay que hacer y conseguir, por medio de la identificación de cuatro capítulos básicos, que son:

1. Responsabilidad de la Dirección (Cláusula 5)
2. Gestión de los recursos (Cláusula 6)
3. Realización del producto (Cláusula 7)
4. Medición, análisis y mejora (Cláusula 8)

Que engloban y mejoran los 20 elementos que componían la versión de las Normas ISO 9001/2/3 de 1994.

Estos cuatro capítulos básicos describen cómo debe confeccionarse e implantarse un Sistema de Gestión de la Calidad (Cláusula 4 de la Norma), que puede ser documentado y auditado, mediante la definición y desarrollo de los procedimientos, sistemas, métodos y mecanismos que sustenten el sistema y que pueda diseñarse alrededor de las necesidades y expectativas de los clientes. Los mismos principios y filosofía son aplicables a otras industrias dentro del sector turístico, como pueden ser las AGENCIAS DE VIAJE, ALOJAMIENTOS, tanto las tradicionales como las conocidas como "receptivas" (Destination Management Companies).

En principio y como regla básica, cuanto más sencilla es una organización, más sencillo es el desarrollo del Sistema, ya que el control de la actividad es mucho más cercano y en consecuencia más eficaz, por lo que se simplifican mucho las exigencias planteadas en la Norma. En casos, en este tipo de organizaciones se puede presentar el problema de asignación de funciones ejecutivas y de control que, al ser compartidas a veces por la misma persona, pudieran perder independencia y credibilidad. No obstante, este problema se puede solucionar mediante la asociación o agrupación de organizaciones de actividad similar y el desarrollo de un sistema de calidad común para todos, manteniendo las especificidades del servicio de cada uno si las hubiera, pero, sobre todo, desarrollando las labores de control, inspección, auditorías internas, etc. de forma corporativa. (Camisón, C. y Yépez, V, 1994)⁹

⁹ CAMISÓN, C. y YEPES, V. (1994): "Normas ISO-9000 y la gestión de calidad total en la empresa turística". Primer Congreso de Calidad de la Comunidad Valenciana. Libro de ponencias. Pág 21.

- **Los certificados ISO**

Los certificados ISO son otorgados por las denominadas entidades certificadoras que pueden ser entidades nacionales o extranjeras. Su principal tarea consiste en realizar una evaluación exhaustiva de los procesos de las empresas que pretenden obtener el citado certificado. Estos son ejemplos de sellos de compañías de certificación de la ISO 9001.

GRAFICO No. 2
CERTIFICACIÓN DE LA ISO 9001.

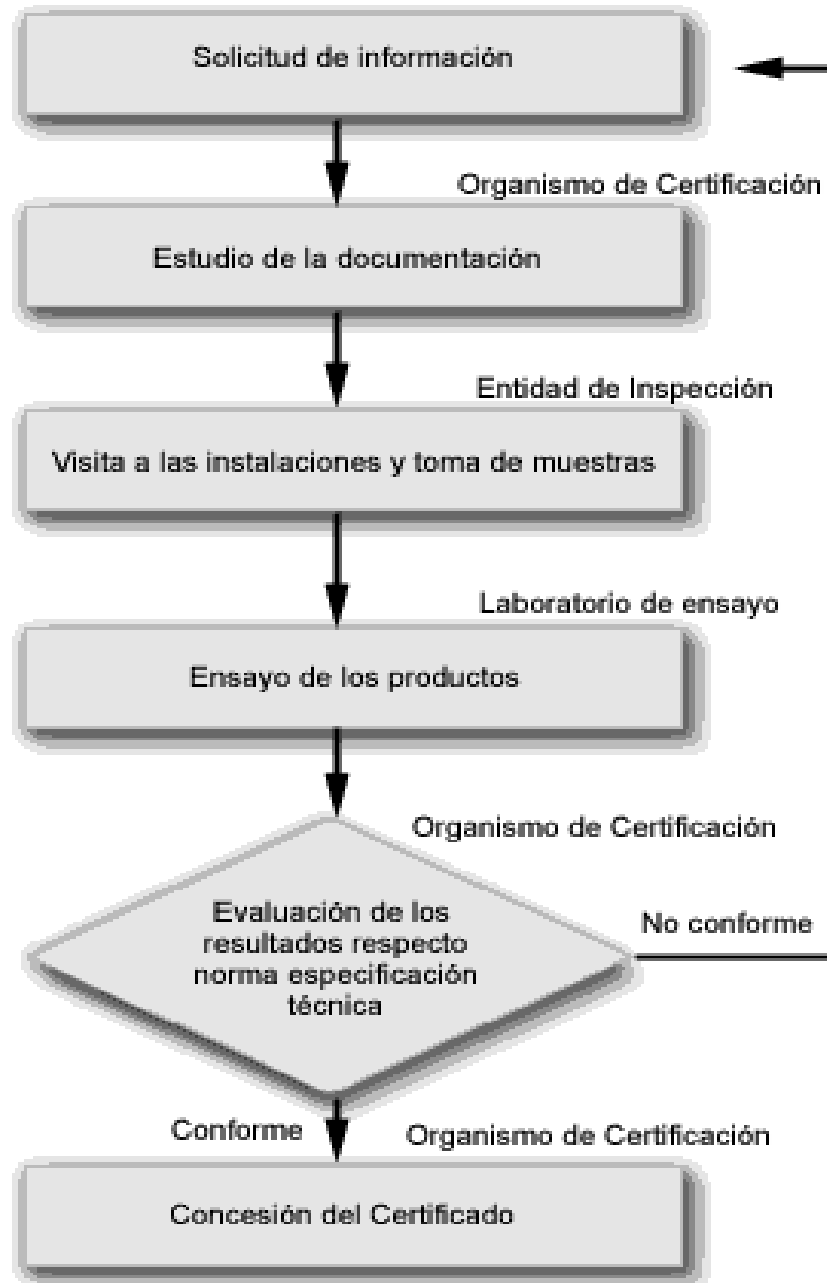


Para obtener la certificación se realizan una serie de evaluaciones a la empresa interesada, como por ejemplo, auditorias de diagnóstico, revisión del sistema por la dirección, evaluación de documentación entre otros. El Certificado de Calidad UNE-EN ISO 9001:2000 es una certificación que facilitan las entidades certificadoras como comprobante del cumplimiento de todos los requisitos integrados en dicha norma.

El disponer de esta acreditación realmente está indicando el compromiso de las empresas con sus clientes, dado que es un reconocimiento de aceptación y resultado del trabajo y del grado de satisfacción que éste genera en los clientes.¹⁰ El proceso que debe seguir cualquier empresa para conseguir un certificado ISO 9000 es el siguiente:

¹⁰ www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/ISO.htm

GRAFICO No. 3
PROCESO A SEGUIR CUALQUIER EMPRESA PARA CONSEGUIR
UN CERTIFICADO ISO 9000



Fuente:

www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/ISO.htm

Elaboración:

www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/ISO.htm

▪ **Ventajas e inconvenientes**

Según una encuesta elaborada por la Manchester Business School, se hallaron ocho motivos para obtener una certificación ISO 9000.¹¹

- La probable demanda de los futuros clientes de una acreditación ISO 9000.
- Aumentar la coherencia de las operaciones en la empresa.
- Mantener / mejorar la proporción de mercado.
- Mejorar la calidad de los servicios.
- La presión por los clientes.
- Un buen elemento de promoción.
- Dar mayor eficacia a las operaciones.
- Mejorar la calidad de los productos.
- Pero esta misma encuesta permitió detectar también una serie de obstáculos y problemas importantes con respecto a la certificación ISO 9000:
- El tiempo requerido para escribir el manual.
- El intenso papeleo necesario.
- Los altos costes de implantación de las normas.
- El tiempo requerido para llevar a término la implantación.
- Los altos costes de mantenimiento de la norma.
- La falta de asesoramiento gratuito.
- La falta de coherencia entre los diversos auditores.
- El tiempo empleado en controlar la documentación antes de las auditorias.

El mayor inconveniente de las normas ISO es que tienen un carácter genérico, no siendo específicas para el sector turístico.

CUADRO No. 2

¹¹ (www.cinterfor.org/uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/calidad/doc/cdfop1.htm) "Normas ISO 9000"

NORMAS ISO 9000

ISO 9000:1994	ISO 9000:2000
ISO 9000-1: 1994 Normas para la gestión de la calidad y el aseguramiento de la calidad.	ISO 9000: 2000 Sistemas de gestión de la calidad-principios y vocabulario.
ISO 9001:1994 Sistemas de la calidad. Modelo para el aseguramiento de la calidad en el diseño, el desarrollo, la producción, la instalación y el servicio postventa.	ISO 9001: 2000 Sistemas de gestión de la calidad-requisitos.
ISO 9002: 1994 Sistemas de la calidad. Modelo para el aseguramiento de la calidad en la producción, la instalación y el servicio postventa.	
ISO 9003: 1994 Sistemas de la calidad. Modelo para el aseguramiento de la calidad en la inspección y los ensayos finales.	
ISO 9004: 1994 Gestión de la calidad y elementos del sistema de la calidad	ISO 9004: 2000 Sistemas de gestión de la calidad-recomendaciones para llevar a cabo la mejora.

Fuente: CAMISÓN, C. y YEPES, V. 1994

Elaboración: CAMISÓN, C. y YEPES, V. 1994

▪ **International Tourist Quality (I.T.Q)**

La primera certificación específica para hostelería (restaurantes y hoteles), de carácter internacional, es el sistema ITQ-2000. Surge a través del trabajo realizado por un equipo interdisciplinario de profesionales agrupados en una asociación ASEHS (Asesoría y Gestión de Empresas de Hostelería), formado por directivos hoteleros, expertos en calidad y profesionales universitarios. Este sistema de aseguramiento comprende una auditoria de procesos y de resultados, con indicadores que permiten evaluarlos de forma objetiva. Los principios básicos que rigen la aplicación de este sistema son, la objetividad en la ponderación de los elementos tangibles e intangibles del servicio, la voluntariedad en la aplicación de este sistema a los distintos establecimientos que decidan obtener la marca ITQ-2000 y la temporalidad en la adjudicación de la marca por un periodo limitado a tres años, con una auditoría anual de revisión, que obliga a las empresas a mantener los niveles de calidad requeridos y garantiza frente a terceros la consecución de unos determinados estándares de calidad.

Expertos en calidad y profesores universitarios que divisan la necesidad de constar con un sistema de clasificación que respondan a las nuevas necesidades de los clientes lo que no se logra con las clasificaciones actuales por estrellas estos profesionales consideran que la clasificación actual es:

- Atemporal y rígida
- Esta basada en normas de calidad no claramente definida desde el punto de vista del cliente, confunde a los clientes. Los mismos se proponen crear una marca de garantía que esté basada en normas de calidad que garanticen a los clientes unos niveles de calidad reales:

Sea atemporal y obligue a la mejora continua.

- Sea flexible y se adapte a las necesidades reales de los clientes.
 - Ofrezca una imagen de calidad asegurada a través de la marca de garantía que ofrezca el propio establecimiento.

▪ **Proceso de elaboración de las ITQ 2000.**

Para la elaboración de la misma se siguió el siguiente proceso de aplicación

- a) Análisis del concepto de calidad
- b) Análisis de la oferta hotelera mundial y su tendencia hacia el siglo XXI
- c) Análisis de la tecnología aplicada al sector
- d) Análisis de las certificaciones y premios de calidad existentes.¹²

¹² CAMPOS-SORIA, J.A. La calidad como factor de competitividad de las empresas de alojamiento hotelero. Universidad de Málaga, 2001

CUADRO No. 3
PROCESO DE ELABORACIÓN DE LAS ITQ 2000

Áreas	ITQ 2000
Gestión Estratégica	A-10 Planificación estratégica
Gestión de Recursos Humanos	A-11 Recursos humanos
Gestión de Recursos Materiales	A-13 Administración y gestión de compras (c2) A-7 Almacenamiento y distribución.
Procedimientos y especificaciones	A-1 Ubicación A-2 Recepción A-3 Alojamiento A-4 Restaurante A-5 Oferta A-6 Animación y ocio A-7 Seguridad A-12 Relaciones públicas y comercialización.
Consecuencias o resultados	A-14 Medio ambiente
Sistema Informativo y Acciones correctivas	A-8 Mantenimiento A-13 Administración y gestión de compra. c.1 (Administración)

Fuente: CAMPOS-SORIA, J.A. 2001

Elaboración: Santiago López.

- **Sistema de Reconocimientos:**

El proceso de mejoramiento pretende cambiar la forma de pensar de las personas acerca de los errores. Para ello existen dos maneras de reforzar la aplicación de los cambios deseados: castigar a todos los que no logren hacer bien su trabajo todo el tiempo, o premiar a todos los individuos y grupos cuando alcancen una meta con realicen una importante aportación al proceso de mejoramiento.

2.2.2.2. Plan de mejoramiento.

Son las acciones que debe tomar la administración con base en las recomendaciones dadas a una investigación hecha para corregir errores.¹³

La finalidad de los PLANES DE MEJORAMIENTO es desarrollar una cultura organizacional orientada al mejoramiento permanente de su función, efectuando las acciones correctivas a fin de garantizar el buen uso de los recursos.

ESTRUCTURA GENERAL DE UN ESQUEMA PLAN DE MEJORAMIENTO DE SERVICIOS OFERTADOS EN LAS HOSTERÍAS INCLUYEN:

1. Introducción
2. Misión
3. Visión
4. Objetivos
5. Valores
6. Estructura organizativa
7. **MEJORAMIENTO EN EL SERVICIO TURÍSTICO PARA LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA.**

7.1. Funciones del personal

7.1.1. Encargado de la recepción

7.1.2. Encargado de la habitación

7.1.3. Mucama

¹³ SERNA GOMEZ, Humberto. (1992). Mercadeo Corporativo. El servicio al cliente interno. Equipos de mejoramiento continuo. Fondo Editorial Legis, S.A

7.2.4. Encargado de mantención

7.2.Procedimientos

7.2.1. Procedimientos para la recepción

7.2.2. Procedimientos para la mantención y aseo

7.2.3. Procedimientos de recepción y tratamiento de reclamos y sugerencia de turista

7.3.Programas de mantención de dependencias del establecimiento y su equipamiento.

7.4.Seguridad e higiene

2.2.3. Servicios

En Economía y en marketing (mercadotecnia) un servicio de tecnología es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente o de alguna persona común. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el que primero se consume y se desgasta de manera brutal puesto que la economía social nada tiene que ver con la política moderna; es muy importante señalar que la economía nacional no existe siempre en el momento en que es prestado". Es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar.

2.2.3.1.Características de los Servicios

La característica más básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación

- **Heterogeneidad** (o variedad): dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares

distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

- **Inseparabilidad:** en la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. No se pueden separar los servicios de los mismos servicios.

Los principios básicos del servicio son la subyacente de éste, que sirven para entenderlo y a su vez aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa.

1. Actitud de servicio: Convicción íntima de que es un honor servir.
2. Satisfacción del usuario: Es la intención de vender satisfacción más que productos.
3. Dado el carácter transitorio, inmediatista y variable de los servicios, se requiere una actitud positiva, dinámica y abierta: esto es, la filosofía de “todo problema tiene una solución”, si se sabe buscar.
4. Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas: es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.
5. El buen servidor es quien dentro de la empresa se encuentra satisfecho, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes: pedir buenos servicios a quien se siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa, es pedir lo imposible.
6. Tratando de instituciones de autoridad, se plantea una continuidad que va desde el polo autoritario (el poder) hacia el polo democrático (el servicio): en el polo autoritario hay siempre el riesgo de la prepotencia y del mal servicio. Cuanto más nos alejemos del primer polo, mejor estaremos.

2.2.3.2.Principios del servicio al cliente

Existen diversos principios que se deben seguir al llevar a cabo el servicio al cliente, estos pueden facilitar la visión que se tiene acerca del aspecto más importante del servicio, el cliente.

- Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.
- Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal y con los clientes y proveedores.
- Sistemas, no sonrisas. Decir “por favor”, "corazón", "gorinda" y “gracias” no le garantiza que el trabajo resulte bien a la primera. En cambio los sistemas sí.
- Anticipar y satisfacer consistentemente las necesidades os clientes.
- Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir autoridad para atender sus queja.
- Preguntar a los clientes lo que quieren y dársena y otra vez, para hacerlos volver.
- Los clientes siempre esperan el cumplimiento de su palabra. Prometer menos, dar más.
- Mostrar respeto por las personas y ser atentos con
- Reconocer en forma explícita todo esfuerzo de implantación de una cultura de calidad. Remunerar a sus empleados como si fueran sus socios (incentivos).
- Hacer como los japoneses. Es decir, investigar quiénes son los mejores y cómo hacen las cosas, para apropiarse de sus sistemas, para después mejorarlos.
- Alentar a los clientes a que digan todo aquello que no les guste, así como manifiesten lo que sí les agrada.
- Lo más importante, no dejar esperando al cliente por su servicio, por que todo lo demás pasará desapercibido por él, ya que estará molesto e indispuesto a cualquier sugerencia o aclaración, sin importar lo relevante que ésta sea.

