



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA.

*ESCUELA DE GESTION TURISTICA Y HOTELERA*

**Trabajo de grado previo a la obtención del título de:  
Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera.**

**TITULO:**

**“PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA  
HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO EN EL  
PERÍODO 2011- 2012”**

**AUTORA: MARÍA VERÓNICA SOTO CAMPOS**

**TUTORA: ING. PAULA MORENO**

*Riobamba – Ecuador*

**2011**

## **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**

**Ing. Paula Moreno.**

**Director del Proyecto**

-----

**Firma**

**Dr. José Álvarez Román**

**Miembro de Tribunal**

-----

**Firma**

**NOTA \_\_\_\_\_ (SOBRE 10)**

## **AGRADECIMIENTO**

A dios por haberme permitido seguir en el camino a pesar de las adversidades siendo el mi principal sustento y fortaleza

A mis maestros por el conocimiento impartido durante todos los años de mi carrera brindándome con su ejemplo la mejor formación como ser humano y como profesional ético.

### **DEDICATORIA**

A Dios por regalarme la oportunidad y la dicha de la vida, al brindarme los medios necesarios para continuar mi formación como ser humano, siendo un apoyo incondicional para lograrlo ya que sin él no hubiera podido.

A mis padres, quienes incondicionalmente me brindaron su apoyo y su espíritu alentador y que con su ejemplo de perseverancia y fuerza contribuyeron a lograr cada una de mis metas y objetivos propuestos

A mis hermanos que me acompañaron a lo largo del camino, brindándome la fuerza necesaria para continuar, guiándome a través de sus consejos.

A mi hermana que fue mentor de cada uno de mis pasos y mi apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, brindándome en sus palabras la fortaleza y entereza para no desmayar en la obtención de mis objetivos personales y profesionales.

A mis sobrinos que cada día alegraron mi vida enseñándome el valor de conseguir cualquier objetivo con una sonrisa de alegría y una lágrima de fortaleza.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Calificación Del Trabajo Del Grado Escrito.....	i
Derechos De Autoría.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice de Contenido.....	v
Índice de Cuadros.....	xiii
Índice de Gráficos.....	xvii
Resumen.....	xx
Summary.....	xxi
<b>CAPÍTULO I</b>	
1. Marco Referencial.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.1.1. Formulación del problema.....	2
1.2 Objetivos.....	2
1.2.1. Objetivo General.....	2
1.2.2. Objetivos Específicos.....	2
1.3 Justificación.....	3
<b>CAPÍTULO II</b>	
2. Marco Teórico.....	4
2.1. Antecedentes de la investigación.....	4
2.2. Fundamentación Teórica.....	5
2.2.1. Plan.....	5
2.2.2. Mejoramiento.....	8
2.2.2.1. Necesidades del Mejoramiento.....	9
2.3. Mejoramiento continuo.....	10
2.3.1. Importancia del Mejoramiento Continuo.....	11
2.3.2. Pasos para el Mejoramiento Continuo.....	11
2.3.3. El mejoramiento continuo y la calidad total.....	16
2.4. Plan de Mejoramiento.....	17
2.4.1. Fases del plan de mejoramiento.....	17
2.5. Servicio.....	18
2.5.1. Características del servicio.....	18

2.5.2. Principios del servicio al cliente.....	18
2.5.3. El cliente.....	20
2.5.4. Expectativas del cliente con respecto al servicio.....	21
2.5.5. La comunicación efectiva.....	23
2.5.6. El servicio en el turismo.....	23
2.5.7. Tipos de empresas de servicio turístico.....	24
2.5.8. Empresas de alojamiento turístico.....	24
2.5.8.1. Empresas de mediación entre usuario y oferente del producto.....	24
2.5.8.2. Empresas de restauración.....	25
2.5.8.3. Empresas Turísticas de Servicios Complementarios.....	25
2.6. La calidad del servicio turístico de una hostería.....	26
2.6.1. Servicios de una hostería.....	26
2.6.2. Requisitos comerciales y de marketing de una Hostería.....	28
2.7. Marco Conceptual.....	30
2.8. Hipótesis y Variables.....	36
2.8.1. Hipótesis.....	36
2.8.2. Variables.....	36
2.8.3. Operacionalización de variables.....	36
<b>CÁPÍTULO III</b>	
3. Marco metodológico.....	38
3.1. Método.....	38
3.1.1. Diseño de la Investigación.....	39
3.1.1.1. Tipo de estudio.....	39
3.2. Población y muestra .....	39
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
3.4. Técnicas para el análisis e interpretación de resultados.....	41
<b>CAPÍTULO IV</b>	
4. Resultados y discusión.....	42
4.1. Descripción de los servicios ofertados en la hostería finca el Pigual de la ciudad de puyo.....	42
4.1.1. Ubicación de Hostería Finca el Pigual.....	43
4.2. Servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual.....	43