2.2.3.3.La calidad del servicio de una Hostería

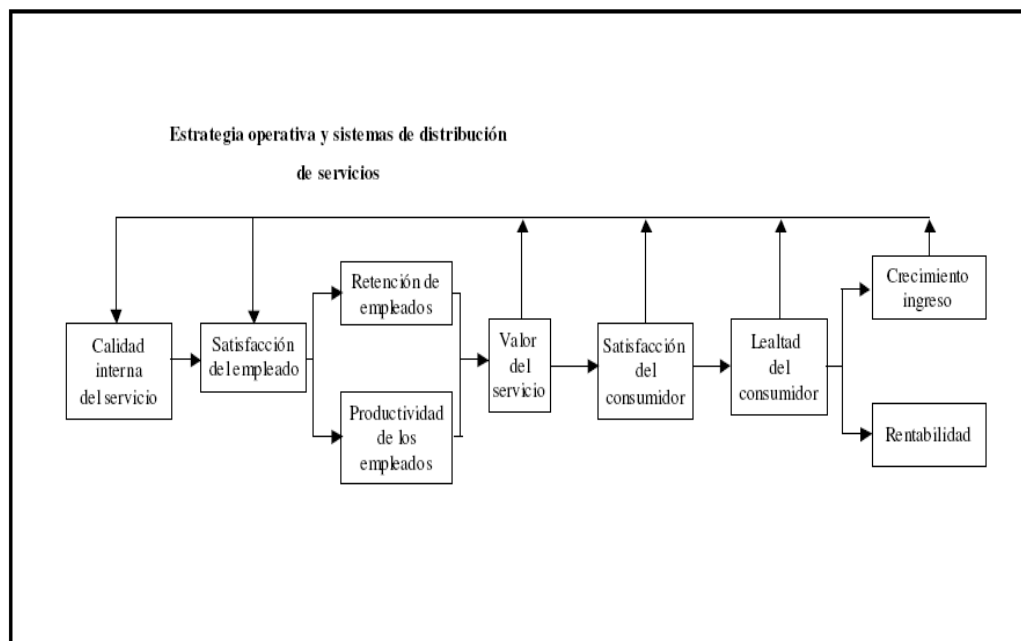
Es la confianza que inspira el servicio, tanto por experiencias anteriores como por el desarrollo eficiente de su prestación. La calidad Comercial y la Calidad técnica

o intrínseca están íntimamente relacionadas, aunque no puede la primera sin existir la segunda.

El éxito en para alcanzar calidad en el sector turístico puede ser medido por el grado de satisfacción de los turistas con el servicio recibido, el cual a su vez se puede reflejar en el regreso de los turistas, de algún amigo o familiar al mismo destino turístico. De allí que es importante la satisfacción del turista, pues se aplican los mismos principios para negocios en otros sectores, donde cuesta seis veces más vender a un nuevo cliente que a un cliente activo; un cliente insatisfecho comunicará su experiencia a ocho o diez personas, no se puede controlar lo que no se puede medir, pues sin una medición los gerentes no pueden identificar cuál es la posición actual de su empresa, por ello es de suprema importancia realizar de forma periódica una medición de la calidad de los servicios ofrecidos por el sector turístico.¹⁴

GRAFICO No. 4

Vínculo en la cadena servicio-beneficio



Fuente: Heskett et al. (1994).

¹⁴ KARL, A. (1988) **Gerencia del Servicio**. Legis Fondo Editorial.

El análisis de la calidad de servicio puede ser realizado a través de una serie de modelos conceptuales e instrumentos como el Modelo de Diferencias entre Expectativas y Percepciones, Modelo de las Cinco Dimensiones o Criterios, y el Modelo Integral de las Brechas sobre la Calidad del Servicio o Modelo de las Cinco Brechas. Una escala adoptada por la comunidad científica internacional, que intenta medir la calidad del servicio resumiendo de los modelos conceptuales mencionados (modelo de las cinco brechas, modelo de la diferencia de expectativas y percepciones, y modelo integral). Consiste en la medición de las expectativas y percepciones del cliente respecto a las dimensiones determinantes de la calidad del servicio (tangibilidad, empatía, seguridad o garantía, responsabilidad y confiabilidad), partir de una serie de preguntas sobre cada dimensión, diseñadas para ser aplicadas a los servicios de cualquier tipo.

Al aplicar este instrumentos, la calidad de los servicios se pueden comparar las discrepancias entre las expectativas y percepciones en cada una de las dimensiones señaladas; cuando las expectativas son iguales o inferiores a las percepciones, la calidad del servicio es considerada como satisfactoria o como un derroche de calidad, respectivamente; por el contrario cuando las expectativas son superiores a las percepciones se considera que existe déficit o falta de calidad en los servicios prestados.

CUADRO No. 4

**EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DEL CLIENTE RESPECTO A LAS
DIMENSIONES DETERMINASTE DE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

	Expectativas	Percepciones
Tangibilidad	1. Deberían tener equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna	1. Tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna
	2. Sus instalaciones físicas deberían ser cómodas y visualmente atractivas	2. Sus instalaciones físicas son cómodas y realmente atractivas
	3. Sus empleados deberían tener apariencia pulcra	3. Sus empleados tienen apariencia pulcra
	4. Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrecen estas empresas deberían ser visualmente atractivas	4. Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrecen estas empresas son visualmente atractivos
Fiabilidad o Confiabilidad	5. Cuando estas empresas prometen hacer algo en cierto tiempo, deberían hacerlo	5. Cuando estas empresas prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen
	6. Cuando los clientes tienen un problema, deberían mostrar un sincero interés en solucionarlo	6. Cuando el cliente tiene un problema, muestran un sincero interés en solucionarlo
	7. Deberían prestar habitualmente bien el servicio	7. Habitualmente presta bien el servicio
	8. Deberían prestar el servicio en el tiempo acordado	8. Prestan el servicio en el tiempo acordado
	9. Deberían mantener sus registros sin errores	9. Insisten en no cometer errores en sus registros
Responsabilidad o Capacidad de respuesta	10. No cabría esperar que informen puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio*	10. No informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio*
	11. No es realista para los consumidores esperar un servicio rápido y ágil de los empleados de estas empresas*	11. Los empleados no ofrecen un servicio rápido y ágil a sus clientes*
	12. Los empleados no siempre tienen que estar dispuestos a ayudar a sus clientes*	12. Los empleados no siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes*
	13. No importa si están demasiado ocupados para responder rápidamente a las preguntas de sus clientes*	13. Los empleados están demasiado ocupados para responder rápidamente a las preguntas de sus clientes*
Seguridad	14. Los clientes deberían ser capaces de tener confianza con los empleados de estas empresas	14. El comportamiento de los empleados transmite confianza a sus clientes
	15. Los clientes deberían ser capaces de sentirse seguros en sus transacciones con los empleados de las empresas	15. Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa
	16. Sus empleados deberían ser siempre amables	16. Sus empleados deberían ser siempre amables con sus clientes
	17. Sus empleados deberían recibir el apoyo adecuado de estas empresas para desarrollar bien su trabajo	17. Sus empleados reciben el apoyo adecuado de la empresa para desarrollar bien su trabajo
Empatía	18. De estas empresas no se debe esperar que ofrezcan una atención individualizada a cada cliente*	18. No ofrece una atención individualizada a cada cliente*
	19. De los empleados de estas empresas no se debe esperar que ofrezcan atención personalizada a sus clientes*	19. Los empleados de esta empresa no ofrecen atención personalizada a sus clientes *
	20. No es realista esperar que los empleados de estas empresas conozcan cuáles son las necesidades específicas de sus clientes*	20. No sabe cuáles son las necesidades específicas de sus clientes *
	21. No es realista esperar que los empleados de estas empresas busquen lo mejor para los intereses de sus clientes*	21. No busca lo mejor para los intereses de sus clientes*
	22. No se debe esperar de ellas que tengan horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes*	22. No tiene horarios de trabajo flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes*

Fuente: Gerencia del Servicio KARL, A. (1988)

Elaboración: Santiago López.

GRAFICO No. 5
PERCEPCIÓN DEL CLIENTE SOBRE EL SERVICIO



Fuente: Gerencia del Servicio KARL, A. (1988)

Elaboración: Santiago López.

2.2.3.3.1. Requisitos que tienen que tener los servicios en las hosterías.¹⁵

- **Organización**

La hostería, en cualquiera de sus calificaciones, debe tener una organización de tal manera que preste los servicios correspondientes a su categoría y los que promocióne.

En particular, la hostería debe:

- a. Poseer un organigrama de básico de funcionamiento y división de responsabilidades cuando su personal sea mayor o igual a tres personas.
- b. Contar con procedimientos que permitan garantizar la calidad de los servicios ofrecidos, así como la oportunidad en que se prestan los mismos.
- c. Contar con el personal capacitado y entrenado para la eficiente y oportuna entrega de los servicios que presta la hostería.

¹⁵ KARL, A. (1997) **La Revolución del Servicio**. Primera Edición. 3R Editores

- d. Asegurar la correcta presentación del personal que atiende a los usuarios, según sea el cargo o sus funciones.
- e. Tener implementado un medio de recepción y tratamiento de reclamos y sugerencias de los usuarios.
- f. Contar con programas de mantención, preventivos y correctivos, de tal manera de asegurar el buen estado de funcionamiento, conservación y mantenimiento de todas las dependencias de la hostería, así como de su equipamiento.
- g. Contar con procedimientos funcionales y de control relacionados con la seguridad e higiene de las dependencias e instalaciones de la hostería.
- h. Informar a los usuarios la política respecto a tenencia de mascotas.
- i. Informar a los usuarios la política respecto a áreas para fumadores y no fumadores.
- j. Informar mediante la exhibición en lugares visibles de las áreas de uso común y/o en cada unidad habitacional, de un resumen de las disposiciones sobre el uso de las instalaciones, dependencias o equipos que corresponda, en español e inglés.
- k. Informar mediante un directorio de servicios de la hostería, en cada unidad habitacional, en español e inglés, de todos los servicios de la hostería, indicando definición del servicio, horario de las prestaciones, y en el caso que éstos sean proporcionados por terceros, lugar o teléfono donde se puedan contratar.
- l. Informar de aquellas medidas de sustentabilidad ambiental adoptadas por la hostería y que puedan repercutir en los servicios ofrecidos (tales como menor frecuencia de cambio de toallas o sábanas), las cuales deben ser de carácter opcional y no deben generar un menor nivel de servicio, si el huésped no desea colaborar voluntariamente

- **Requisitos comerciales y de marketing**

La hostería debe cumplir con los requisitos mínimos siguientes, respecto de sus relaciones comerciales y de marketing, durante sus períodos de operación:

- **Reservas y ventas**

Es competencia de la hostería contar con un servicio de reservas y ventas que cumpla con los requisitos mínimos siguientes:

- a. Tener definido el procedimiento para reserva, venta y confirmación del servicio de alimentación y alojamiento.
- b. Aceptar como mínimo, dos medios de pagos los que se deben difundir previamente y durante la estadía del huésped o visitante. Cuando no exista disponibilidad de verificación local de otro medio de pago, distinto del efectivo, el segundo medio de pago es exigible.
- c. Publicar y difundir las tarifas del servicio de alimentación y las tarifas diarias del servicio de alojamiento, para las diferentes temporadas de operación, expresadas en moneda local y su equivalente, como mínimo, en una moneda extranjera de uso frecuente.
- d. Informar de aquellos beneficios legales o tributarios que favorezcan al huésped o visitante, cuando sea política de la hostería, tales como exención del IVA a turistas extranjeros u otros, en las condiciones establecidas en la normativa vigente.

- **Imagen corporativa o publicidad**

La hostería debe cumplir con los requisitos mínimos siguientes:

- a. Consignar en forma precisa y explícita el nombre de fantasía y su clase, en los medios publicitarios, correspondencia, formularios y cualquier otra documentación o material de propaganda que utilice.
- b. El material publicitario utilizado en la promoción de los servicios que ofrece la hostería se debe publicar como mínimo, en español y en otro idioma cuando se promocióne esta facilidad, y debe responder a parámetros verificables, evitando el uso de términos que, por su ambigüedad, pudieran inducir expectativas sobre los servicios superiores a los que realmente presta la hostería.

- **Otros requisitos**

- a. La hostería debe estar registrada en el sistema de información turística, del Servicio Nacional de Turismo.
- b. Una vez obtenida la certificación, la hostería debe exhibir en la entrada principal y como complemento de su denominación, la categoría asignada.

En el REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS¹⁶ del Ministerio de Turismo del Ecuador. En el Capítulo I referente a LOS ALOJAMIENTOS en la Sección I de Disposiciones Generales menciona:

Art. 1.- **Alojamientos.-** Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

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

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

- **Servicios de información**

A continuación se indica la información de la ciudad o localidad más cercana, que por ser útil a los huéspedes, debe estar disponible en un lugar visible de la recepción de la hostería:

¹⁶ Reglamento de Actividades Turísticas Sección 2. Art. 11 Registro oficial 726 de 17 de Diciembre del 2002.

- Dirección y teléfonos de organismos tales como embajadas, consulados u oficinas de turismo.
- Dirección y teléfono de servicios tales como bancarios, fotografía, correos, centros de llamada y casas de cambio.
- Información relacionada con líneas de transporte terrestre, aéreo o marítimo; locomoción colectiva urbana e interurbanas con sus respectivos horarios; aeropuertos, estaciones de ferrocarril, y arriendo de auto con o sin chofer.
- Ubicación de locales de fiesta, cines, teatros, espectáculos, iglesias y centros religiosos de distintos credos, instalaciones deportivas, listado de tiendas especializadas.
- Información sobre hospitales, clínicas y centros médicos especializados, carabineros, investigaciones y seguridad comunal.
- Opcionalmente, también es recomendable entregar al huésped, información propia o elaborada por terceros, referida a:
 - Plano de la ciudad.
 - Mapa de la región.
 - Mapa de carreteras y red ferroviaria.
 - Guía de espectáculos.
 - Guía de compra en la ciudad.

2.3.MARCO CONCEPTUAL.

ACTIVIDAD TURÍSTICA.- Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.

ALOJAMIENTO.- Lugar o establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios.

ÁREA TURÍSTICA.- Extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con

una red de transportes que los intercomunica. El área turística puede agrupar varias zonas inclusive de varios países.

ATRACTIVO TURÍSTICO.- Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

AGENCIA DE VIAJES.- Es una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes o otros servicios turísticos. El papel de la agencia turística es el de intermediario entre la persona que demanda turismo y la persona que ofrece esa demanda y que es productor de bienes o servicios turísticos.

BOOM TURÍSTICO.- Súbito aumento masivo de turismo en un lugar determinado. Auge, actividad o prosperidad repentina que se produce por un aumento turístico enérgico.

CALENDARIO TURÍSTICO.- Publicación que contiene en orden cronológico los acontecimientos de interés turístico de un país una región o una localidad, dentro de un espacio de tiempo determinado (semana, mes año).

CALIDAD: Partiendo de la prioridad de los actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementales estándares, en función de costumbres, usos y culturas.

CALIDAD TURÍSTICA.- cultura, debido a que más allá de una corriente de la administración, es una forma de vida donde se une el ejercicio de una serie de valores como amor al trabajo, satisfacción al cliente, entre otros. La calidad no radica en las organizaciones sino en los individuos, defendiendo con ello que para llevar a cabo cualquier desarrollo de una cultura de calidad se requieren individuos que posean y compartan valores como: lealtad, amor por el trabajo, disciplina, compañerismo, iniciativa, responsabilidad y compromiso.

CAMARERA.- Persona encargada de los lavabos del restaurante o del confort de los pasajeros de un avión, tren, barco.

CATÁLOGO TURÍSTICO.- Lista selectiva a modo de catálogo de los sitios, objetos y acontecimientos de interés turístico de un lugar, región o país.

CENTRO TURÍSTICO.- Se denomina al núcleo urbano con atractivos turísticos y servicios de alojamiento, alimentación, recreación, etc.

CENTRO VACACIONAL.- Instalaciones que constituyen un conjunto autónomo de turismo destinado al alojamiento individual o colectivo. Dispone de locales y servicios comunes para la comida, práctica de deportes, diversiones y compras.

CICLO DE VIDA.- Etapas que presenta la evolución del producto, durante su permanencia en el mercado turístico.

CONCIENCIA TURÍSTICA: Conjunto de actitudes de servicios, comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción a través de la hospitalidad y comprensión. Sentido de estar brindando un servicio en su accionar cotidiano, que tienen los lugareños para el turista.

CONSUMIDOR: Término con el cual se identifica a la persona que compra o hace uso de bienes y servicios.

CLIENTE.- Es la persona susceptible de recibir los beneficios de un producto o servicio mediante el proceso de compra.

CORRIENTE TURÍSTICA.- Conjunto de personas que con fines turísticos se desplaza de un lugar a otro constituyendo un caudal continuo con características especial es para la realización de actividades ajenas a la rutina.

DEMANDA TURÍSTICA.- Es el conjunto de servicios electivamente solicitados por el consumidor. Abarca por lo tanto, todas las características del consumidor presente posibles; es decir, cubre el mercado actual y futuro.

DÍPTICO.- Documento compuesto de dos secciones, utilizado con mucha frecuencia en el ámbito publicitario para promocionar productos y/o servicios.

EQUIPAMIENTO TURÍSTICO.- Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico.

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS: "Los locales o instalaciones abiertos al público y acondicionados de conformidad con la normativa en su caso aplicable, en los que las empresas turísticas presten alguno o algunos de sus servicios".

ESTACIONALIDAD TURÍSTICA.- Característica del fenómeno turístico ocasionada por la concentración de la afluencia de viajeros en ciertos meses del año, coincidente por lo común con las épocas de vacaciones imperantes en el país, generando lo que se ha llamado "alta estación".

EVENTO.- Descripción de un fenómeno en términos de sus características, su dimensión y ubicación geográfica. Registro en el tiempo y el espacio de un fenómeno que caracteriza una amenaza.

FOLLETO TURÍSTICO.- Medio publicitario o de información turística desplegable o con páginas, generalmente de 10 x 22 cm. Contiene textos e ilustraciones que complementan la estrategia de otros medios.

GUÍA TURÍSTICA.- Expresión que designa los fascículos, libros y otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

HERRAMIENTA PROMOCIONAL.- Se denominan así las variables o indicadores a partir de los cuáles se implanta la mezcla promocional en una empresa; entre ellas destacan **Publicidad, Relaciones Públicas, Propaganda, Venta Personal.** Es posible que sean denominadas actividades o instrumentos promocionales.

HOSPITALIDAD: Industria que comprende establecimientos de hospedaje, y restaurantes que sirven a los huéspedes con cortesía y calidez.

HOSTELERÍA: Conjunto de servicios capaces de satisfacer las necesidades de alojamiento y alimentación de los turistas a cambio de un precio previamente convenido.

HUÉSPED.- Persona que utiliza los servicios de alojamiento en un establecimiento.

HUÉSPED CORPORATIVO.- Persona que se aloja en un establecimiento hotelero en virtud de su desplazamiento por razones de índole laboral donde la contratación y cancelación de los servicios hoteleros se realiza por vía institucional o corporativa, vale decir de empresa a hotel.

En la mayoría de los casos estos huéspedes son referidos al hotel mediante una carta compromiso.

INFORMACIÓN TURÍSTICA.- Labor realizada generalmente por los organismos oficiales o por empresas privadas de turismo tendiente a proporcionar al turista los datos que necesita precios al viaje y durante éste, en materia de horarios, tarifas, hoteles, actos.

La información turística requiere darse en varios idiomas principalmente en inglés, francés, y alemán.

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.- Es toda construcción, instalación o servicio de utilización general pero necesaria para la práctica del turismo, cuya construcción o presentación escapa a la competencia de los organismos oficiales o provinciales de turismo.

INVESTIGACIÓN TURÍSTICA.- Conjunto de acciones que de acuerdo con una metodología llevan a averiguación, aportación y creación de nuevos conocimientos sobre turismo.

MEJORAMIENTO CONTINUO.- Es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas, y este caso los hoteles necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo.

MERCADO.- Conjunto de personas que en forma individual u organizada necesitan productos de una clase y tienen la posibilidad, el deseo y la autoridad para comprarlos.

MERCADO META.- Es un grupo de clientes hacia el que la organización enfoca su esfuerzo de mercadotecnia.

MERCADO TURÍSTICO.- Es todo lugar o situación donde se transa el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas).

MEZCLA PROMOCIONAL.- Conjunto de herramientas que posibilitan el cumplimiento de los objetivos de la promoción.

MOTIVACIÓN.- Predisposición de una persona, o grupo de personas, para actuar de una determinada manera.

OFERTA TURÍSTICA.- Es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (Patrimonio, Industria, Propaganda). En estas combinaciones de

prestaciones materiales y de servicios, estos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico.

PAQUETE TURÍSTICO.- Conjunto de servicios en que se incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc., que puede o no incluir el transporte de aproximación, que se vende a un precio global, y que pueden ser adquiridos en un solo acto de compra.

PERCEPCIÓN.- Es la sensación que tiene el cliente de haber recibido ayuda y aprecio.

PLAN.- Conjunto de Proyectos o plan de acciones coordinadas.

PLAN DE MEJORAMIENTO.- Es un instrumento importante para las empresas, detalla tareas que deben ser realizadas al momento de vender un producto y/o servicio para corregir los errores encontrados.

PLAN PROGRAMA PROMOCIONAL.- Guía organizada y detallada contentiva de las estrategias y tácticas promocionales que una empresa implementa durante un período de tiempo determinado, en la cual se conjugan los elementos de la mezcla comercial en forma sistemática y eficiente a los fines de conseguir objetivos y metas previamente establecidas que posibiliten informar persuadir y recordar a los usuarios o consumidores, acerca de la naturaleza del negocio y sus productos o servicios, diferenciándolo de la competencia y provocando la acción de compra. En tal sentido dicho plan prevé una selección y justificación de los diferentes medios a utilizar para el logro de sus fines; así mismo el concepto creativo que ampara dicho plan.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.- Medio que permite por la combinación de varios cursos de acción o acciones complementarias, la obtención de un objetivo. Su formulación corresponde a los niveles superiores de conducción.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.- Determinación anticipada de los sucesos turísticos por medio de la disposición de ideas y acciones, encaminadas a lograr en forma concatenada metas señaladas de antemano dentro de un proceso racional y coherente.

PLANTA TURÍSTICA.- Conjunto de instrumentos, útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turístico. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.

PRECIO.- Es el mecanismo en función del cual los artículos, que constituyen el flujo de mercancías, se ajustan a los deseos de los consumidores. Expresión monetaria del valor.

PRODUCTO TURÍSTICO.- Conjunto de bienes y servicios (prestaciones: materiales e inmateriales), que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos y/o las expectativas de los turistas.

PROGRAMA.- Conjunto de acciones ordenadas desarrolladas en un tiempo y espacio determinado.

PROMOCIÓN.- Actividad del proceso de marketing, cuya función principal es la comunicación persuasiva.

PROMOCIÓN TURÍSTICA.- Conjunto de personas y objetos que al ponerse en acción determinan factores de fomento a las diversas etapas del desarrollo turístico, ya sea incrementando la afluencia de turistas o estimulando el incremento de la industria turística.

PROPAGANDA TURÍSTICA.- Desarrollo de actividades difusoras con el objeto de atraer la atención de las gentes e influir en los pensamientos y decisiones, respecto al uso y disfrute del patrimonio turístico de un lugar, región o estado. Puede ser empresarial, así como comunal, regional provincial, nacional y supranacional.

PUBLICIDAD TURÍSTICA.- Comunicación pagada que se realiza en forma temporal, periódica o esporádica a través de los medios publicitarios, creando en el mayor número de gentes posible el deseo de disfrute de bienes y servicios turísticos.

La publicidad turística la hacen las autoridades por medio de los fondos públicos o los particulares con cargo a sus presupuestos, con el fin de atraer turistas a través de mensajes que aportan datos informativos, excitan la voluntad, despiertan la curiosidad y evocan el recuerdo

RECURSO TURÍSTICO.- Todo elemento natural, actividad humana o producto de ésta, capaz de motivar un desplazamiento turístico.

SATISFACCIÓN.- Diferencia entre la percepción del cliente y sus expectativas.

SERVICIO.- Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no da como resultado propiedad de algo. Su producción puede estar o no–ligada a un producto físico.

SERVICIO TURÍSTICO.- Conjunto de realizaciones, hechos y actividades tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro, de facilitación, acercamiento, uso y disfrute del patrimonio turístico.

TOUR OPERATOR.- Se suele aplicar este nombre a las grandes agencias de viajes que se centran en la confección de paquetes turísticos, elaborados para un elevado número de clientes y puestos a la venta con anticipación a la demanda real.

TURISMO.- Es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento, de temporada y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual, invirtiendo en sus gastos recursos que no provienen del lugar visitado.

TURISMO COMERCIAL.- Tipo de turismo constituido por personas que asisten a ferias, exposiciones, industrias, granjas modelo, complejos técnicos, combinados agroindustriales, centros de energía, impulsados por una motivación mixta de turismo y comercio.

TURISMO DOMÉSTICO: Aquel que se realiza sin salir de las fronteras del país residente.

TURISMO ITINERANTE: Cuando el turismo incluye movilizaciones a varios lugares (ciudades, pueblos, etc.)

TURISTA.- Toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua o religión que entre en el territorio contratante distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas cuando menos y no más de seis meses, en cualquier período de doce meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración.

En sentido económico se considera a la persona que por motivos de viaje realiza consumos en un lugar diferente a aquel donde reside habitualmente y obtiene sus rentas de capital o trabajo.

TURISTA DE NEGOCIO.- Toda persona que ejerce la actividad turística en virtud de realizar negociaciones, o transacciones de tipo comercial, institucional o gubernamental.

VALOR.- Es el resultado de la capacidad de los participantes en el intercambio para resolver los conflictos por medio de un proceso de negociación

2.4.HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.4.1. Hipótesis

El plan de mejoramiento permitirá mejorar los servicios turísticos ofertados en la Quinta Aidita, del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

2.4.2. Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE.

PLAN DE MEJORAMIENTO

VARIABLE DEPENDIENTE.

SERVICIOS TURÍSTICOS

2.5.OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

CUADRO No. 5

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS
INDEPENDIENTE. PLAN DE MEJORAMIENTO	Es un <u>instrumento</u> importante para las empresas, detalla <u>tareas que deben ser realizadas al momento de vender un <u>producto y/o servicio</u> para corregir los errores</u>	Instrumentos Tareas Producto y/o servicio	Estructura Funciones Proceso Actividades Beneficios	Técnicas: Entrevista Instrumento: Cuestionarios

	encontrados.			
DEPENDIENTE. SERVICIOS TURÍSTICOS	Es un <u>conjunto de hechos y actividades</u> tendientes a producir prestaciones personales que <u>satisfagan las necesidades del turista.</u>	Actividades Participación del Turista. Satisfacción del cliente	Servicio de Atención Limpieza. Seguridad. Sugerencia por parte del turista. Gusto y deleite. Agrado del cliente en el servicio. Confianza del huésped.	Técnicas: Entrevista Instrumento: Cuestionarios

Fuente y Elaboración: Santiago López.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODO

El método científico conjuga la inducción y la deducción es decir el pensamiento reflexivo para resolver el problema de la presente investigación, por tal motivo utilizaremos los siguientes métodos.

El método deductivo: es aquel que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular.

El método inductivo: es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales

3.1.1. Tipo de Investigación

En la presente investigación se ha empleado el método descriptivo y experimental ya que se ha verificado la calidad de servicios turísticos con los que cuenta la Hostería “Quinta Aidita”, para completarlo con el mejoramiento de estos servicios mediante una encuesta a los turistas locales y los empleados, además una entrevista dirigida al administrador.

Descriptiva: comprende la [descripción](#), [registro](#), análisis e [interpretación](#) de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.

Experimental: se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular.

El experimento es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas [variables](#) de estudio manipulada por él, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas.

3.1.2. Diseño de la Investigación

Investigación Documental: es la investigación que es realizada en los distintos tipos de escrituras tales como libros, revistas entre otras.

Investigación De Campo: es la investigación que se realiza en el lugar de los hechos es decir donde ocurre los fenómenos estudiados.

Investigación de Laboratorio: es donde el investigador debe presentar por escrito los conocimientos ya publicados sobre el tema, validados por la bibliografía existente.

3.1.3. Tipo de estudio

Transaccional o transversal

Se emplea este tipo porque los resultados son obtenidos en un tiempo único.

3.1.4. Población y Muestra

La presente investigación se ha realizado en la planta de la Hostería Aidita, tenía como información por parte de la administración un promedio mensual de 200 turistas que visitan a esta hostería.

$$m = 200$$

$$n = \frac{m}{e^2(m-1) + 1}$$

Simbología:

n = (tamaño de la muestra)

m = (tamaño de la población)

e^2 = (error admisible)

$$n = \frac{200}{0.09^2(200-1) + 1}$$

$$n = \frac{200}{0.0081(199) + 1}$$

$$n = \frac{200}{2.6119}$$

$$n=76,57$$

n=77 ENCUESTAS

Las 77 encuestas serán aplicadas a los turistas que han disfrutado de los servicios que ofrece la Hostería “Quinta Aidita”.

Para la población de los empleados de la hostería, se tomará a todos por ser un número pequeño, estos son en total seis empleados.

3.1.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas utilizadas en el trabajo de investigación son: observación directa, observación documentada, la encuesta.

OBSERVACIÓN DIRECTA La observación directa permite observar el servicio que oferta la Hostería “Quinta Aidita”

INVESTIGACIÓN DOCUMENTADA. Se refiere principalmente a revisión, análisis y aplicación de todos los documentos como: libros, folletos, revistas, internet, etc.

ENCUESTA.- Es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación y, sobre todo, considerando el nivel de educación de las personas que se van a responder el cuestionario. Las encuestas están dirigidas a la población urbana del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo y a los trabajadores de la Hostería Quinta Aidita. (Ver Anexo No.1 y No.2)

ENTREVISTA.- es la acción y efecto de entrevistar o entrevistarse. Se trata de una **conversación** entre una o varias personas para un fin determinado. (Ver Anexo No.3)

3.1.6. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Luego de recoger la información y los datos, con la ayuda del programa Microsoft Office Excel se pasan a:

- Ordenar o clasificar la información obtenida para verificar el número de encuestas recibidas.
- Revisión de datos para evitar errores u omisiones.
- Tabulación de los datos de la encuesta.

- Presentación de datos estadísticos en de tablas de porcentajes en forma escrita y gráfica.
- Análisis e interpretación de resultados.
- Conclusiones y Recomendaciones.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS POR LA QUINTA AIDITA

Las tierras en la que ahora está construida la Hostería Quinta Aidita, era de propiedad de la familia Guijarro Polo, actualmente su dueño es el Dr. Fausto Vallejo Escobar, el ideal del dueño fue crear un centro de recreación para el esparcimiento de turistas locales y nacionales, comenzó a construir en estos terrenos una casa con una piscina familiar, para ahora convertirse en una Hostería que brinda los servicios de zoológico con diferentes tipos de animales, una piscina, un hidromasajes, habitaciones, un restauran. Con el trascurso del tiempo la hostería está tomando renombre por sus servicios que brinda a los turistas, los

mismo que llegan a la ciudad de Guano porque esta ciudad es un atractivo turístico por sus artesanías, además de poseer un clima agradable, se puede respirar un aire muy fresco y relajante, es por eso que la hostería se vio la necesidad de incrementar mas tipos de diversión ya sea para niños, jóvenes y adultos en general, con el objetivo de satisfacer la necesidad de los turistas, actualmente aun no culmina su infraestructura totalmente, para crear nuevos servicios.

Fotografía No. 1



La Hostería Aidita posee los siguientes servicios turísticos: (Anexo No. 4)

Entrada a la Hostería Quinta Aidita

perspectivas medioambientalistas, inmersas principalmente en la protección-conservación del ecosistema, la perspectiva enmarcada fundamentalmente en la satisfacción de los turistas y la rentabilidad económica. Los aspectos contextuales propios de cada espacio natural, las características principales de la oferta y la demanda recreativa existente y las diferentes medidas o estrategias de planificación y gestión susceptibles a ser empleadas por la hostería en cada caso, se constituyen como los aspectos básicos a partir de los cuales el mayor equilibrio entre la conservación y el aprovechamiento recreativo de este tipo.

La Hostería Aidita posee los siguientes servicios turísticos: (Anexo No. 4)

- Áreas Recreativas:

- Cancha de futbol
- Cancha de básquet.
- Cancha de Vóley
- Juegos para niños.
- Piscina para adultos.
- Piscina para niños.
- Hidromasaje.
- Sauna
- Turco.
- Parqueadero para 50 autos.
- 15 Cabañas (alojamiento)
- 1 salón de eventos para 300 pax.
- Zoológico.

ÁREA RECREATIVA PARA NIÑOS Y DEPORTES

La Hostería Quinta Aidita, se vio en la necesidad de extender y habilitar espacios que fomenten la sana recreación de los turistas, así como promover el deporte mediante el aprovechamiento de canchas es un tema fundamental porque pretende aportar beneficios a la cultura del turista que cuenta con todas las condiciones para ello.

Fotografía No.2



Área recreacional: Juegos para niños, cancha de futbol y voleibol

PISCINAS E HIDROMASAJES.

De acuerdo al uso de los diferentes turistas de la Hostería Quinta Aidita que cada uno de ellos le dé a las piscinas, resultaron los condicionamientos referentes a: ubicación, medidas, formas, superficie, equipamiento, escaleras, pasamanos, cerramientos.

En las piscinas recreativas de la hostería Quinta Aidita se ha incluido zonas de solarium acuáticos, sectores de poca profundidad para uso de niños, bancos con sistemas de hidrojet, islas, toboganes, chorros de aguas, cascadas, nado contra Canchas de futbol, vóley y juegos de niños.

Con respecto a los sectores de piscinas recreativas para niños, la hostería ha creado piscinas independientes a las piletas para mayores, así se podrá tratar adecuadamente el agua de las mismas con equipos sobredimensionados que

permitan garantizar una especial y excelente calidad del agua, aún bajo las condiciones más desfavorables.

Fotografía No.3



Piscina de adultos

Fotografía No.4



Hidromasaje y piscina de niños

CABAÑAS

La Hostería Quinta Aidita proyecta el ocio intentado que el huésped se sienta cómodo con las cabañas que están construidas con la mayor cantidad de superficie vidriada que ha sido posible porque, la administración de la Hostería Quinta Aidita piensa que no hay mejor decorado que su entorno: La Naturaleza.

Fotografía No.5



Cabañas

SALON DE EVENTOS Y DE COMIDA

El centro de convenciones de convenciones y de comida es un lugar construido con el propósito de juntar asambleas, conferencias, seminarios o agrupaciones de diferentes caracteres, sea comercial, empresarial, científico o religioso, entre otros, además de ofrecer el servicio de alimentación

Fotografía No.6



ZOC Salón de eventos

El zoológico de la Hostería Quinta Aidita fue creado de acuerdo como en todo tipo de exhibición de zoológicos, el paisajismo juega un papel importantísimo por tratarse de reproducciones de espacios naturales, no es un espacio natural, es un espacio artificial y por lo tanto todo elemento que en él intervenga es visto desde el punto de vista del hombre en función de la especie en cautividad.

Fotografía No.7



Zoológico

ACUARIO

El acuario es un lugar vistosa donde los turistas pueden disfrutar de los coloridos peses en de diferentes portes, sete acuario posee una sala de exhibiciones (donde hay acuarios de dimensiones reducidas dedicados a la fauna local), los turistas pueden disfrutar de este servicio que ofrece la Hostería Quinta Aidita.

Fotografía No.8



Acuario

AVIARIO

El aviario de la Hostería Quinta Aidita fue diseñado con espacio que se hace en función al recorrido de los turistas y el hábitat definido. Esto produce un espacio de observación de las diferentes especies de aves, a más de admirar sus formas y colores las mismas que son repartidas cuidadosamente de manera que se pueda visualizar en un ambiente de paz y tranquilidad.

Fotografía No. 9



P Aviario

Los parqueadero privados de la Hostería Quinta Aidita, como su nombre lo indica, es para uso exclusivo de los propietarios en los carros de los turistas que visitan las instalación, por ende se encuentran en un área segura para la tranquilidad de los turistas

Fotografía No. 10



Parqueadero

4.2.DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA

El diagnóstico situacional de la Hostería Quinta Aidita se ha realizado con la ayuda de un análisis FODA.

Análisis FODA

El siguiente análisis nos permite obtener una clara idea de todas las ventajas desventajas que tiene la Hostería “Quinta Aidita”.

FORTALEZAS:

Ubicado en un sector estratégico, gozando de un delicioso clima.

- Reconocimiento del Cantón Guano a nivel nacional e internacional
- Condiciones naturales y adecuadas
- Goza de un exquisito clima y se encuentra ubicado en un lugar turístico del Cantón Guano.
- Ubicado geográficamente en el centro del país, quedando a pocos minutos de la ciudad de Riobamba.
- Vías de acceso adecuadas
- La Hostería ofrece un ambiente familiar.
- Servicios turísticos ofertados con zonas agradables a la visita de los turistas

OPORTUNIDADES:

- Llegar a aquellos turistas insatisfechos del lugar y los demás lugares turísticos del cantón y de la provincia.

- Desarrollar centros de entretenimiento dentro de la hostería.
- Oportunidad de extendernos a nivel nacional, a las demás provincias del país; dependiendo siempre de la aceptación turística en este cantón.