4.2.1. Servicio de alojamiento.....	44
4.2.1.1. Cuadro resumen de servicio de alojamiento de Hostería Finca el Pigual...	46
4.2.2. Servicio de alimentación.....	46
4.2.2.1. Cuadro resumen del servicio de alimentación de Hostería Finca el Pigual.....	47
4.2.3. Locales para eventos.....	47
4.2.3.1. Cuadro resumen de alquiler de salones para eventos de Hostería Finca el Pigual.....	49
4.2.4. Área recreativa.....	49
4.2.4.1. Cuadro resumen del área recreativa de Hostería Finca el Pigual.....	50
4.2.5. Áreas naturales.....	51
4.2.5.1. Resumen de las áreas naturales de Hostería Finca el Pigual.....	51
4.3. Diagnóstico actual de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.....	52
4.3.1. Análisis FODA de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.....	52
4.3.2. Proceso de lluvia de Ideas.....	52
4.3.3. Cuadro de participantes para la elaboración de lluvia de ideas.....	52
4.3.4. Lluvia de ideas para diagnóstico al interior de Hostería el Pigual.....	53
4.3.5. Priorización de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.....	54
4.3.6. Jerarquización de Fortalezas, Oportunidades, debilidades y Amenazas de Hostería el Pigual.....	56
4.3.7. Análisis de la matriz FODA de Hostería Finca el Pigual.....	61
4.3.8. Mapa de necesidades y alternativas de solución para Hostería Finca el Pigual.....	62
4.3.9. Matriz de estrategias de cambio dirigidas a Hostería Finca el Pigual. ....	66
4.4. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la entrevista dirigida al administrador de Hostería Finca el Pigual.....	69
4.5. Encuesta dirigida a los colaboradores internos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.....	71
4.5.1. Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas dirigidas a los colaboradores internos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo en el período 2010-2011.....	71

4.6. Encuesta dirigida a los visitantes de Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo en el año 2011.....	85
4.6.1. Análisis de los resultados obtenidos de la encuesta dirigida a los visitantes de Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo en el año 2011.....	85
4.6.2. Conclusiones y Recomendaciones dirigidas a Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo. ....	98
4.6.2.1. Conclusiones.....	98
4.6.2.2. Recomendaciones. ....	99
<b>CAPÍTULO V</b>	
5. Propuesta.....	100
5.1. Introducción.....	100
5.2. Misión.....	101
5.3. Visión.....	101
5.4. Objetivos.....	101
5.4.1. Objetivo general. ....	101
5.4.2. Objetivos específicos.....	101
5.5. Descripción de la propuesta de mejoramiento de los servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo.....	102
5.5.1. Organigrama estructural de Hostería Finca el Pigual.....	103
5.5.2. Descripción de cargos de Hostería Finca el Pigual.....	104
5.6. Manual de funciones dirigida al talento humano de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo. ....	105
5.6.1. Cargo: Administrador de empresas alojamiento.....	105
5.6.2. Actividades que debe realizar: ....	105
5.6.2.1. Conocimientos de un administrador.....	105
5.7. Cargo: Agente de ventas y marketing. ....	106
5.7.1. Actividades que debe realizar. ....	106
5.8. Cargo: Recepcionista. ....	108
5.8.1. Actividades que debe realizar. ....	108
5.9. Cargo: Chef de cocina. ....	109
5.9.1. Actividades que debe realizar. ....	109
5.10. Cargo: Ayudante de cocina.....	111

5.10.1. Actividades que debe realizar.....	111
5.11. Cargo: Posillero. ....	112
5.11.1. Actividades que debe realizar. ....	112
5.12. Cargo: Capitán de meseros.....	113
5.12.1. Actividades que debe realizar. ....	113
5.13. Cargo: Ayudante de mesero. ....	116
5.13.1. Actividades que debe realizar.....	116
5.14. Cargo: Ama de llaves. ....	118
5.14.1. Actividades que debe realizar. ....	118
5.15. Cargo: Camarera de pisos.....	121
5.15.1. Actividades que debe realizar.....	121
5.16. Cargo: Jefe de mantenimiento. ....	123
5.16.1. Actividades que debe realizar. ....	123
5.17. Cargo: Guardia de seguridad. ....	126
5.17.1. Actividades que debe realizar. ....	126
5.18. Cargo: Contador. ....	127
5.18.1. Actividades que debe realizar. ....	127
5.19. Cargo: Auxiliar de contabilidad. ....	128
5.19.1. Actividades que debe realizar. ....	128
6. Políticas dirigidas a Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.....	129
6.1. Políticas dirigidas a los clientes de Hostería Finca el Pigual.....	129
6.1.1. Formas de Pago.....	129
6.1.2. Tarifas.....	130
6.1.3. Cancelaciones.....	130
6.1.4. Deslinde de responsabilidades.....	130
6.1.5. Manejo de información.....	131
6.1.6. Seguridad.....	132
6.1.6.1. Seguridad de los servicios turísticos.....	132
6.2. Políticas dirigidas a los colaboradores internos de Hostería Finca el Pigual...	132
6.2.1. Políticas del departamento de recepción.....	132
6.2.2. Políticas del departamento de alimentos y bebidas.....	133
6.2.2.1. Políticas del departamento de restaurante.....	133