DEBILIDADES:

- Deficiencia de planificación organizacional
- Deficiencia en publicidad
- Deficiencia de promociones en sus servicios

AMENAZAS:

- Presencia de competidores nuevos y existentes.
- Estrategias agresivas por partes de los competidores.

El análisis de la cartera de negocios sirve para hacer lo más rentable posible el negocio, para esto se desecha los que tengan desempeño bajo y se conserven los que sobresalgan y que hagan rentable a la Hostería “Quinta Aidita”.

La mejor cartera de negocios es la que une las fuerzas y debilidades de la Hostería “Quinta Aidita”, con las oportunidades del entorno. Como primer paso tenemos: identificar los negocios claves y hacerlos una unidad estratégica de negocios, unidad independiente que tiene misión y objetivos.

Como segundo paso debe estar que tan atractivas son sus distintas sus áreas de recreación y decidir que tanto apoyo merece cada una. El propósito está en encontrar las fortalezas del la Hostería “Quinta Aidita” para aprovechar las oportunidades del entorno.

Estas son ventajas que no tiene la competencia y en la cual se debe invertir un poco más de lo normal.

Fortalezas; la cual debe existir mayor inversión:

- La ubicación es excelente, ya que es un ambiente silencioso.
- El clima es agradable
- Centros de entretenimiento como; piscina, sauna, hidromasaje sala de eventos y convenciones, zoológico, aviario, acuario, zonas verdades, zona de juegos al aire libre para niños, zona de parqueo para los autos de los turistas.

4.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA.

1. ¿CUENTA LA HOSTERÍA CON UNA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y MANUALES DE FUNCIONES?

Responde que en el interior de la Hostería Quinta Aidita, existe una planificación organizativa, la misma que no es muy técnica porque carece de un organigrama estructural, pero cree que sería importante realizar una estructura organizativa, para que sus distintas áreas sean técnicas y eficientes para el buen desenvolvimiento de la hostería para que sea más competitiva y rentable.

Comentario: La hostería Quinta Aidita carece de una estructura organizativa, por lo cual su administración es empírica.

2. CUÁLES SON LOS MÉTODOS QUE UD. EMPLEA PARA MOTIVAR A TRABAJAR A SUS EMPLEADOS?

La hostería Quinta Aidita está en crecimiento, y que la administración se ha preocupado más en las construcción de los diferentes servicios que oferta, al personal únicamente le pagan sus bonificaciones de acuerdo a la Ley, pero que aún no cuentan con una planificación para motivar a sus empleados.

Comentario: La administración de la hostería Quinta Aidita, únicamente se ha preocupado del Recurso Económico, pero en temas de Recurso Humano como es la motivación aún no la aplican con sus empleados

3. ¿ESTUDIA UD. A SUS COMPETIDORES PARA PLANIFICAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFERTADOS DE LA HOSTERÍA?

Manifiesta que es obvio el estudio que se da a la competencia, Guano es un ciudad de turismo, y es por esta razón que la Hostería Quinta Aidita, esta innovando los servicios turísticos ofertados en comparación con sus competidores, es por tal motivo que su infraestructura va creciendo cada vez más, ya que las exigencias del mercado hacen que los servicios vayan ampliándose.

Comentario: La administración de la hostería Quinta Aidita está innovando sus servicios turísticos ofertados con el propósito de satisfacer las exigencias del mercado

4. ¿TOMA UD. EN CONSIDERACIÓN LAS SUGERENCIAS REALIZADAS POR SUS TRABAJADORES Y TURISTAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SUS SERVICIO.

La administración de la hostería, señala que es muy importante conocer los criterios de los turistas que han disfrutado de los servicios ofertados, ya que con estas sugerencias la hostería amplia o mejora sus servicios ofertados continuamente; las sugerencias realizadas por nuestros trabajadores son muy importantes ya que ellos están en contacto directo con los turistas.

Comentario: Es muy importante para la administración de la hostería tomar muy en cuenta las sugerencias de los turistas y de los empleados de la hostería, con la finalidad de mejorar o ampliar los servicios que oferta.

5. ¿LA HOSTERÍA POSEE ESTRATEGIAS QUE LE AYUDEN A MEJORAR LOS SERVICIOS QUE LA HOSTERÍA OFERTA?

Solo contamos con las estrategias empíricas, aún no contamos con una planeación estratégica que nos ayude de mejor forma a mejorar los servicios ofertados por esta hostería.

Comentario: La hostería no cuenta con una planificación estratégica para mejorar sus servicios ofertados.

6. ¿ESTARÍA UD. DISPUESTO A IMPLEMENTAR UN PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS OFERTADOS DE LA HOSTERÍA?

Manifiesta que la hostería debe realizar una renovación, pues ante el crecimiento competitivo de estos últimos tiempos, en un mundo globalizado, las exigencias del mercado conllevan a que exista un plan de mejoramiento de los servicios ofertados, los mismos que serán orientados a la satisfacción plena del turista.

4.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS TRABAJADORES DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA.

DATOS DE LOS TRABAJADORES

CUADRO No. 6

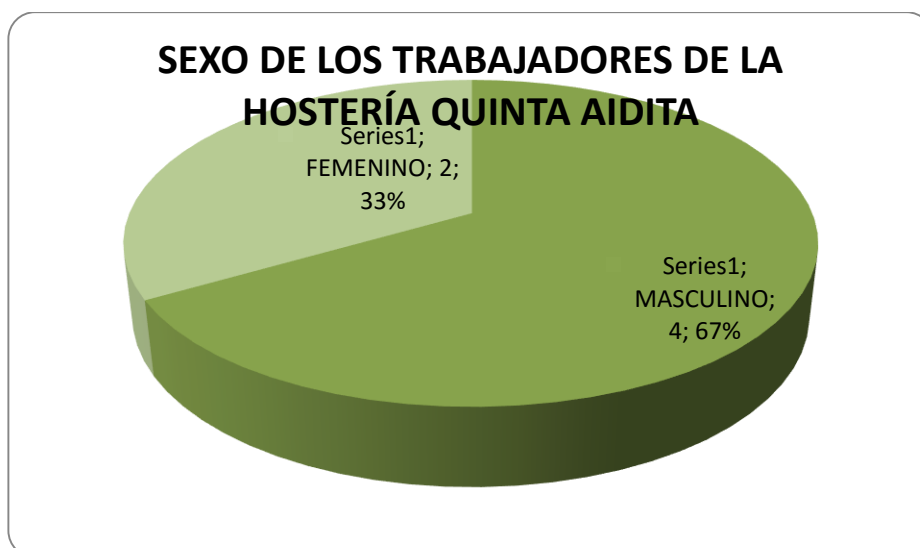
TIPO DE SEXO DE LOS TRABAJADORES DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	4	67%
FEMENINO	2	33%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No.6



FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

El 67% por ciento de los trabajadores de la Hostería Quinta Aidita son hombres, mientras que el 33% restante son mujeres.

CUADRO No. 7

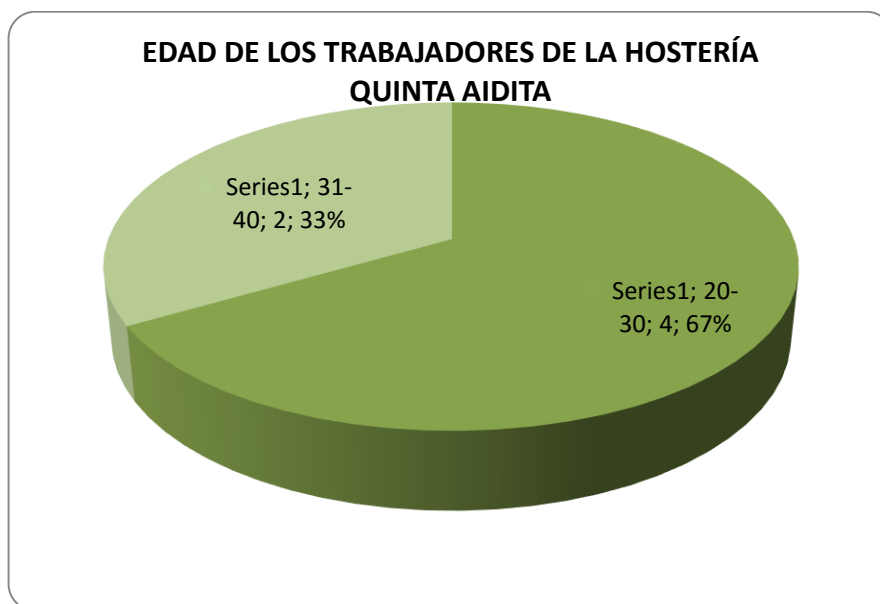
EDAD DE LOS TRABAJADORES DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30	4	67%
31-40	2	33%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 7



FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

El 67% de los trabajadores encuestados están en un rango de edad entre 20 a 30 años, mientras que el 33% restantes están en un rango de 31 – 40 años.

1. ¿POSEE TÍTULO UNIVERSITARIO?

SI

NO

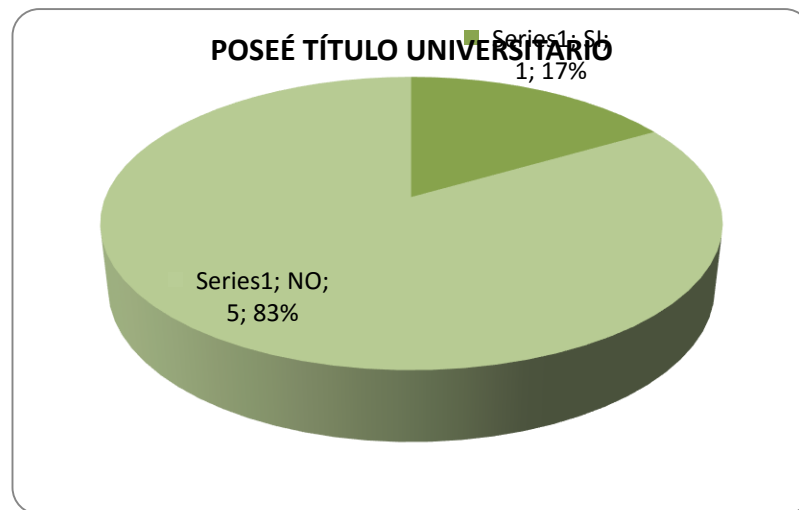
CUADRO No. 8
POSEEN TITULO UNIVERSITARIO LOS TRABAJADORES DE LA
HOSTERÍA QUINTA AIDITA

TITULO UNIVERSITARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	17%
NO	5	83%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRAFICO No. 8



FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS

Solo una persona posee título universitario que corresponde al 17%, mientras que el resto de los empleados que son cinco no poseen título universitario y esto corresponde al 83%.

2. ¿HABLAR OTRO IDIOMA A PARTE DEL ESPAÑOL?

SI

NO

CUADRO No. 9

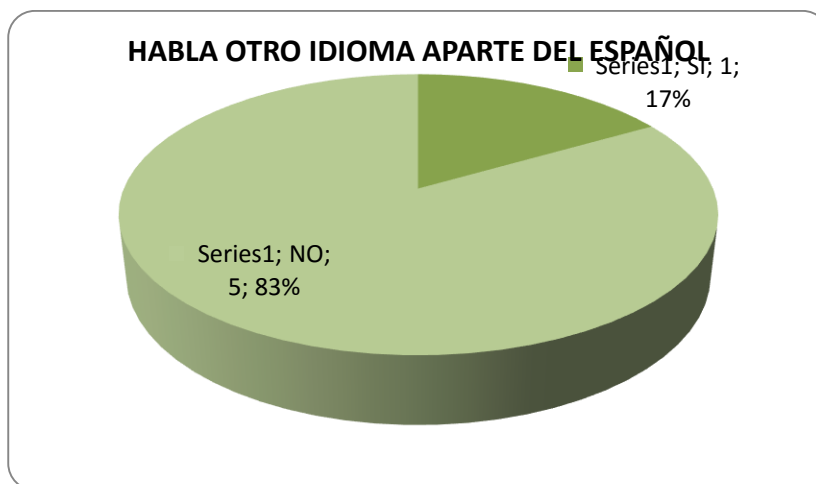
HABLAN OTRO IDIOMA APARTE DEL ESPAÑOL LOS TRABAJADORES DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA

HABLA OTRO IDIOMA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	17%
NO	5	83%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 9



FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

Solo una persona habla otro idioma a más del español y esto corresponde al 17%, mientras que el resto de los empleados solo hablan el español y esto corresponde al 83%.

3. ¿LA ADMINISTRACIÓN DE LA HOSTERÍA LE DIO A CONOCER CUALES SON SUS FUNCIONES LABORALES?

SI

NO

CUADRO No. 10

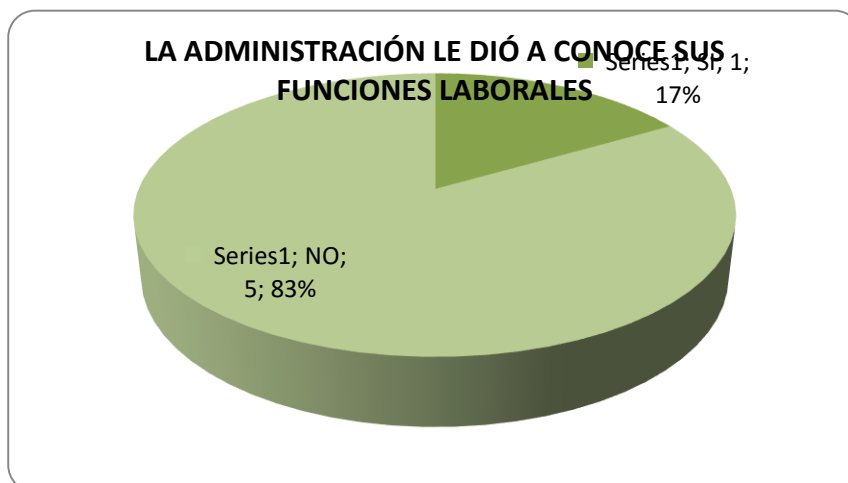
CONOCEN LOS TRABAJADORES DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA CUÁLES SON SUS FUNCIONES LABORALES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	17%
NO	5	83%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 10



FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS

Solo una persona conoce cuáles son sus funciones de su trabajo esto que corresponde al 17%, mientras que el resto de los empleados que son cinco no conocen cuales son las funciones en sus trabajos y esto corresponde a un 83%.

4. ¿RECIBE UD. INCENTIVOS QUE LE MOTIVEN AL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES DENTRO DEL HOSTERÍA?

SI

NO

CUADRO No. 11

LOS TRABAJADORES DELA HOSTERÍA QUINTA AIDITA RECIBEN INCENTIVOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	6	100%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 11



FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS

La totalidad de los empelados indican que existe una falta de motivación por parte de la administración y esto corresponde al 100%.

5. ¿INDIQUE COMO ES EL AMBIENTE DE TRABAJO DENTRO DE LA HOSTERÍA?

MALO

 BUENO
REGULAR

 MUY BUENO

CUADRO No. 12

COMO ES EL AMBIENTE DE TRABAJO EN LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA

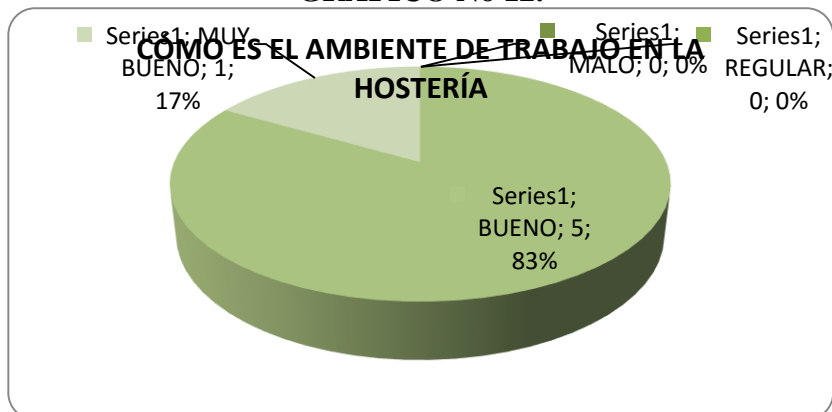
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MALO	0	0%
REGULAR	0	0%
BUENO	5	83%
MUY BUENO	1	17%

TOTAL	6	100%
-------	---	------

FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No 12.



FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS

El ambiente de trabajo en la hostería para una persona que corresponde al 17% es muy bueno, mientras que el resto de los empleados que son cinco es bueno y esto corresponde a un 83%.

6. ¿CONOCE USTED CUALES SON LAS POLÍTICAS DE CALIDAD PARA SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFERTA LA HOSTERÍA?

SI

NO

CUADRO No. 13

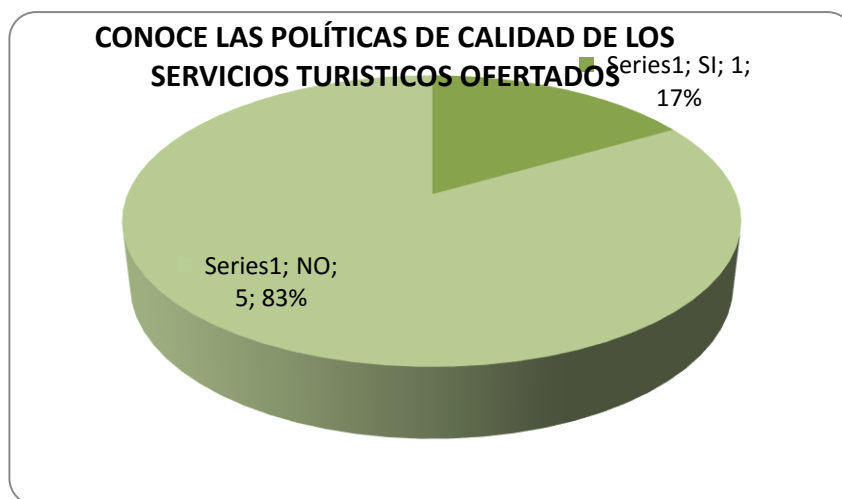
CONOCE LAS POLÍTICAS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
------------	------------	------------

SI	1	17%
NO	5	83%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 13



FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS

Solo una persona conoce cuales son las políticas de calidad de los servicios turísticos ofertados que corresponde al 17%, mientras que el resto de los empleados que son cinco no conocen cuales son las políticas y esto corresponde a un 83%.

7. ¿TOMA USTED EN CONSIDERACIÓN LAS SUGERENCIAS REALIZADAS POR LOS TURISTAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS?

SI

NO

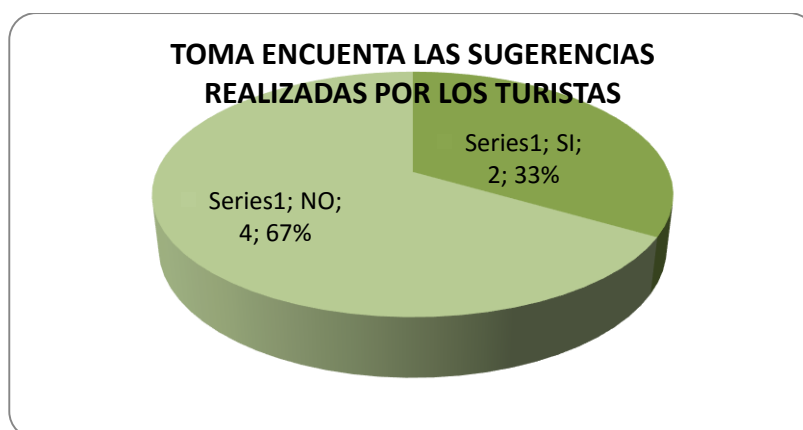
CUADRO No. 14

**ACOGE LAS SUGERENCIAS REALIZADAS POR LOS TURISTAS PARA
MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS
OFERTADOS**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	33%
NO	4	67%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No.14



FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS

Dos personas si toman en cuenta las sugerencias realizadas por los turistas que visitan la Hostería Quinta Aidita y esto que corresponde al 33%, mientras que el resto de los empleados que son cuatro no toman en cuenta las sugerencias y esto corresponde a un 67%.

**8. ¿CONOCE USTED LAS ESTRATEGIAS DE LA HOSTERÍA PARA
MEJORAR CONTINUAMENTE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS
OFERTADOS?**

SI
NO

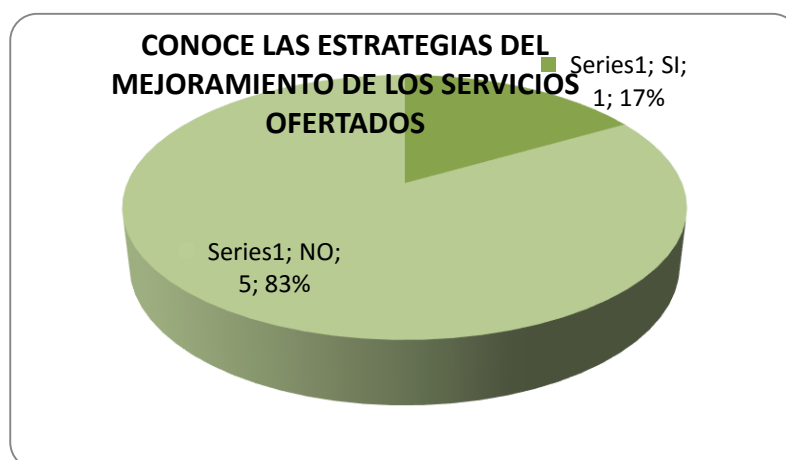
CUADRO No. 15

**CONOCE LAS ESTRATEGIAS DE LA HOSTERÍA PARA MEJORAR
CONTINUAMENTE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	17%
NO	5	83%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 15



FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

Solo una persona conoce cuales son las estrategias para mejorar continuamente la calidad de los servicios turísticos ofertados que corresponde al 17%, mientras que el resto de los empleados que son cinco no conocen estas estrategias, y esto corresponde a un 83%.

9. ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A COLABORAR CON IDEAS PARA LA PLANIFICACIÓN EN EL MEJORAMIENTO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS EN LOS SERVICIOS DE LA HOSTERÍA?

SI

NO

CUADRO No. 16

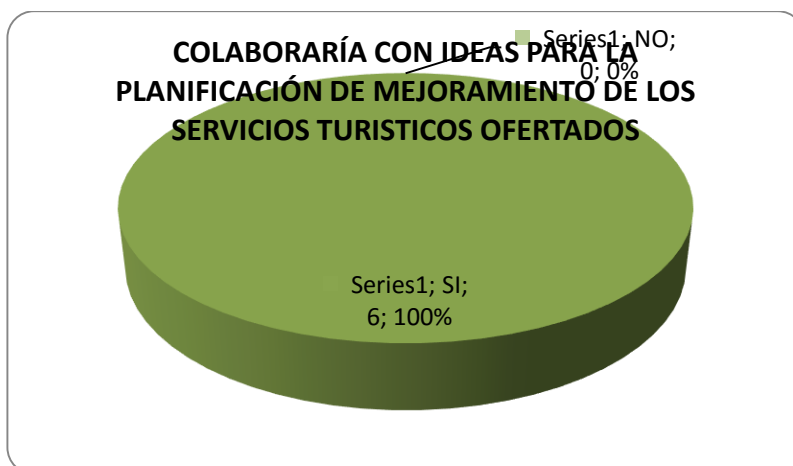
COLABORARÍA CON IDEAS PARA LA PLANIFICACIÓN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No 16



FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

Todos los empleados de la Hostería Quinta Aidita si colaborarían con ideas para la planificación de mejoramiento de los servicios turísticos y esto corresponden al 100%

4.5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS TURISTAS QUE HAN DISFRUTADO DE LOS SERVICIOS QUE OFERTA LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA.

DATOS DE LOS TURISTAS

CUADRO No.17

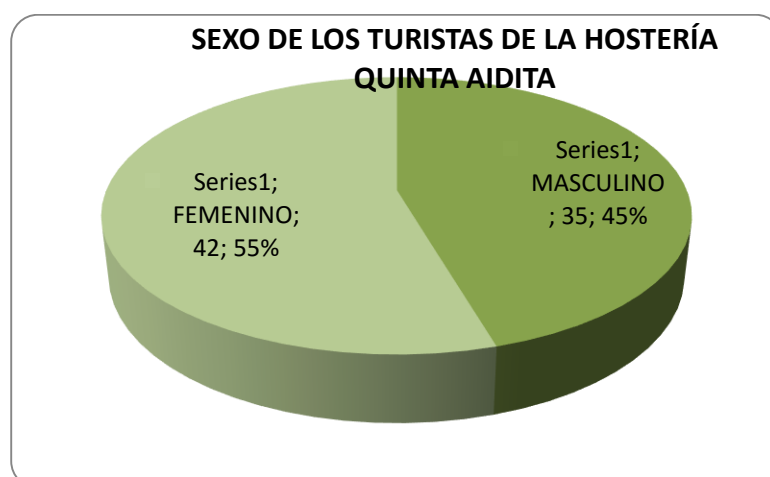
TIPO DE SEXO DE LOS TURISTAS

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	35	45%
FEMENINO	42	55%
TOTAL	77	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 17



FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

El 55% por ciento de los turistas encuestados corresponden al sexo femenino, mientras que el 45% restante corresponden al sexo masculino.

CUADRO No.18

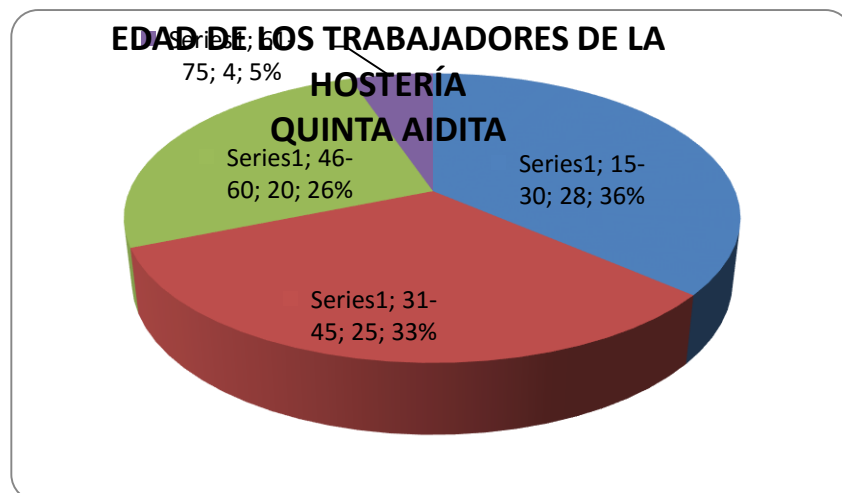
EDAD DE LOS TURISTAS

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-30	28	36%
31-45	25	33%
46-60	20	26%
61-75	4	5%
TOTAL	77	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 18



FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

El 36% de los turistas encuestados están en un rango de edad entre 15 a 30 años, mientras que el 33% están en un rango de 31 a 45 años, el 26 % están en un rango de 46 a 60 años, y el 5% están en un rango de 61 a 75 años.

1. ¿LE HA GUSTADO A UD. LOS SERVICIOS DE DISTRACCIÓN DE ESTÁ HOSTERÍA OFERTA?

SI

NO

CUADRO No. 19

HA DISFRUTADO DE LOS SERVICIOS OFERTADOS

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	77	100%
NO	0	0%
TOTAL	77	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los empleados de la Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 19



FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

El 100% de los turistas encuestado les gusto los servicios turísticos ofertados que tuvieron la oportunidad de disfrutar con su visita a la Hostería Quinta Aidita

2. ¿CÓMO UD. CALIFICARÍA A LOS SERVICIO TURÍSTICOS OFERTADOS POR LA HOSTERÍA?

MALO
BUENO
REGULAR
MUY BUENO

CUADRO No. 20

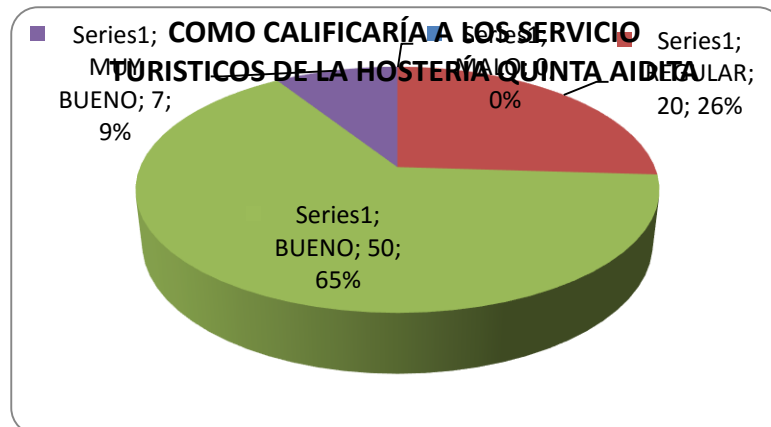
COMO CALIFICARÍA A LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MALO	0	0%
REGULAR	20	26%
BUENO	50	65%

MUY BUENO	7	9%
TOTAL	77	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 20



FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita
REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

Los turistas calificaron de la siguiente manera a los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita, el 65% lo califica como bueno, el 26% lo califica como regular, el 9% lo califica como muy bueno.

3. ¿CREE USTED QUE SE DEBE CAPACITAR AL PERSONAL DE ESTA HOSTERÍA PARA OBTENER UN MEJOR SERVICIO TURÍSTICO?

SI

NO

CUADRO No. 21

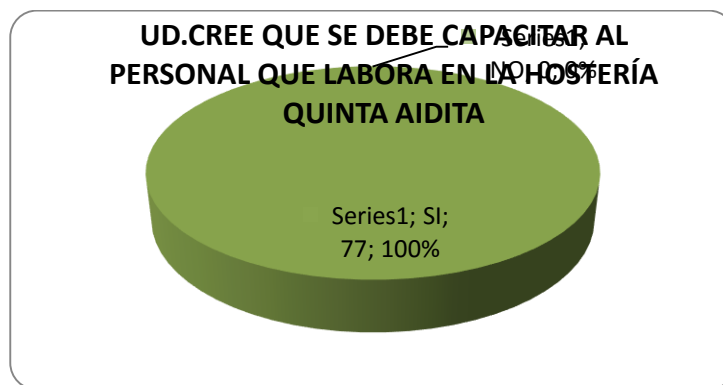
SE DEBE CAPACITAR AL PERSONAL QUE LABORA EN LA HOSTERÍA

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	77	100%
NO	0	0%
TOTAL	77	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 21



FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS.

Los turistas encuestados el 100% creen que se les debe capacitar al personal que trabajo en la hostería Quinta Aidita, ya que los servicios de esparcimiento son buenos es necesario mejorar la atención

4. ¿UD. RECOMENDARÍA ESTA HOSTERÍA A OTRAS PERSONAS?

SI

NO

CUADRO No. 22

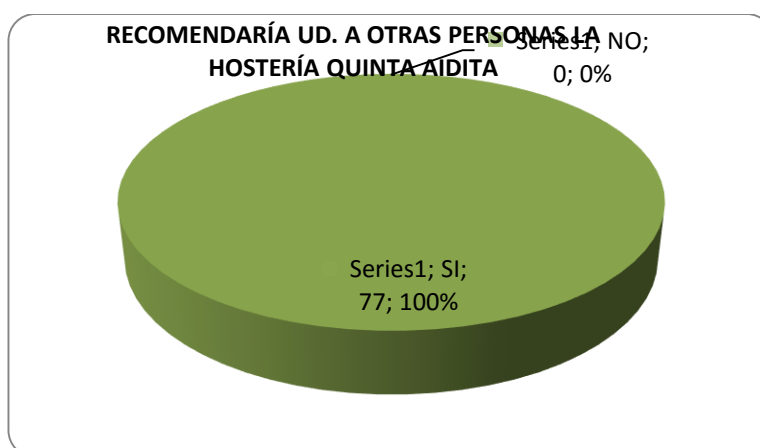
RECOMENDARÍA LA HOSTERÍA A OTRAS PERSONAS

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	77	100%
NO	0	0%
TOTAL	77	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

GRÁFICO No. 22



FUENTE: Encuesta realizada a los turistas que disfrutaron de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita

REALIZADO POR: Santiago López

ANÁLISIS

El 100% de los turistas dicen que si recomendarían a la Hostería Quita Aidita, por la diversidad de servicios turísticos que posee, diferente a las otras hosterías del sector

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- En los actuales momentos, en un mundo globalizado y competitivo, ninguna empresa que oferta servicios turísticos puede administrarse bajo la improvisación o criterios circunstanciales, que tal vez sólo representan soluciones coyunturales, además de no tener proyecciones para el futuro. Por lo que se puede decir que en la Hostería Quinta Aidita en este contexto no existe una adecuada y correcta administración.
- La presente investigación se realizó tomando en cuenta el análisis interno y externo de la hostería. Con el análisis interno se determinó los puntos fuertes y débiles de la hostería y con el análisis externo identificamos las oportunidades que se presentan para la hostería y sus amenazas.
- En las encuestas realizadas los empleados concluyen que existe el 83% de desconocimiento de las funciones laborales por parte de los empleados administrativos, el 100% de los empleados carecen de incentivos para la motivación del desempeño, el 83% de los empleados indican que el ambiente de trabajo es bueno, el 83% de los empleados desconocen las políticas de calidad que ofrecen los servicios turísticos de la Hostería, el 87% de los empleados no toman en cuenta las sugerencias de los turistas, 86% de los empleados no conocen las estrategias para mejorar los servicios turísticos ofertados por la Hostería, el 100% están dispuestos en colaborar con ideas para la planificación en el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos ofertados por la hostería Quinta Aidita.
- En las encuestas realizadas a los turistas se concluyo que: el 100% de los turistas les ha gustado los servicios de distracción que oferto la Hostería, el

65% de los turistas califican a los servicios turísticos como buenos, el 100% de los turistas creen que deben capacitar al personal, el 100% de los turistas indican que recomendarían a otras personas esta Hostería.

- La entrevista y las encuestas realizadas, dieron a conocer que en la Hostería Quinta Aidita, existen falencias administrativas por no contar con un organigrama estructural y funcional, por ende no existe designación de funciones en la organización, no existe estrategias de mejoramiento en los servicios ofertados, los empleados no tienen claro sus funciones y los mismos no cuentan con una motivación por parte de la administración; los turistas manifestaron que les gustan los servicios turísticos ofertados por parte de la hostería, pero que necesitan mejorar los mismos.
- El éxito o el fracaso de la Hostería Quinta Aidita dependerá fundamentalmente del grado de acierto en la implementación de un plan de mejoramiento para la calidad de sus servicios turísticos ofertados.

5.2 RECOMENDACIONES

- Es necesario que la Hostería Quinta Aidita cuente con una estructura organizativa acorde a sus necesidades con el fin de establecer políticas, funciones y estrategias acorde al buen desempeño de los servicios que oferta.
- Se recomienda que la Hostería Quinta Aidita mantengan un sistema de encuestas o sugerencias que permita que los clientes manifiesten sus deseos y necesidades.
- Es preciso que al personal se le capacite continuamente, en los diversos temas relacionados con la actividad turística, sobre todo en los aspectos claves que se relaciona con la atención al cliente ya que en nuestro medio no hay personal capacitado en lo relacionado al manejo de idioma, además de invertir en contratación y capacitación de personal profesional que desempeñen las actividades

con eficiencia y así realizar un verdadero servicio de calidad que agregue valor. Es evidente que la Hostería Quinta Aidita deberá potenciar y cuidar los recursos humanos con estrategias importantes para ser competitivos.

- Es preciso que la Hostería Quinta Aidita cuente con un Plan de Mejoramiento que sea una guía útil para normar sus actividades. Pues es importante una buena implantación de un sistema de calidad en sus servicios, indiscutiblemente, repercute positivamente en la mejora de la gestión del establecimiento, en la estandarización de los procesos y en la mejora del servicio ofrecido. Además de fomentar la motivación, comunicación y contacto con el empleado, ayuda al reconocimiento de la hostería y, como resultado final a la satisfacción y opinión del cliente.

VI. PROPUESTA.

6. PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LOS SERVICIOS OFERTADOS DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA.

6.1. INTRODUCCIÓN

La búsqueda de la excelencia es hoy la preocupación primordial de los establecimientos turísticos. Y este anhelo tiene sus fundamentos en la propia concepción de la empresa: producir bienes u otorgar servicios para satisfacer las necesidades de los turistas.