6.2.2.2. Políticas del departamento de cocina.....	133
6.3. Políticas del departamento de camarería y lavandería.....	134
6.4. Políticas del departamento de guardianía.....	134
7. Capacitación en gestión empresarial y liderazgo dirigido a la administración y gerencia de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.....	136
7.2. Capacitación en servicio y atención al cliente dirigida al talento humano de Hostería Finca el Pigual.....	138
7.3. Capacitación en liderazgo y motivación dirigido al talento humano de Hostería Finca el Pigual.....	140
7.4. Capacitación en obligaciones laborales dirigidas al talento humano de Hostería Finca el Pigual. ....	142
7.5. Presupuesto global de capacitaciones para el talento humano de Hostería Finca el Pigual. ....	144
8. Participación individual.....	145
9. Equipos de Mejoramiento de los Sistemas (equipos de control de los procesos).....	145
9.1. <i>Flujograma de proveedores de insumos de limpieza para Hostería Finca el Pigual. ....</i>	146
9.2. <i>Flujograma de proveedores para el área de cocina de Hostería Finca el Pigual.....</i>	147
9.3. <i>Flujograma de proveedores para el área de restaurante de hostería Finca el Pigual. ....</i>	148
9.4. <i>Flujograma de proveedores para el área de mantenimiento de Hostería Finca el Pigual. ....</i>	149
9.5. Flujograma de proveedores para el requerimiento áreas verdes de Hostería Finca el Pigual.....	149
9.6. Flujograma de proveedores para el requerimiento de blancos de Hostería Finca el Pigual. ....	150
10. Aseguramiento de la Calidad.....	151
11. Sistemas de reconocimientos.....	152
12. Sistema de evaluación y control para el plan de mejoramiento de Hostería	152

Finca el Pigual de la ciudad de Puyo en el período 2011 – 2012.....	
13. Conclusiones y Recomendaciones de la propuesta del plan de mejoramiento de servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo en el período 2011-2012.....	153
Anexos.....	157
Bibliografía.....	178
Lincografía.....	179

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N. 1	
Operacionalización de variables.....	37
CUADRO N.2	
Resumen servicio de alojamiento.....	46
CUADRO N.3	
Resumen servicio de alimentación.....	47
CUADRO N.4	
Resumen servicio de alquiler de salones para eventos.....	49
CUADRO N.5	
Resumen área recreativa.....	50
CUADRO N.6	
Resumen áreas naturales.....	51
CUADRO N. 7	
Participantes para elaboración de lluvia de ideas.....	52
CUADRO N°. 8	
Priorización FODA de Hostería Finca el Pigual.....	55
CUADRO N. 9	
Jerarquización de fortalezas de Hostería Finca el Pigual.....	56
CUADRO N. 10	
Jerarquización de oportunidades de Hostería Finca el Pigual.....	57
CUADRO N. 11	
Jerarquización de debilidades de Hostería el Pigual.....	58
CUADRO N. 12	
Jerarquización de amenazas de Hostería el Pigual.....	60
CUADRO N. 13	
Análisis de la matriz FODA.....	61
CUADRO N.14	
Alternativas de solución para Hostería el Pigual.....	62
CUADRO N. 15	
Matriz de estrategias de cambio.....	66
CUADRO N. 16	
Sexo de los trabajadores de Hostería Finca el Pigual.....	72
CUADRO N. 17	
Edad de los trabajadores de Hostería Finca el Pigual.....	73
CUADRO N. 18	
Título universitario de los trabajadores de Hostería el Pigual.....	74

CUADRO N. 19	
Idiomas que hablan los trabajadores de Hostería el Pigual.....	75
CUADRO N.20	
Funciones de personal de Hostería Finca el Pigual.....	76
CUADRO N. 21	
Metas y objetivos de Hostería Finca el Pigual.....	77
CUADRO N. 22	
Reconocimiento a los colaboradores de Hostería el Pigual.....	78
CUADRO N. 23	
Equipo y apoyo proporcionados por Hostería el Pigual.....	79
CUADRO N. 24	
Ambiente laboral de Hostería el Pigual.....	80
CUADRO N. 25	
Capacitación profesional para los colaboradores de Hostería el Pigual.....	81
CUADRO N. 26	
Sugerencias para mejorar servicios de Hostería el Pigual.....	82
CUADRO N.27	
Áreas de mejoramiento de Hostería el Pigual.....	83
CUADRO N.28	
Implementación de un plan de mejoramiento en Hostería el Pigual.....	84
CUADRO N. 29	
Sexo de turistas que visitaron Hostería el Pigual.....	85
CUADRO N.30	
Nacionalidad de los turistas que visitaron Hostería el Pigual.....	86
CUADRO N.31	
Edad de los turistas que visitaron Hostería el Pigual.....	87
CUADRO N. 32	
Motivos de visita a Hostería Finca el Pigual.....	88
CUADRO N. 33	
Calidad de los servicios turísticos de Hostería el Pigual.....	89
CUADRO N. 34	
Capacitación al personal de Hostería el Pigual.....	90
CUADRO N.35	
Medios de comunicación de Hostería el Pigual.....	91
CUADRO N. 36	
Grado de predisposición de los colaboradores de Hostería el Pigual.....	93
CUADRO N. 37	