El grado en que dichas necesidades sean cubiertas dependerá no sólo de las expectativas de los turistas sino que también, de la calidad y el valor agregado a estos “satis factores”. El máspreciado valor agregado en la entrega de servicios de nivel superior; en otras palabras, la excelencia.

La Excelencia en el Servicio, más que un concepto y un bello slogan, es una filosofía que debe guiar a la Hostería Quinta Aidita. Para alcanzarla se requiere de la firme voluntad y el compromiso de todos quienes conforman la Organización.

De otra manera, los esfuerzos en tal sentido resultarán infructuosos. Para lograr estos objetivos, se requiere adoptar una estrategia integral de mejoramiento y desarrollo del servicio turístico en la Hostería Quinta Aidita, en la cual el entrenamiento del personal de los distintos equipos de trabajo, se constituyen en la principal herramienta de servicio de nuestros fines.

Sin embargo, el Plan de Mejoramiento de los servicios turísticos ofertados por la Quita Aidita no debe convertirse en un fin en sí mismo, sino que debe considerársele como el medio principal y eje central de toda acción encaminada a mejorar el servicio turístico.

Un adecuado plan, partiendo del compromiso y la participación activa de los directivos, debe ser iniciado con la propuesta de una imagen objetivo o visión que represente el nuevo nivel de servicio turístico que se desea lograr; y luego analizar el actual nivel de servicio turístico, de modo de identificar aspectos en los que se debe intervenir para su mejora; para finalmente determinar cómo hacerlo en forma sustentable y proceder a implementar las estrategias y evaluar los resultados.

6.2. MISIÓN

- **Poner todo el empeño para brindar ambiente y espacios de recreación, trabajo y descanso.**

- **Para turistas actuales y potenciales:**

Proyectarse en beneficio de los turistas. La adecuada infraestructura y funcionamiento son los de una entidad de credibilidad, con tradición, eficiente y eficaz. En ambiente de espacios de esparcimiento.

- **Colaboradores**

Buscar mejoramiento del nivel de los empleados comprometidos con excelente calidad de servicio, y sentido de pertenencia.

- **Con la población:**

Ser un referente para el progreso de la región. Siendo la mejor en prestigio y calidad.

- **Con la empresa:**

Progresar e ir siempre adelante.

6.3. VISIÓN

- **Hostería “Quinta Aidita”** continuará incrementando nuevos servicios turísticos en el mercado los servicios recreativos y culturales, confiables e innovadora, con excelente prestigio en la comunidad, apoyada en el talento humano y la preferencia de los turistas. Con estándares de calidad, espíritu de servicio y liderazgo, basados en procesos de planeación, ejecución, evaluación y control para seguir posicionados como la mejor opción.
- **El valor principal será el buen servicio y la competitividad.**

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo General.

Proporcionar a los turistas servicios de calidad y excelencia en las actividades de recreación, alojamiento y turismo, basado en el mejoramiento continuo del personal que labora, para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.

6.4.2. Objetivos Específicos.

IMAGEN INSTITUCIONAL: Monitorear permanentemente las necesidades y evolución de los turistas, durante los próximos meses para adoptar políticas adecuadas en la gestión de mejoramiento continuo de los servicios que oferta la Hostería Quinta Aidita

GESTIÓN ESTRATÉGICA. Aplicar correctamente el plan de mejoramiento con el objetivo de mejorar los servicios en todos los aspectos y llegar a ser una organización de servicio respetada y con creciente participación en el mercado.

RECURSO HUMANOS: Aplicar un proceso de selección definido y establecer una mejor oferta laboral, garantizado un plan de carrera con beneficio, motivación y capacitación constante, mediante alianzas estratégicas para mejorar el servicio y mantener satisfecha al turista.

6.4.3. Objetivos de calidad.

- Cumplir con las necesidades y expectativas de los turistas.
- Contar con personal comprometido y competente que permita alcanzar los objetivos institucionales.
- Entregar nuevos servicios con atención de calidad con y excelencia.
- Mejorar permanentemente el clima organizacional, buscando implementar un Sistema Integrado de gestión.

6.5. VALORES.

Coherencia

Es el valor que nos hace ser personas de una pieza, actuando siempre de acuerdo a nuestros principios.

Crítica constructiva

Hacer una crítica constructiva para ayudar a los demás es una actitud madura, responsable y llena de respeto por nuestros semejantes.

Pulcritud

El vivir el valor de la pulcritud nos abre las puertas, nos permite ser más ordenados y brinda en quienes nos rodean una sensación de bienestar, pero sobre todo, de buen ejemplo.

Puntualidad

El valor que se construye por el esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado.

Sana diversión

Es el valor que nos hace ser personas de una pieza, actuando siempre de acuerdo a nuestros principios.

Comunicación

Hacer una crítica constructiva para ayudar a los demás es una actitud madura, responsable y llena de respeto por nuestros semejantes.

Orden

Hacer una crítica constructiva para ayudar a los demás es una actitud madura, responsable y llena de respeto por nuestros semejantes.

Servicio

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

Voluntad

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

Alegría.

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

Sociabilidad

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

Objetividad

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

Ecología

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

Sacrificio

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

Liderazgo

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

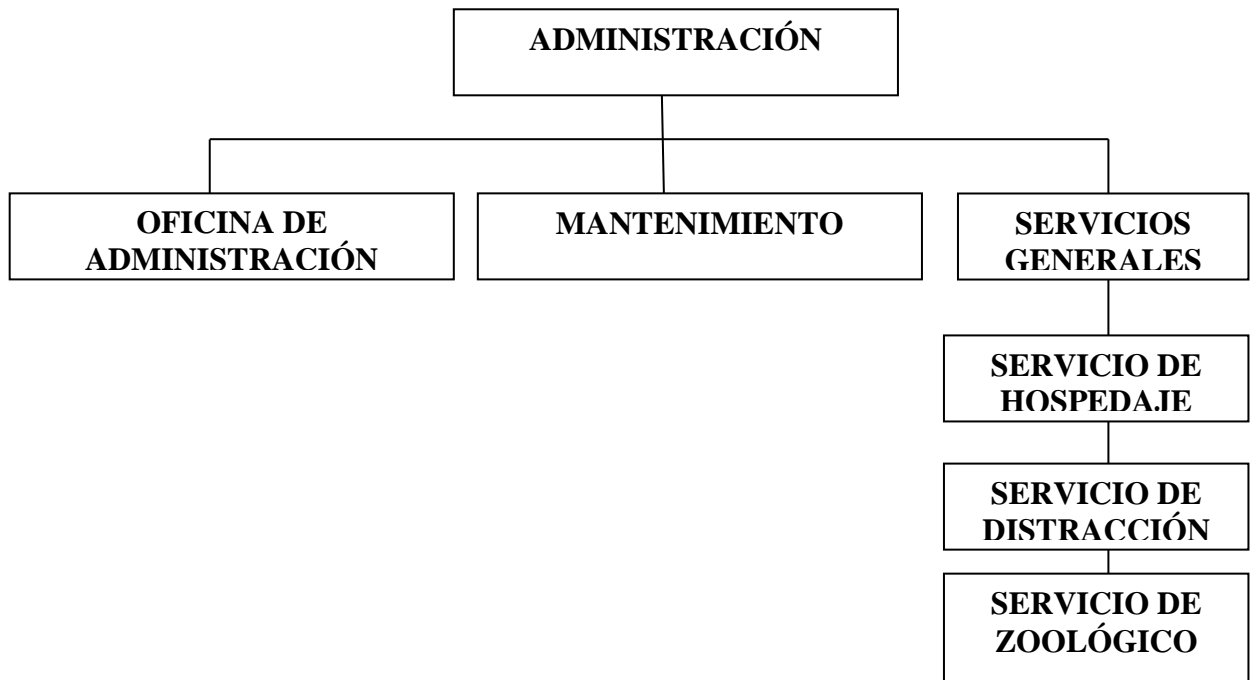
Superación

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

Compromiso

Brindar ayuda de manera espontánea en los detalles más pequeños, habla de nuestro alto sentido de colaboración para hacer la vida más ligera a los demás.

GRÁFICO No. 23
ORGANIZACIÓN DE LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA



**6.6.PLANES DE MEJORAMIENTO PARA LOS SERVICIOS
 TURÍSTICOS OFERTADOS EN LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA**

CUADRO No. 23

AUSENCIA DE CAPACITACIÓN

NECESIDAD	ACTIVIDADES	TAREAS	RESPONSABLE
-----------	-------------	--------	-------------

Ausencia de Capacitación	Capacitar a los empleados de la Hostería Quinta Aidita, con más frecuencia en cuanto a servicios de calidad	1) Asumir el concepto de mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos como un factor inseparable del trabajo diario.	<p>Reunión entre el administrador y los empleados de los Hostería Quinta Aidita, Encargados de cada zona.</p> <p>Administradora: Marcela Racines Jefe de personal: Edison Cabezas Chef: Jaime Narváez Área de Recreación: Lucia Sanaitan Área de Zoológico: Susana Sanaitan Limpieza: Anita Condo Guardianía: Marco Orozco</p>
		2) Explicar la importancia del mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos ofertados para la supervivencia de la Hostería Quinta Aidita.	
		3) Identificar aspectos positivos y negativos con respecto a la calidad en textos descriptivos de situaciones o actuaciones, en imágenes gráficas o en vídeo.	
		4) Aplicar las técnicas sobre mejoramiento en la calidad de los servicios turísticos ofertados al trabajo en el área de alojamiento y recreación.	
		5) Explicar la diferencia entre la evaluación del mejoramiento de la calidad en un producto tangible, un servicio tangible y otro intangible.	
		6) Describir los indicadores del mejoramiento de calidad de los servicios turísticos los distintos departamentos	

		7) Explicar cómo conseguir la participación de los trabajadores en el proceso del mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos	
CONTENIDOS TEÓRICO			
<ul style="list-style-type: none"> • Evolución del concepto de mejoramiento de los servicios turísticos ofertados. • Calidad en los servicios. • La normas/estándares de calidad internacionales y las normativas vigentes. • La calidad en la hostelería/la calidad en el departamento. • Definición de planes de mejoramiento. • Los sistemas de participación del personal en el desarrollo del mejoramiento de la calidad de los servicios ofertados. Cómo recompensar la participación. • La certificación de la calidad en hostelería (ITQ 2000. premios «Malcom Baldrige», premios a la excelencia). 			

Fuente: Encuestas realizadas en la Hostería Quinta Aidita

Elaboración: Santiago López

CUADRO No. 24

**CRONOGRAMA DE TRABAJO PARA CAPACITACIÓN DEL
PERSONAL**

TAREAS	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Tarea 1	—											
Tarea 2	—											
Tarea 3	—											
Tarea 4	—											
Tarea 5		—										
Tarea 6		—										
Tarea 7			—									

Fuente: Cuadro No. 23

Elaboración: Santiago López.

CUADRO No. 25

MEJORAR CLIMA ORGANIZACIONAL

NECESIDAD	ACTIVIDADES	TAREAS	RESPONSABLE
Mejorar clima organizacional	Planificación y distribución del trabajo.	1). Estableciendo un método de selección adecuado al trabajo a desarrollar.	Departamento Administrativo y todos los empleados de la hostería Administradora: Marcela Racines
		2). Evaluando periódicamente a su personal, cuando así esté establecido.	Jefe de personal: Edison Cabezas Chef: Jaime Narváez
		3) Distribuyendo el trabajo a realizar en función de los conocimientos y capacidades.	Área de Recreación: Lucia Sanaitan Área de Zoológico: Susana Sanaitan
		4). Establecer	

		correctamente la distribución de turnos	Limpieza: Anita Condo Guardianía: Marco Orozco
		5).Establecer organigramas en cada área de la hostería	
	Monitorear el clima organizacional.	6). Estar al pendiente de las necesidades de los empleados, tanto en lo laboral como en lo personal	
		7). Realizar reuniones periódicas para saber dichas necesidades.	
		8). Establecer buenas relaciones laborales entre todos los empleados.	

Fuente: Encuestas realizadas en la Hostería Quita Aidita

Elaboración: Santiago López

CUADRO No. 26

CRONOGRAMA DE MEJORAMIENTO DE CLIMA ORGANIZACIONAL

TAREAS	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Tarea 1			—									
Tarea 2			—									
Tarea 3			—									
Tarea 4			—									
Tarea 5				—								
Tarea 6				—								
Tarea 7				—								
Tarea 8				—								

Fuente: Cuadro No. 25

Elaboración: Santiago López.

CUADRO No. 27

INCENTIVAR AL PERSONAL.

NECESIDAD	ACTIVIDADES	TAREAS	RESPONSABLE
Incentivar al personal de la Hostería Quinta Aidita	Identificar necesidades del personal	1). Incorporar a la Hostería Quinta Aidita herramientas que ayuden a la motivación del personal	Departamento administrativo Administradora: Marcela Racines Jefe de personal: Edison Cabezas
		2). Incorporar bonificaciones y reconocimientos económicos.	
		3). Organizar fines de semana para compartir con sus empleados y familias.	
		4). Capacitación frecuente en distintas áreas	

Fuente: Encuestas realizadas en la Hostería Quinta Aidita

Elaboración: Santiago López

CUADRO No. 28

CRONOGRAMA DE PARA EL INCENTIVO AL PERSONAL

TAREAS	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Tarea 1					—							
Tarea 2					—							
Tarea 3						—						
Tarea 4							—					

Fuente: Cuadro No. 27

Elaboración: Santiago López.

CUADRO No. 29

MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFERTADOS

NECESIDAD	ACTIVIDADES	TAREAS	RESPONSABLES
Mejorar servicios turísticos	Capacitar al personal de la Hostería Quinta Aidita con más frecuencia en cuanto a servicios turísticos ofertados	1). Crear un sistema participativo favoreciendo las sinergias para conseguir los objetivos.	Reunión entre la administración y el personal Administradora: Marcela Racines
		2). Detectar la formación necesaria para contratar al personal.	Jefe de personal: Edison Cabezas
		3). Diseñar y elaborar programas formativos.	Chef: Jaime Narváez
		4). Transmitir los objetivos de cada área.	Área de Recreación: Lucia Sanaitan
		5). Fijar objetivos del personal dependiente para su posterior evaluación.	Área de Zoológico: Susana Sanaitan Limpieza: Anita Condo

		6). Recabar información relacionada con las actividades de los servicios turísticos que afectan a las diversas zonas de la hostería	Guardianía: Marco Orozco
--	--	---	------------------------------------

Fuente: Encuestas realizadas en la Hostería Quinta Aidita

Elaboración: Santiago López

CUADRO No. 30

CRONOGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

TAREAS	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Tarea 1					—							
Tarea 2						—						
Tarea 3						—						
Tarea 4							—					
Tarea 5							—					
Tarea 6							—					

Fuente: **Cuadro No. 29**

Elaboración: Santiago López.

CUADRO No. 31

SUGERENCIA DE TURISTA

NECESIDAD	ACTIVIDADES	TAREAS	RESPONSABLE
Sugerencia del turista	Solucionar problemas durante la estancia del Turista.	1). Atender las peticiones y las quejas planteadas por los turistas con relación a zona, directamente o a través de recepción, de modo que se les facilite el máximo nivel posible de satisfacción.	<p>Todo el personal de distintas áreas.</p> <p>Administradora: Marcela Racines</p> <p>Jefe de personal: Edison Cabezas</p> <p>Chef: Jaime Narváez</p> <p>Área de Recreación: Lucia Sanaitan</p> <p>Área de Zoológico: Susana Sanaitan</p> <p>Limpieza: Anita Condo</p> <p>Guardianía: Marco Orozco</p>
		2). Atendiendo, siempre que ha sido posible, las peticiones y deseos de los turistas, respetando al mismo tiempo las normas de la Hostería.	
		3). Demostrar una actitud segura, objetiva y de escucha activa con los turistas, solucionando las reclamaciones con eficacia, amabilidad y discreción o ha canalizado ésta hacia el zona correspondiente.	
		4). Atender a una reclamación de un cliente, dándole la información precisa y ofreciendo alternativas de solución.	
	Establecer métodos para evitar quejas	5). Plasmar en documentos las quejas por escrito y ser archivadas.	
		6). Todos los empleados están obligados a escribir estas quejas individuales como una reclamación del cliente, describiendo exactamente todo lo que ocurrió.	

		7). Destacar si el problema quedó solucionado o no, ya que entonces se cerraría la reclamación y se archivaría para tener un historial por zona en caso de futuras quejas relacionadas con el mismo tema.	
		8). Las acciones correctivas se enumeran y se guardan, pero si al cabo de un año volviera a surgir el mismo problema, quiere decir que la acción correctiva que se tomó en su momento no fue lo suficientemente eficaz, o bien no se había cerrado correctamente por lo cual se deberá volver a actuar.	

Fuente: Encuestas realizadas en la Hostería Quinta Aidita

Elaboración: Santiago López

CUADRO No. 32

CRONOGRAMA PARA REVISAR LAS SUGERENCIAS DE TURISTAS

TAREAS	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Tarea 1								—				
Tarea 2								—				
Tarea 3								—				
Tarea 4									—			
Tarea 5										—		
Tarea 6											—	
Tarea 7												—

Fuente: Cuadro No. 31

Elaboración: Santiago López.

6.7.MEJORAMIENTO EN EL SERVICIO TURÍSTICO PARA LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA.

6.7.1. Funciones del personal

6.7.1.1.Encargado de la recepción

Sus principales funciones son:

- Realizar las reservas, ventas y confirmaciones, de acuerdo al procedimiento del establecimiento
- Recibir al turista de acuerdo a los procedimientos del establecimiento
- Entregar al turista información general y de los servicios del establecimiento
- Realizar el registro de entrada y salida del turista
- Coordinar la disponibilidad de las unidades habitacionales

6.7.1.2.Encargado de la habitación

Sus principales funciones son:

- Coordinar con el encargado de recepción la disponibilidad de unidades habitacionales
- Reportar a las mucamas las unidades habitacionales desocupadas para fines de limpieza
- Revisar los reportes de las unidades habitacionales hechos por las mucamas
- Supervisar la limpieza realizada por las mucamas
- Comunicar al Encargado de servicios generales las necesidades de mantención de unidades habitacionales reportadas por las mucamas

6.7.1.3.Mucamas

Sus principales funciones son:

- Realizar la limpieza de las habitaciones y espacios comunes, de acuerdo al procedimiento de la organización
- Confeccionar los reportes de las habitaciones, de acuerdo al procedimiento e informar al Encargado de habitaciones
- Requerir los elementos de aseo adecuados, según el procedimiento para ello
- Informar cualquier anomalía

6.7.1.4.Encargado de mantención

Sus principales funciones son:

- Aplicar el programa de mantenimiento de las instalaciones
- Atender las urgencias reportadas por el Encargado de servicios generales.
- Requerir reposición de repuestos
- Coordinar los servicios externos de reparaciones, según se requiera

6.8.PROCEDIMIENTOS

Un procedimiento es un conjunto de instrucciones para desarrollar una actividad específica. La cantidad y tipo de procedimientos con los que la Hostería Quinta Aidita deberá son:

6.8.1. Procedimientos para la recepción

Objetivos:

Establecer las pautas y formas para la recepción y acogida a los turistas.