Áreas a mejorar en Hostería Finca el Pigual.....	94
CUADRO N.38	
Implementación de un plan de mejora de los servicios en Hostería el Pigual .....	96
CUADRO N. 39	
Recomendación de los servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual.....	97
CUADRO N. 40	
Administrador de empresas alojamiento.....	105
CUADRO N. 41	
Agente de ventas y marketing.....	106
CUADRO N. 42	
Recepcionista.....	108
GRAFICO N. 43	
Chef de cocina.....	109
CUADRO N. 44	
Ayudante de cocina.....	111
CUADRO N. 45	
Posillero.....	112
CUADRO N. 46	
Capitán de meseros.....	113
CUADRO N. 47	
Ayudante de mesero.....	116
CUADRO N. 48	
Ama de llaves.....	118
CUADRO N. 49	
Camarera de pisos.....	121
CUADRO N. 50	
Jefe de mantenimiento.....	123
CUADRO N. 51	
Guardia de seguridad.....	126
CUADRO N. 52	
Contador.....	127
CUADRO N. 53	
Cargo: Auxiliar de contabilidad.....	128
CUADRO N.54	
Capacitación en gestión empresarial y liderazgo.....	137
CUADRO N.55	
Capacitación en servicio y atención al cliente.....	139

CUADRO N.56	
Capacitación en liderazgo y motivación.....	141
CUADRO N.57	
Capacitación en obligaciones laborales.....	143
CUADRO N. 58	
Presupuesto de capacitación.....	144
CUADRO N.59	
Áreas de insumos de limpieza.....	146
CUADRO N.60	
Requerimientos del área de cocina.....	147
CUADRO N. 61	
Requerimientos para el departamento de restaurante.....	148
CUADRO N.62	
Requerimientos para el área de mantenimiento.....	149
CUADRO N.63	
Estrategias de mejoramiento de servicios turísticos.....	151
CUADRO N. 64.	
Evaluación y control del plan de mejoramiento de Hostería Finca el Pigual.....	153

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N.1		5
Tipos de planes.....		
GRÁFICO N. 2		
Mejoramiento continuo y calidad total.....		16
GRÁFICO N.3		
Factores que influyen en las expectativas del cliente.....		21
GRÁFICO N. 4		
Esquema de motivación.....		22
GRÁFICO N. 5		
Comunicación efectiva.....		23
GRAFICO N.6		
Sexo de los trabajadores de Hostería Finca el Pigual.....		72
GRÁFICO N. 7		
Edad de trabajadores de Hostería el Pigual.....		73
GRÁFICO N.8		
Título universitario de los trabajadores de Hostería el Pigual.....		74
GRÁFICO N.9		
Idiomas que hablan los trabajadores de Hostería el Pigual.....		75
GRÁFICO N.10		
Funciones de personal de Hostería el Pigual.....		76
GRÁFICO N.11		
Metas y objetivos de Hostería Finca el Pigual.....		77
GRÁFICO N.12		
Reconocimiento a los colaboradores de Hostería el Pigual.....		78
GRÁFICO N.13		
Equipo y apoyo proporcionados por Hostería el Pigual.....		79
GRÁFICO N.14		
Ambiente laboral de Hostería el Pigual.....		80
GRÁFICO N.15		
Capacitación profesional para los colaboradores de Hostería el Pigual.....		81

GRÁFICO N.16	
Sugerencias para mejor servicios de Hostería el	82
Pigual.....	
GRÁFICO N.17	
Áreas de mejoramiento de Hostería el	83
Pigual.....	
GRÁFICO N.18	
Implementación de un plan de mejoramiento en Hostería el	84
Pigual.....	
<b>GRÁFICO N.19</b>	
Sexo de turistas que visitaron Hostería el	85
Pigual.....	
GRÁFICO N.20	
Nacionalidad de los turistas que visitaron Hostería el	86
Pigual.....	
GRÁFICO N.21	
Edad de los turistas que visitaron Hostería el	87
Pigual.....	
GRÁFICO N.22	
<b>Motivos de visita a Hostería Finca el</b>	88
<b>Pigual.....</b>	
GRÁFICO N.23	
Calidad de los servicios turísticos de Hostería el	89
Pigual.....	
GRÁFICO N.24	
Capacitación al personal de Hostería el	90
Pigual.....	
GRÁFICO N.25	
Medios de comunicación de Hostería el	91
Pigual.....	
GRÁFICO N. 26	
Grado de predisposición de los colaboradores de Hostería el	93
Pigual.....	
GRÁFICO N.27	
Áreas a mejorar en hostería Finca el	94
Pigual.....	
GRÁFICO N.28	
Implementación de un plan de mejora de los servicios en Hostería el	96
Pigual	
GRÁFICO N.29	
Recomendación de los servicios turísticos de hostería Finca el	97
Pigual.....	
GRAFICO N. 30	
Organigrama estructural de Hostería Finca el	103
Pigual.....	
GRAFICO N.31	
Cargos de hostería Finca el	104

Pigual.....	
GRÁFICO N.32	
Participación individual del trabajador.....	145
GRÁFICO N.33	
Flujograma de requerimiento de insumos de limpieza.....	146
GRAFICO N.34	
Flujograma de requerimientos para el departamento de cocina.....	147
GRAFICO N. 35	
Flujograma de requerimiento para el departamento de restaurante.....	148
GRÁFICO N.36	
Flujograma de requerimiento del departamento de mantenimiento.....	149
GRAFICO N.37	
Flujograma de requerimiento de mantenimiento de áreas verdes.....	150
GRÁFICO N.38	
Flujograma de requerimiento blancos.....	150
GRÁFICO N.63	
Sistemas reconocimientos.....	de 152

**PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA  
HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO EN EL  
PERÍODO 2011-2012**

**RESUMEN**

Hostería Finca el Pigual, lleva prestando sus servicios en el mercado turístico durante nueve años, en este tiempo la empresa no dispone de un Plan de Mejoramiento que le permita optimar los servicios que oferta 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 los métodos **deductivo, inductivo, histórico – lógico, sistémico y el método de recolección de la información** ya que por cada uno de dichos métodos se ha podido obtener la información necesaria para la realización de la investigación, verificando de esta manera la calidad de servicios turísticos con los que cuenta “Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo”, para completar el plan de mejoramiento de estos servicios se realizó una encuesta a los turistas locales, nacionales y extranjeros, a los colaboradores de la empresa y una entrevista dirigida al administrador de la misma .

De estas encuestas y de la entrevista se obtuvo que en la Hostería Finca el Pigual, 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 y de la gerencia general; 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 Finca el Pigual de la ciudad de Puyo dependerá fundamentalmente del grado de acierto en la implementación de un plan que permita mejorar la calidad de los servicios turísticos ofertados por la empresa.

## SUMMARY

Pigual hostery has been it services 9 years on the market, in this time the hostery 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 deductive, inductive, historical- logically and the recollection of the information method, because for this way get the information to do the investigation. To verify the services of Pigual hostery as it has verified the quality of tourist services are there in Pigual" 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 "Pigual", 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 "Pigual hostery" depends essentially on the degree of success in implementing a plan to improve the quality of tourism services offered.

## **TITULO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO EN EL PERÍODO 2011 - 2012.

- **AUTORA**

María Verónica Soto Campos

- **LUGAR DE REALIZACIÓN**

Hostería Finca el Pigual; Ciudad de Puyo, Cantón Pastaza, Provincia de Pastaza

- **TIEMPO ESTIMADO DE ESTUDIO**

Seis meses

- **BENEFICIARIOS**

Clientes internos y externos de la Hostería Finca el Pigual.

- **FINANCIAMIENTO**

El proceso de investigación, construcción e implementación del Plan de mejoramiento de los servicios turísticos, aplicado a la Hostería “Finca el Pigual”; Ciudad de Puyo en el período 2011 - 2012, tendrá un costo aproximado en dólares, de \$ 5.000,00 (cinco mil dólares norteamericanos), el cual se lo llevara a efecto con financiamiento propio.

## **INTRODUCCIÓN.**

El turismo del siglo XXI es una de las actividades económicas más importantes en el mundo, su expansión y crecimiento están fuera de toda discusión, varios países ha reconocido en las últimas décadas los beneficios y aportes a su economía y desarrollo.

De acuerdo a la OMT las llegadas de turistas incrementan cada año a los países generado mayor ingreso de divisas para los residentes de dichos países e incrementando nuevas plazas de trabajos que les permiten una estabilidad económica considerable.

Es así el caso de Ecuador en donde las actividades turísticas son de las más importantes ya que produce un gran dinamismo en la economía interna y en la capacidad de desarrollo. Hoy por hoy el turista está a la búsqueda de experiencias únicas, acorde a sus nuevos gustos, necesidades y preferencias como el interrelacionarse con la naturaleza, realizar actividades de reto físico, búsqueda de emociones fuertes, realizar actividades al aire libre, etc.

La Región Amazónica es uno de los lugares en donde se puede realizar dichas actividades, ya que cuenta con grandes ventajas como lo es el clima, sus ríos, y su exuberante, naturaleza, además cada una de sus ciudades tienen una gran potencialidad de desarrollo económico y turístico, siendo una de ellas, la ciudad de Puyo que actualmente es considerada como una de las de mayor afluencia turística en el sector amazónico, lo cual conlleva a que los habitantes de la ciudad que mantienen negocios a fin a línea turística creen nuevas estrategias que permitan fidelizar a sus clientes con un servicio turístico de calidad.

Por tales razones el presente trabajo se realizó en Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, el mismo que consta de 5 capítulos, estructurados de la siguiente manera.

El primer capítulo detalla la problemática actual de la Hostería, los objetivos y la justificación del tema de investigación.

El segundo capítulo da a conocer los antecedentes que se utilizó para la presente investigación así como el marco teórico utilizado para la estructura del trabajo,

además de esto se da a conocer la definición de términos turísticos básicos y la operacionalización de las variables utilizadas en la investigación

El tercer capítulo describe la metodología, los tipos de investigación y la población y muestra que fue tomada para realizar el Plan.

El cuarto capítulo señala la situación actual de los servicios que presta la hostería, un estudio FODA y un estudio de mercado que permitirá realizar nuevas estrategias para mejorar los servicios del establecimiento.

El quinto capítulo está constituido por la propuesta dirigida a Hostería Finca el Pigual, en donde se encuentra un organigrama estructural y funcional que ayudará a mejorar la organización del establecimiento, además de planes de capacitación dirigido al talento humano de la empresa y estrategias a corto plazo que permitan mantener la calidad de sus servicios.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO REFERENCIAL.

#### 1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ciertas empresas del ámbito turístico, ofrecen sus servicios con Calidad Total a los clientes internos y externos, como un agregado que les permite marcar la diferencia con otras empresas que se desarrollan en esta línea y que no consideran este importante añadido.

Hostería Finca el Pigual es una de las empresas que necesita aplicar dicho agregado en la prestación de sus servicios turísticos; sus Gerentes Propietarios conocen un 50% del manejo administrativo, gerencial y empresarial, mas poseen el otro 50% de carencia de conocimientos en el ámbito turístico, de la misma manera el abuso de autoridad y la ausencia de liderazgo, han producido que el 80% de sus colaboradores presenten inestabilidad laboral en la empresa. Además de esto la ausencia total de una estructura organizacional administrativa, la inexistencia de protocolos y procedimientos internos, las múltiples quejas y reclamos de los clientes externos, la capacitación inexistente al personal, conllevan al bajo desenvolvimiento laboral.

La Administración de la Hostería Finca el Pigual carente de visión y de conocimientos sobre los procesos administrativos en el ámbito turístico, no permiten el normal desarrollo gerencial, financiero y de posicionamiento, sumado a esto la indecisión de sus propietarios de no invertir recursos para mejorar el crecimiento de la Hostería, la ausencia de relaciones comerciales con empresas que proveen clientes fijos , incluido la falta de un manual de protocolos y procedimientos donde se definan roles y funciones del personal, y un reglamento interno ausente, hace urgente la necesidad de implementar un **“PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS EN LA HOSTERIA FINCA EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO EN EL PERÍODO 2011- 2012”**, con lo cual estaría a la vanguardia de las grandes

empresas turísticas que se encuentran ofertando servicios turísticos de la misma línea.

#### **1.1.1. Formulación del problema.**

¿Cómo incidirá el plan de mejoramiento en la prestación de los servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo en el período 2011-2012?

### **1.4 OBJETIVOS**

#### **1.4.1 General**

Implementar un plan de mejoramiento de los Servicios Turísticos en la Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo en el período 2011 - 2012.

#### **1.4.2 Específicos**

1. Realizar el diagnóstico de las condiciones actuales de los servicios turísticos que presta la Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.
2. Analizar los servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo
3. Elaborar una propuesta alternativa para los servicios turísticos de la Hostería Finca el Pigual, para el período 2011 - 2012.

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

Hostería Finca el Pigual está ubicada en la Provincia de Pastaza, ciudad de Puyo, Barrio El Obrero, al final de la calle Tungurahua.

Esta empresa de servicios turísticos está dirigida a brindar servicios afines a esta línea: alojamiento, alimentación, salones de recepción, catering, guianza, sauna, turco, piscina e hidromasaje.

Hostería Finca el Pigual, tiene como una de sus actividades realizar eventos ocasionales, que debería proporcionar una rentabilidad aceptable, para crecer económicamente y no solamente para sustentar su economía, logrando ser una empresa rentable, sostenible y sustentable.

La Administración de Hostería Finca el Pigual conserva una base general sobre conocimientos de hotelería y turismo, ya que al no mantener definida una estructura organizacional y funcional dificulta la prestación de un servicio turístico de calidad y por ende obstaculiza su posicionamiento en el mercado hotelero de la región y de la provincia.

Los múltiples quejas que la hostería recibe por la carencia de un nivel mínimo de calidad en la prestación de sus servicios, sumado a esto la ausencia de personal calificado en la línea turística, el autoritarismo gerencial y administrativo dentro de la empresa y además el poco interés de los colaboradores para prestar sus servicios a los clientes conlleva a que la estancia de los mismos sea insatisfecha y la afluencia turística descienda.

Hostería el Pigual posee una infraestructura con amplia capacidad para alojamiento, salones de eventos, alimentación, y esparcimiento, dando cuenta de ser una hostería con gran capacidad y potencialidad para llegar a constituirse en una empresa de servicios turísticos a la altura de las empresas internacionales en este campo.

Por todas estas consideraciones se hace imprescindible implementar un **“Plan que permita el Mejoramiento de los Servicios Turísticos en la Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo para el período 2011-2012”**

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1.ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

En la actualidad el internet es uno de los lugares que abarca la mayor cantidad de información acerca de todo tipo de carreras y ramas, es así que por intermedio de estos sitios web se logra encontrar gran cantidad de información sobre temas concernientes al turismo, los sistemas de calidad, la gestión turística y hotelera, así como también información importante sobre los servicios que prestan actualmente las hosterías.

En Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo no se han realizado estudios de ninguna índole que permitan mejorar la calidad de sus servicios turísticos, ya que solo ha existido una visión limitada del servicio que la hostería brinda, la gerencia y administración actual solo han dirigido sus esfuerzos a realizar planes a corto plazo sin permitirles ampliar sus metas y objetivos para alcanzar niveles de calidad superiores en la prestación de sus servicios.