Aplicación:

Debe aplicarse durante la recepción y acogida a todos los turistas que visiten la hostería.

Requisitos:

El encargado de recepción debe presentar su ropa de trabajo de manera impecable, con su tarjeta de identificación visible en la ropa.

Responsables:

Es de responsabilidad del encargado de recepción, adoptar y aplicar las disposiciones de este procedimiento y velar porque éste sea mejorado de acuerdo a la experiencia y sugerencias y/o reclamos de los turistas.

Secuencia de acciones:

- De la bienvenida al turista e invítele a pasar a la oficina de recepción. Camine delante de él para guiarle en el recorrido.
- Solicite el nombre al turista y confirme de la existencia de una reserva previa.
- Si ésta no existe, determine las necesidades del turista: pregúntele por el número de integrantes del grupo, sus características, y el tiempo estimado de la estadía.
- Confirme disposición de sitios.
- Priorice los sitios cercanos a baños e instalaciones comunes, para aquellos grupos con niños y personas con dificultades de movilización.
- Informe de las tarifas, servicios asociados, características de las instalaciones y de los reglamentos internos de convivencia y seguridad.
- Guíe al turista por todas las instalaciones antes de llevarlo al sitio asignado.
- Aproveche el recorrido para reforzar las disposiciones de los reglamentos internos y horarios de uso de las instalaciones.
- Si existe más de un sitio apropiado, muéstrela al turista un par de ellos y déjele elegir, informándole de las particularidades de cada uno de ellos.
- Vuelva a la oficina de recepción y complete la ficha de ingreso de turista.
- Informe al turista cómo acceder a la información básica de contacto con instituciones de salud, transporte, de emergencias y otras y entréguele el mapa de las instalaciones y de la zona.

Elementos complementarios:

- Tarifario
- Reglamento interno de convivencia y seguridad
- Libro de reservas
- Ficha de ingreso de turista
- Mapa de instalaciones
- Mapa de la zona

6.8.2. Procedimientos para la mantención y aseo**Objetivos:**

Establecer las pautas a considerar para la mantención y aseo de la hostería, de modo de asegurar la calidad del servicio prestado a los turistas.

Aplicación:

Este procedimiento debe aplicarse a diario para la mantención y aseo de todas las dependencias de la hostería.

Requisitos:

Utilizar ropa de trabajo, implementos (guantes, escoba, recogedores, entre otros) e insumos de aseo (cloro, desengrasantes, detergentes, entre otros).

Responsables:

Es de responsabilidad del encargado de habitaciones, sin embargo es de responsabilidad de todo el personal que labora en hostería velar por la aplicación de las disposiciones de este procedimiento y mejorarlo para asegurar la calidad del servicio, en base a la experiencia, sugerencias y reclamos de los turistas.

El encargado de habitaciones es el responsable de realizar el aseo diario de los espacios comunes de la hostería y de las habitaciones, con la frecuencia descrita en el siguiente punto.

La limpieza y mantención de la cocina es de responsabilidad de la encargada de cocina, como así mismo la limpieza del comedor después de las horas de comidas.

Los encargados de habitación y de cocina, son los responsables de informar y solicitar al administrador, los implementos e insumos de limpieza requeridos.

Secuencia de Acciones:

- Aseo de espacios comunes
- A las 07:00 horas de la mañana, se realiza el aseo de los **espacios comunes** de la hostería, en el siguiente orden: baños, comedor, sala de estar.
- El aseo en general comienza con la apertura de ventanas de los espacios comunes, durante 15 minutos, para ventilación.
- El aseo de **baños** debe realizarse con guantes de goma, utilizando limpiadores específicos para baño y cloro.
- El aseo implica:
 - Retiro de desechos de los papeleros
 - Limpieza de sanitarios (por dentro y por fuera)
 - Limpieza de muros
 - Reposición de toallas de papel y papel higiénico
 - Reposición de jabón líquido y desodorante ambiental
 - Barrido y trapeado de suelos
- El aseo de comedor implica:
 - Orden general
 - Limpieza de vidrios y lámparas

- Limpieza de superficies de mobiliario con paño humedecido con limpiador específico
- Barrido y trapeado de suelos
- Limpieza de superficies de mobiliario con paño humedecido con limpiador específico
- Barrido y trapeado de suelos
- Se debe hacer repaso periódico a los baños, como mínimo a las 13:00, 17:00 y 21:0 horas, según el uso que éstos tengan.
- La sala de estar es re-acondicionada a las 17:00 horas, según el uso que ésta tenga.
- Aseo de habitaciones
 - El aseo de las habitaciones se realiza durante las mañanas, cuando el pasajero no se encuentra en la habitación y en el horario definido en el reglamento interno.
 - Antes de ingresar a la habitación, se debe golpear la puerta para cerciorarse que ésta se encuentra vacía.
 - Durante el aseo de la habitación, la puerta de ésta debe permanecer abierta, lo mismo que las ventanas.
 - El aseo diario de la habitación implica:
 - cambio de sábanas de las camas y fundas de almohadas, según la periodicidad definida en el reglamento interno o a lo acordado con el huésped
 - cambio de toallas, según la periodicidad definida en el reglamento interno o a lo acordado con el huésped
 - reposición de papel higiénico para las habitaciones que cuentan con baño privado
 - limpieza de superficies de mobiliario
 - chequeo de estado operativo de enchufes y lámparas
 - Se debe dejar las pertenencias del turista en las mismas condiciones que fueron encontradas.

Aseo de cocina

- Elementos complementarios:
 - Reglamento interno del establecimiento
 - Implementos: Guantes de goma, paños, esponjas, escobas entre otros
 - Artículos de aseo: limpiadores específicos para baño, detergentes, cloro entre otros
 - Artículos de reposición: papel higiénico, toallas de papel, jabón líquido, desodorante ambiente, entre otros

CUADRO No. 35

**MODELO DE TABLA DE CHEQUEO DIARIO PARA LA HOSTERÍA
QUINTA AIDITA**

	<i>cambio sábanas y fundas</i>	<i>cambio toallas</i>	<i>papel higiénico</i>	<i>enchufes funcionan – sin roturas</i>	<i>lámparas (encienden)</i>
<i>Habitación 1</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Habitación 2</i>	✓	✓	✓	✓	cambio de focos
<i>Habitación 3</i>	✓	✓	<i>no aplica</i>	✓	✓
...

procedimiento de mantención y aseo en versión nnn de fecha xx/yy/zzzz

Fuente: **Hostería Quinta Aidita**

Elaboración: **Santiago López**

6.8.3. Procedimientos de recepción y tratamiento de reclamos y sugerencia del turistas

Objetivos:

Establecer los medios para la recepción y las pautas para el tratamiento de los reclamos y sugerencias de los huéspedes, con la finalidad de darles una adecuada atención.

Aplicación:

Debe aplicarse cada vez que se tenga un reclamo o sugerencia de un huésped.

Responsables:

Es responsabilidad del Administrador de operaciones velar porque se aplique este procedimiento ante una sugerencia o reclamo de un huésped y mejorarlo en base a la experiencia y necesidades de los huéspedes.

Es responsabilidad del Encargado de recepción, velar porque los medios para formular las sugerencias o reclamos se encuentren disponibles en la recepción y en las unidades habitacionales y facilitar su acceso y utilización.

Es responsabilidad de los Recepcionistas atender las sugerencias y/o reclamos de los

Turistas, de acuerdo a este procedimiento.

Secuencia de acciones:

- El Encargado de recepción debe velar porque se encuentren disponibles en la recepción el Libro de sugerencias y reclamos y que haya formularios en las unidades habitacionales, en cantidad suficiente y a la vista, para ser completados por los turistas que así lo deseen.
- El recepcionista informa al turista, durante su acogida, de los medios disponibles para efectuar sugerencias y reclamos.
- El Encargado de recepción agradece personalmente o mediante carta, la sugerencia del turista.

- Ante un turista disgustado, el personal debe hacerle saber que lamenta la situación e invitarle a formalizar su sugerencia o reclamo a través de los medios disponibles para ello.
- Canalice a través del Encargado de recepción, aquellos reclamos de solución inmediata.
- En los casos que no haya solución inmediata, infórmele al turista que su reclamo será analizado a la brevedad tendrá una respuesta.
- Agradezca al turista el haberse tomado la molestia de formalizar el reclamo, indicándole que ello les permitirá mejorar sus servicios para prevenir que la situación vuelva a ocurrir
- El Encargado de recepción junto con el Administrador analizan la causa del reclamo y definen las acciones correctivas apropiadas, según corresponda.
- El Administrador debe hacer el seguimiento de la implementación de las acciones correctivas propuestas.

Medios disponibles:

- Libro de sugerencias y reclamos en recepción
- Formularios en unidades habitacionales, para el caso de alojamiento.

El siguiente formulario es un ejemplo de un medio para la recepción y tratamiento de las sugerencias y reclamos para el turista de la Hostería Quinta Aidita.

CUADRO No. 36

**FORMULARIO PARA SUGERENCIAS PARA LA HOSTERÍA QUINTA
AIDITA**

Formulario para presentar una sugerencia o reclamo			
			<i>formulario en revisión 0</i>
Sugerencia <input type="checkbox"/>	Reclamo <input type="checkbox"/>	Correlativo N° xx. <input type="text"/>	
Datos del huésped			
Nombres y apellidos:			
Habitación N°:			
Procedencia:			
Dirección completa de residencia:			
Teléfono de residencia:			
e-mail:			
Información acerca de la sugerencia o reclamo			
Servicio que motiva la sugerencia o reclamo			
<input type="checkbox"/> Atención	<input type="checkbox"/> Servicios de entretenimiento		
<input type="checkbox"/> Alimentación	<input type="checkbox"/> Limpieza		
<input type="checkbox"/> Habitaciones	<input type="checkbox"/> Otros		
<input type="checkbox"/> Equipamiento	<input type="checkbox"/> ...		
Descripción de la sugerencia o reclamo			
Documentación que se adjunta a la sugerencia o reclamo			
Fecha de la sugerencia o reclamo		Hora	
Estimado turista: Gracias por hacernos saber su opinión. En breve se le informará respecto de su sugerencia o reclamo.			

Fuente: **Hostería Quinta Aidita**

Elaboración: **Santiago López**

CUADRO No. 5/

MEDIO PARA RECEPCIÓN Y TRATAMIENTO DE SUGERENCIAS Y RECLAMOS PARA LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA

FIRMA DEL TURISTA	<i>Nombre de quien atiende</i>
<i>Tratamiento de la sugerencia o reclamo</i>	
<i>Remitido a:</i>	
<i>Instrucciones:</i>	
<i>Resolución respecto de la sugerencia o reclamo:</i>	
<i>Fecha de la resolución</i>	
<i>Nombre, cargo y firma</i>	

Fuente: **Hostería Quinta Aidita**
 Elaboración: **Santiago López**

CUADRO No. 38

LIBRO PARA LA RECEPCIÓN Y TRATAMIENTO DE LAS SUGERENCIAS Y RECLAMOS POR PARTE DE LOS TURISTAS, APLICABLE A UNA HOSTERÍA QUINTA AIDITA

<i>Sugerencia</i> <input type="checkbox"/>	<i>Reclamo</i> <input type="checkbox"/>	<i>Correlativo N°</i> <input type="checkbox"/>
NOMBRES Y APELLIDOS DEL TURISTA:		
<i>Dirección completa de residencia:</i>		
<i>Teléfono de residencia:</i>		
<i>Descripción de la sugerencia o reclamo</i>		
<i>Fecha</i>		<i>Hora</i>
FIRMA DEL TURISTA		
<i>Resolución del Administrador respecto de la sugerencia o reclamo:</i>		

Fuente: **Hostería Quinta Aidita**
 Elaboración: **Santiago López**

6.9. Programas de mantención de dependencias del establecimiento y su equipamiento.

Las normas de calidad de alojamiento y recreación turística establecen como requisito:

La Hostería Quinta Aidita deberá siempre contar con programas de mantención, preventivos y correctivos, de tal manera de asegurar el buen estado de funcionamiento, conservación y mantenimiento de todas las dependencias del establecimiento, así como de su equipamiento.

El mantenimiento comienza por conocer qué se va a mantener, cómo lo va a hacer y cuándo debe llevarse a cabo. En la mayoría de las ocasiones, resulta fundamental conocer y tener en consideración la recomendación del fabricante o proveedor.

Una vez establecido el programa de mantención es recomendable cuantificar los costos de las tareas de mantenimiento preventivo o correctivo para incorporarlo en el presupuesto y disponer de todos los elementos para llevar a cabo el programa de mantención.

La elaboración del programa de mantención es de responsabilidad de la Administración de la Hostería Quinta Aidita, es aconsejable revisar el cumplimiento y la efectividad de la ejecución del programa de mantenimiento.

Recuerde que la mantención preventiva comienza con el buen uso, cuidado, aseo y limpieza de todas las instalaciones y equipamiento.

CUADRO No. 39

PROGRAMA DE MANTENCIÓN PREVENTIVA DE INSTALACIONES

Elemento	Frecuencia	Pautas
<i>Cálifont</i>	<i>Semanal</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Limpieza general</i> • <i>Revisión y reparación de grifería, tuberías, válvula, diafragma y quemador.</i> • <i>Revisión de sellos en llaves, estado de tuberías, y estado de válvula / diafragma.</i> • <i>Reparación de filtraciones o averías, en caso que se detecten.</i>
<i>Desagües y sifones</i>	<i>Semanal</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Limpieza de filtros de desagües de lavamanos, duchas y lavaplatos</i> • <i>Retiro de residuos de desagües.</i> • <i>Limpieza de sifones de lavamanos y lavaplatos</i> • <i>Limpieza de trampas de grasa</i>
<i>Artefactos sanitarios</i>	<i>Semestral</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cambio de sellos de goma de todos los artefactos</i> • <i>Revisar y reparar asentamientos de sellos.</i>
<i>Extintores</i>	<i>Mensual</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Recarga</i>
<i>Alarmas de incendio</i>	<i>Mensual</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Prueba y Limpieza</i>
	<i>Anual</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cambio de baterías</i>
	<i>Cada 10 años</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reemplazo de las alarmas</i>

Fuente: **Hostería Quinta Aidita**

Elaboración: **Santiago López**

CUADRO No. 40

PROGRAMA ANUAL DE MANTENCIÓN PREVENTIVA PARA LA HOSTERÍA QUINTA AIDITA

	Meses											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Pintar	-											
<i>Muros exteriores (cada 2 años)</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-
<i>Puertas, ventanas y marcos (cada año)</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-
<i>Canaletas y bajadas de agua (cada año)</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-
<i>Muros interiores (cada año)</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-
...												
Limpiar	-											
<i>Techo, canaletas, bajadas de agua y desagües</i>	-	-	x	-	-	x	-	-	-	-	-	-
<i>Ventanas aluminio, drenaje y rieles</i>	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Sifones de lavamanos y lavaplatos</i>	-	x	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-
<i>Cañones de calefactores</i>	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	x
<i>Inyectores cocinas y cálifont</i>	-	-	-	x	-	-	-	-	-	x	-	-
...												
Lubricar	-											
<i>Bisagras y cerraduras</i>	-	-	x	-	-	-	-	-	x	-	-	-
...												
Fumigar	-											
<i>Interiores y exteriores</i>	x	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-
...												
Revisar	-											
<i>Techumbre, canaletas, entretecho y zócalo</i>	-	-	-	x	-	-	-	-	-	x	-	-
<i>Muros exteriores</i>	-	-	-	x	-	-	-	-	-	x	-	-
<i>Carga de extintores</i>	-	-	x	-	-	x	-	-	x	-	-	x
<i>Extintores</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x
<i>Terreno y obras exteriores</i>	-	x	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-
<i>Instalación eléctrica</i>	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Muebles de cocina, clóset y lavamanos</i>	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
...												
...												

Fuente: **Hostería Quinta Aidita**
Elaboración: **Santiago López**

CUADRO No. 41

VERIFICACIÓN DIARIA DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

	Focos	<i>enchufes</i>	<i>calefacción</i>	<i>grifería</i>	<i>estanque inodoro</i>	<i>ventanas</i>	...
	<i>encienden</i>	<i>funcionan – sin roturas</i>	<i>probar frío - calor</i>	<i>abren y cierran</i>	<i>sin filtración ni pérdidas</i>	<i>cierre - vidrios</i>	
<i>habitación 1</i>	√	√	√	√	√	√	
<i>habitación 2</i>	<i>cambiar 2</i>	√	√	√	√	√	
<i>habitación 3</i>	√	√	√	√	√	<i>vidrio quebrado</i>	
...	√	√	√	√	√	√	

Fuente: **Hostería Quinta Aidita**

Elaboración: **Santiago López**

CUADRO No. 42

PROGRAMA DE MANTENCIÓN CORRECTIVA ELABORADO COMO CONSECUENCIA DE LA APLICACIÓN DE LA LISTA DE CHEQUEO DIARIO

	<i>Plazo</i>	<i>Responsable de la corrección</i>	<i>Realizado</i> <i>(si – no)</i>	<i>Responsable de verificar realización</i>
Habitación 2				
Cambiar dos focos	½ hora	encargado de mantenimiento	si	encargado de habitaciones
...				
Habitación 3				
Cambiar vidrio quebrado	4 horas	encargado de mantenimiento	si	encargado de habitaciones
...				
...				
...				

Fuente: **Hostería Quinta Aidita**

Elaboración: **Santiago López**

6.10. Seguridad e higiene.

Las normas de calidad de alojamiento y recreación turística establecen como requisito:

Contar con procedimientos funcionales y de control relacionados con la seguridad e higiene de las dependencias e instalaciones del establecimiento como es la Hostería Quinta Aidita.

Los procedimientos de seguridad e higiene de alojamiento y recreación turística en la Hostería Quinta Aidita, deben tener como propósito la seguridad y el bienestar de las personas, estableciendo para ello, una serie de medidas de prevención y de actuación frente a la ocurrencia de situaciones que pongan en riesgo la seguridad y bienestar de las personas. Entre estas medidas se tendrá:

- Contar con sistema contra incendios,
- Tener servicio de vigilancia las 24 horas,

- Contar con elementos básicos para la atención de primeros auxilios;
- Definir y señalar zonas de evacuación y protección en caso de terremotos, temblores y erupción del Volcán Tungurahua u otros desastres naturales,
- Sanitizaciones¹⁷,
- Desinsectaciones¹⁸.

Procedimiento de vigilancia para las instalaciones de un camping

Objetivos:

Establecer las medidas de vigilancia con el propósito de contribuir a la seguridad de las instalaciones de la Hostería Quinta Aidita.

Aplicación:

Este procedimiento debe aplicarse al ingreso y salida de turista y en la vigilancia de todas las instalaciones del recinto.

Requisitos:

El vigilante, encargado de recepción y operaciones de turno, deben vestir su ropa de trabajo y portar la radio de comunicaciones.

Responsables:

El encargado de operaciones debe velar por la aplicación de las disposiciones descritas en este procedimiento y el adecuado estado operativo del equipamiento para la seguridad de las instalaciones.

¹⁷ Procedimientos de aspersión de superficies con elementos químicos, para reducir y/o eliminar microorganismos, tales como bacterias, hongos, levaduras y virus que pudieran estar contaminando baños, camarines, duchas, saunas, gimnasios, entre otros.

¹⁸ Es la acción de eliminar insectos por medios químicos, mecánicos o con la aplicación de medidas de saneamiento básico.

El encargado de recepción es quien controla el ingreso y salida de las personas. El vigilante es responsable de inspeccionar las instalaciones. Ambos son responsables de comunicar al encargado de operaciones cualquier incidente. Éste a su vez, es responsable de dar los avisos, si corresponde, a policías, ambulancia o bomberos.

Desarrollo:

Elementos de seguridad:

La Hostería Quinta Aidita cuenta con una caseta de control de ingreso y egreso, equipada con radio de comunicaciones internas y teléfono. Cuenta con barrera para acceso vehicular.

Las instalaciones cuentan con extintores y campanas, éstas últimas como medio de aviso por parte de los turistas, de ocurrencia de algún incidente. Estos elementos se encuentran debidamente señalizados.

Control de ingresos y salidas:

- La caseta de ingreso está a cargo, durante el día, del encargado de recepción de turno. Su horario de funcionamiento es de 07:00 a 21:00 horas en temporada alta y de 08:00 a 18:00 horas en temporada baja.
- En horarios distintos a los recién señalados, la caseta de ingreso está bajo la responsabilidad del vigilante de turno, pero no se permite el registro de nuevos turistas.
- La barrera de acceso vehicular debe mantenerse cerrada cuando no haya paso de vehículos.
- El ingreso del vehículo se permite una vez que el turista está registrado. Antes de ello debe permanecer estacionado al exterior del recinto.
- No está permitido el ingreso de personas en evidente estado de ebriedad. En caso de tratarse de un campista ya registrado, el personal debe solicitar apoyo al encargado de operaciones, a través de la radio, para su control.

- El ingreso de mascotas está permitido, siempre y cuando el dueño disponga de un sistema para su control y contención, evitando que molesten o lastimen al resto de los turistas.
- El personal responsable de turno, debe registrar en el libro de control de ingresos y salidas, el movimiento de los turistas.
- Al retirarse un grupo de turistas, la persona responsable de la caseta de ingresos, debe contar la cantidad de personas que componen el grupo, número que debe ser igual al registrado al ingreso.

Rondas de seguridad:

- El vigilante de turno debe estar en constante movimiento, revisando visualmente las instalaciones y sitios, con la finalidad de velar por la seguridad de las personas en las instalaciones de la Hostería Quinta Aidita.
- En caso de detectar un incendio, debe dar aviso radial inmediatamente al encargado de operaciones y tomar los resguardos adecuados, establecidos en el protocolo de control de incendios.
- En caso de detectar una actitud sospechosa por parte de una persona al interior de las instalaciones, debe comunicarla de inmediato al encargado de operaciones.
- A las 17:00 horas debe iniciar la inspección de los cierres perimetrales, con la finalidad de detectar la apertura de pasos informales. En estos casos, debe dar aviso inmediato al encargado de mantenimiento.
- Debe realizar inspecciones nocturnas a los interiores de baños, lavaderos, comedores, cerciorándose de que no se encuentren personas extrañas en su interior.

Triste

Elementos complementarios:

- Radio de comunicaciones
- Libro de control de ingresos y salidas

- Protocolo para respuesta en caso de robo y/o asalto
- Protocolo para manejo de personas en estado de ebriedad
- Protocolo para respuesta en caso de incendio

CONCLUSIONES.

- Los requisitos de la organización varían para los distintos tipos de alojamiento turístico, pero todas las normas coinciden en que se debe contar con una organización definida, tener una serie de procedimientos y prácticas para asegurar el óptimo desempeño en la prestación de los diferentes servicios

turísticos y, contar con programas de mantenimiento de las instalaciones y equipamiento para otorgarlos.

- Una adecuada descripción de cargos, permite conocer en detalle los requisitos que debe cumplir una persona para ocupar un puesto específico dentro de una organización turística, y las tareas que debe desarrollar en ese puesto. La descripción de cargos tiene directa relación con el organigrama, por cuanto allí se establecen los requisitos y funciones de cada uno de ellos.
- Las normas de mejoramiento de la calidad de alojamiento de los servicios turísticos establecen como requisito contar con procedimientos que permitan garantizar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos, así como la oportunidad en que se prestan los mismos.
- La misma norma también tienen cómo requisito contar con programas de mantención, preventivos y correctivos, de tal manera de asegurar el buen estado de funcionamiento, conservación y mantenimiento de todas las dependencias del establecimiento, así como de su equipamiento.
- Los procedimientos de seguridad e higiene de dependencias e instalaciones de un alojamiento turístico, deben tener como propósito la seguridad y el bienestar de las personas, estableciendo para ello, una serie de medidas de prevención y de actuación frente a la ocurrencia de situaciones que pongan en riesgo la seguridad y bienestar de los turistas

RECOMENDACIONES.

- Es importante el hecho de que se utilice el presente trabajo como una nueva alternativa de mejora de la empresa ya que este constituye el camino a obtener una organización más sólida capaz de enfrentar el reto de la competitividad y para que los miembros que laboran en la Hostería Quinta Aidita, conozcan a ciencia cierta las actividades que deben realizar, situación que generará mayor eficiencia en los procesos, alta calidad en el servicio y por ende mayor satisfacción para los turistas.
- Se recomienda el involucramiento de todo el personal de la Hostería Quinta Aidita para la implementación y puesta en marcha del Plan de Mejoramiento de los servicios ofertados, para de esta manera lograr un compromiso y conseguir los objetivos de la Hostería.
- Para lograr que el personal se integre al Plan de mejoramiento de los servicios ofertados es necesario implementar las acciones de formación y promoción de dicho personal para determinar las habilidades de cada uno de los empleados para de esta forma programar cursos, seminarios o conferencias que mejoren dichas habilidades.
- Se recomienda tomar mayor atención en los procedimientos desarrollados relacionados con el mantenimiento de las instalaciones, de la maquinaria y equipo, ya que actualmente la hostería, actualmente no los aplica en base a una planificación sino como una labor cotidiana común.
- Es necesario que se mantenga una retroalimentación constante con todos los empleados de la Hostería, teniendo una mente abierta a las propuestas de nuevas ideas u opciones de cambio.

• **BIBLIOGRAFÍA.**

ANDINO, Patricio. Investigación Social. Teoría, Métodos y Técnicas. 2ª ed. Quito, 2006.

ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del turismo. Vol.2. México D.F: Editorial Trillas, 2007.

ÁLVAREZ, I y GARCERÁN N, Hotelería y Turismo de Calidad, Editorial Cultural S.A 2003.

CAMISÓN, C. y YEPES, V. (1994): "Normas ISO-9000 y la gestión de calidad total en la empresa turística". Primer Congreso de Calidad de la Comunidad Valenciana. Libro de ponencias, mayo.

CAMPOS-SORIA, J.A. La calidad como factor de competitividad de las empresas de alojamiento hotelero. Universidad de Málaga, 2005

ENCICLOPEDIA PRACTICA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES (Océano)edit, McGraw-Hill, Europa,2006.

E.F.Q.M. (1999): "Excellence Model Launch", Quality Link, vol. 11, nº 59, abril.

EVANS, James-Lindsay, William. Administración y Control de la Calidad. México D.F Internacional Thomson Editores, S.A.2005.

GETTY, J.M. y THOMPSON, K.N. (1994): "A procedure for scaling perceptions of lodging quality", Hospitality Research Journal, vol. 18, nº 2.

HOROVITS- JURGENS. La satisfacción total del cliente. Madrid. Mc.Graw-Hill, 2006

JAMES, Paul, Gestion de la Calida Total, 9. Prentice Hall, España, 2005

LEY, de turismo, Ley No. 97 RO/Sup 733, 2007 Ecuador.

OAKLAND, John - PORTER, Leslie. Administración por calidad total. México. Compañía Editorial Continental,S.A de C.V, 1999.

RAYA-IZQUIERDO. Turismo, hotelería y Restaurantes. Barcelona. Lexus Editores, 2007

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, decreto ejecutivo 3400, R. Oficial 72, 2002.

SUMMERS, Donna Administración de la Calidad, Pearson Educación de México, S.a de C.V, 2006

WELLINGTON, Patricia. Cómo Brindar un servicio integral al cliente. Santa Fé de Bogotá Mc.Graw-Hill, 2005.

ZAIRI,Mohamed. Administración de la calidad total para ingenieros. México D.F..Panorama Editorial, 2009

ANEXOS.

ANEXO No. 1

Formato Plan

Institución:				
Equipo Responsable	Nombre		Estamento que representa	
Meta(s) 2005				
Objetivo General				
Objetivos Específicos				
Acciones	Responsables	Recursos	Servicios esperados	Evaluación

Fuente: Plan de acción. Hacia una ejecución efectiva de las tareas y metas programadas

Elaboración: Santiago López.

Formato de Cronograma de trabajo.

Acciones	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Acción 1										
Acción 2										

Fuente: Plan de acción. Hacia una ejecución efectiva de las tareas y metas programadas

Elaboración: Santiago López.

ANEXO No. 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR LA HOSTERÍA

QUINTA AIDITA

OBJETIVO: Determinar el grado de apertura de la administración, para la creación de un Plan de mejoramiento en los servicios ofertados de la hostería.

1) ¿CUENTA LA HOSTERÍA CON UNA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y MANUALES DE FUNCIONES?

.....
.....
.....

2) CUÁLES SON LOS MÉTODOS QUE UD. EMPLEA PARA MOTIVAR A TRABAJAR A SUS EMPLEADOS?

.....
.....
.....

3) ¿ESTUDIA UD. A SUS COMPETIDORES PARA PLANIFICAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFERTADOS DE LA HOSTERÍA?

.....
.....
.....

4) ¿TOMA UD. EN CONSIDERACIÓN LAS SUGERENCIAS REALIZADAS POR LOS TURISTAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SUS SERVICIOS?

.....
.....
.....

5) ¿LA HOSTERÍA POSEE ESTRATEGIAS QUE LE AYUDEN A MEJORAR LOS SERVICIOS QUE LA HOSTERÍA OFERTA?

.....
.....
.....

6) ¿ESTARÍA UD. DISPUESTO A IMPLEMENTAR UN PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS OFERTADOS DE LA HOSTERÍA?

.....
.....
.....

ANEXO No. 3
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL QUE LABORA EN LA
HOSTERÍA QUINTA AIDITA

OBJETIVO: Determinar el grado de satisfacción laboral

INDICACIONES: El presente cuestionario tiene el carácter de confidencial, razón por la cual solicitamos comedidamente se digne responder con sinceridad a las siguientes preguntas ubicando X en el casillero que correspondiente.

NOTA: La información obtenida en las encuestas es confidencial.

SEXO:

MASCULINO

FEMENINO

EDAD:

1. ¿POSEE TÍTULO UNIVERSITARIO?

SI

NO

2. ¿HABLAR OTRO IDIOMA A PARTE DEL ESPAÑOL?

SI

NO

**3. ¿LA ADMINISTRACIÓN DE LA HOSTERÍA LE DIO A CONOCER
CUALES SON SUS FUNCIONES LABORALES?**

SI

NO

**4. ¿RECIBE UD. INCENTIVOS QUE LE MOTIVEN AL DESEMPEÑO DE
SUS FUNCIONES DENTRO DEL HOSTERÍA?**

SI

NO

5. ¿INDIQUE COMO ES EL AMBIENTE DE TRABAJO DENTRO DE LA HOSTERÍA?

MALO

REGULAR

BUENO

MUY BUENO

6. ¿CONOCE USTED CUALES SON LAS POLÍTICAS DE CALIDAD PARA SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFERTA LA HOSTERÍA?

SI

NO

7. ¿TOMA USTED EN CONSIDERACIÓN LAS SUGERENCIAS REALIZADAS POR LOS TURISTAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS?

SI

NO

8. ¿CONOCE USTED LAS ESTRATEGIAS DE LA HOSTERÍA PARA MEJORAR CONTINUAMENTE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS?

SI

NO

9. ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A COLABORAR CON IDEAS PARA LA PLANIFICACIÓN EN EL MEJORAMIENTO EN LA CALIDAD

**DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS EN LOS
SERVICIOS DE LA HOSTERÍA?**

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO No. 4

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EN LA
HOSTERÍA QUINTA AIDITA**

OBJETIVO: Determinar el nivel de satisfacción de los servicios turísticos ofertados

INDICACIONES: El presente cuestionario tiene el carácter de confidencial, razón por la cual solicitamos comedidamente se digne responder con sinceridad a las siguientes preguntas ubicando X en el casillero que corresponde.

NOTA: La información obtenida en las encuestas es confidencial.

SEXO:

MASCULINO

FEMENINO

EDAD:

1.¿LE HA GUSTADO A UD. LOS SERVICIOS DE DISTRACCIÓN DE ESTÁ HOSTERÍA OFERTA?

SI

NO

2.¿CÓMO UD. CALIFICARÍA AL SERVICIO DE ATENCIÓN, LIMPIEZA Y SEGURIDAD DE LA HOSTERÍA?

MALO

REGULAR

BUENO

MUY BUENO

**3.¿CREE USTED QUE SE DEBE CAPACITAR AL PERSONAL DE ESTA
HOSTERÍA PARA OBTENER UN MEJOR SERVICIO TURÍSTICO?**

SI

NO

4.¿UD. RECOMENDARÍA ESTA HOSTERÍA A OTRAS PERSONAS?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO No.5

HOSTERÍA QUINTA AIDITA

Cantón Guano

HISTORIA DE LA HOSTERÍA:

Anterior dueño de la quinta los señores: Guijarro Polo

Compra el Dr. Fausto Vallejo Escobar “Actual Dueño”

Fecha de compra: Año 1990 o 1992 comienza con 3 hectáreas de terreno.

Era un terreno completamente abierto, arenoso, pero tenía una temperatura adecuada para la conformación de una piscina familiar y por ende la casa que lo construimos, esta era una quinta privada y de descanso familiar.

Luego el Dr. Fausto Vallejo empieza a construir un salón de igual manera, para ocasiones sociales, esto fue en realidad del inicio de la propiedad.

Posteriormente se empieza en la construcción de una piscina cubierta con agua temperada, la gente comienza a ingresar a ver por curiosidad.

Se tenía en casa varias clases de animales, que deambulaban por la propiedad, por ejemplo: loros, guacamayos, venados, avestruces, conejos, cuyes, y pavos reales. Esto le a dado a la propiedad una idea de realizar un complejo turístico.

Como la propiedad no era cerrada la gente entraba a curiosear, por lo que comenzó a ver gente que aconsejaban a la construcción de un complejo turístico.

Posteriormente se ha procedido a construir cuartos de alojamiento tomando en cuenta el clima que era propicio y lo fundamental que no existía mosquitos como existen en los Elenes, ya que era seco.

Luego empieza la construcción de los salones de eventos, de conferencias, y enseguida le viene la idea de construir un zoológico, pero tenía que comprar más terreno y se ha comprado 4 hectáreas más, esto es acciones y derechos de ciertas familias, ya que eran 7 hermanos, esto es en el año 2002, aproximadamente, Familia Avilés.

Hasta ahora sigue en construcción, pero que está casi completa en un 90%

SERVICIOS:

- Recepción
- 2 complejos de piscinas con sauna, turco hidromasajes, vestidores y duchas.
- Cuenta con sala de juegos esto es: villas, mesas de pinpong – mesas de pokary de cuarenta.
- Gimnasio.
- 2 salones de eventos con cocinas individuales para 250 personas y 150 personas.
- Un restaurant con tres cocinas.
- Bar cafetería.
- Karaoke.
- Discoteca “Rincón del Cisne”
- 3 salones de conferencias (con capacidad para 150 y 60 personas)
- Canchas deportivas (futbol, vóley, básquet)
- 2 glorietas (para tomar afuera los tragos, guitarreada, sirva para leer.

ALOJAMIENTO:

25 habitaciones entre Simples, dobles, triples, y suit juniors.

Zoológico.

Acuario, Aviario, serpentario,

Áreas destinadas para parrilladas

Áreas verdes completamente espaciosas

Un pequeño bosque de eucaliptos

Rosales

Parqueadero amplia para unos 100 carros

Guardianía

Circuito Cerrado

Mirador desde la parte de atrás de la hostería se divisa el Tungurahua, el Altar y el Chimborazo.

GERENTE: Dr. PATRICIO VALLEJO CHÁVEZ (HIJO DEL PROPIETARIO)