Así también es importante mencionar que dentro de la Universidad Nacional de Chimborazo no existe ningún Plan de Mejoramiento de La Calidad de Servicios Turísticos de la Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, por lo cual el presente plan, es un trabajo nuevo, de aporte para los estudiantes de la Escuela de Gestión Turística y Hotelera y también para la mencionada hostería que se desenvuelven en el sector del turismo.

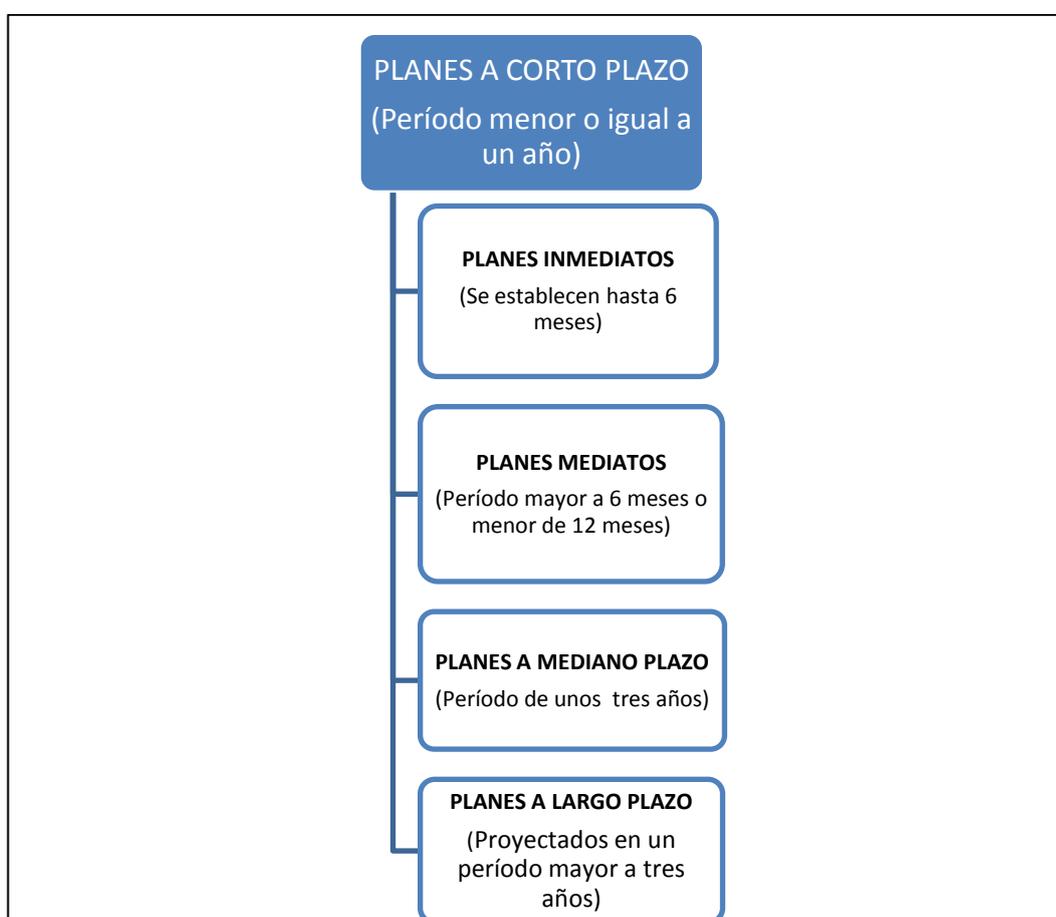
## 2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.2.1. <sup>1</sup>Plan.

El Plan es el resultado del proceso de planeación, definidos como diseños o esquemas detallados de lo que habrá de hacerse en el futuro, y las especificaciones necesarias para realizarlos.

<sup>2</sup>Los planes, en cuanto al periodo establecido para su realización, se pueden clasificar en:

**GRÁFICO N.1**  
**TIPOS DE PLANES**



**Fuente:** Salvador Limusa

**Elaboración:** Verónica Soto C.

---

<sup>1</sup>JAMES A. F., Wankel Charles, Editorial Prentice Hall (2009)

<sup>2</sup>LIMUSA, Salvador, Administración Aplicada, Noruega Editores (2010)

<sup>3</sup>De acuerdo con otra clasificación de los planes pueden ser:

**Planes Estratégicos:** Diseñados para cumplir con los objetivos generales de la organización.

**Planes Operacionales:** Proporcionan los detalles de cómo se realizarán los planes estratégicos. Estos a su vez se pueden dividir de acuerdo a su uso de la siguiente manera:

**Planes de un solo uso:** Se elaboran para alcanzar propósitos específicos y se disuelven una vez que estos se consiguen. Son cursos detallados de acción que seguramente no se repetirán de la misma manera en el futuro.

Los principales tipos de planes de un solo uso son:

**Programas:** El programa comprende un grupo relativamente extenso de actividades, muestra; los pasos principales que se requieren para conseguir un objetivo, la unidad o miembro de la organización encargado de cada paso y el orden y la sincronización de cada paso.

**Proyectos:** Son las partes más pequeñas e independientes de los programas. Cada proyecto posee una extensión limitada y directivas bien definidas acerca de las asignaciones y el tiempo. Cada proyecto quedará bajo la responsabilidad del personal asignado a quien se darán recursos y plazos específicos.

**Presupuestos:** Son estados de recursos financieros que se reservan para determinadas actividades en un período determinado de tiempo. Son ante todo, medios de controlar las actividades de la organización. Detallan los ingresos y también los gastos.

**Planes Permanentes:** Siempre que las actividades de una organización se repitan varias veces, una sola decisión o un conjunto de decisiones pueden guiarlas en forma adecuada. Las situaciones se manejan de modo uniforme y previamente establecido.

Los tipos principales de planes permanentes son:

**Políticas:** La política es una pauta general para la toma de decisiones. Se establece los límites de las decisiones, especificando aquellas que pueden tomarse y excluyendo las que no se permiten.

---

<sup>3</sup>REYES PONCE, Agustín, Administración de empresas, Editorial Prentice Hall (2009)

<sup>4</sup>De ese modo canaliza el pensamiento de los miembros de la organización para que sea compatible con los objetivos de ella.

**Procedimientos:** El procedimiento ofrece un conjunto de instrucciones pormenorizadas para ejecutar una serie de acciones que ocurren a menudo o periódicamente. Estas instrucciones detalladas guían a los empleados que realizan estas tareas y ayudan a asegurar una manera uniforme de tratar una situación concreta.

**Reglas:** Establecen que una acción específica debe o no llevarse a cabo en determinada situación. Son los planes permanentes más explícitos y no son pautas del pensamiento ni de la toma de decisiones.

<sup>5</sup>Y por último los planes pueden clasificarse en:

**Planes formales:** Estos son Planes de Acción, utilizados por un grupo de personas que intervienen en un proyecto, en diplomacia, en una empresa, en una operación militar, etc.

**Planes Informales:** Son utilizados por una persona para sus propios fines.

En conclusión los planes son una herramienta de gran utilidad para las futuras empresas, que antes de convertirse en tales, proyecten su plan de empresa para posicionarse y ver si es viable y rentable la iniciativa que proponen en el mediano y largo plazo.

Por medio de esto lo que se hace es evitar gastos innecesarios o pérdidas de tiempo en proyectos sin sentido y lo más importante: permite tener controlado el negocio que se quiera hacer respecto del tan temido fracaso.

El plan además permite que los organizadores reflexionen acerca de la idea inicial, busquen las mejores alternativas y den forma a un discurso coherente que será el que finalmente sea la llave del éxito de la empresa.

- 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.

---

<sup>4</sup>REYES PONCE, Agustín, Administración de empresas, Editorial Prentice Hall. (2009)

<sup>5</sup>GARCÍA Martínez, Fundamentos de Administración, Munch Galindo, Editorial Trillas (2008)

- <sup>6</sup>Un análisis del mercado en el cual deberá competir, la operativa con la que contará, la previsión financiera y los mecanismos de financiación.

### **2.2.2. <sup>7</sup>Mejoramiento.**

Mejoramiento significa que un conjunto de acciones incrementa los resultados de rentabilidad de la empresa, basándose en variables que son apreciadas por el mercado (calidad, servicio, etc) y que den una ventaja diferencial a la empresa en relación a sus competidores.

En el mercado de los compradores de hoy, el cliente es el "Rey", es decir, que 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, 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 cometan: ellos aceptan sus errores como algo muy normal y se disculpan ante el cliente, para ellos el cliente siempre tiene la razón.

De acuerdo con los grupos gerenciales de las empresas japonesas, el secreto de las compañías de mayor éxito en el mundo radica en poseer estándares de calidad altos tanto para sus productos como para sus empleados.

Por lo tanto el control total de la calidad es una filosofía que debe ser aplicada a todos los niveles jerárquicos en una organización, y esta implica un proceso de mejoramiento. Dicho proceso permite visualizar un horizonte más amplio, donde se buscará siempre la excelencia y la innovación que llevarán a los empresarios a aumentar su competitividad, disminuir los costos, orientando los esfuerzos a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

---

<sup>6</sup>GARCÍA Martínez y GALINDO Munch., Fundamentos de la Administración, Editorial Trillas (2008)

<sup>7</sup>HARRINGTON, H. James. Mejoramiento de los procesos de la empresa. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana, S.A. México. (2008).

<sup>8</sup>Para ello el empresario debe adquirir compromisos profundos, ya que él es el principal responsable de la ejecución del proceso y la más importante fuerza impulsadora de su empresa. Para llevar a cabo este proceso de Mejoramiento tanto en un departamento determinado como en toda la empresa, se debe tomar en consideración que dicho proceso debe ser:

Económico, es decir, debe requerir menos esfuerzo que el beneficio que aporta; y acumulativo, que la mejora que se haga permita abrir las posibilidades de sucesivas mejoras a la vez que se garantice el cabal aprovechamiento del nuevo nivel de desempeño logrado.

#### **2.2.2.1. Necesidades del Mejoramiento.**

Los presidentes de las empresas son los principales responsables de un avanzado éxito en la organización o por el contrario del fracaso de la misma, es por ello que los socios dirigen toda responsabilidad y confianza al presidente, teniendo en cuenta su capacidad y un buen desempeño como administrador, capaz de resolver cualquier tipo de inconveniente que se pueda presentar y lograr satisfactoriamente el éxito de la compañía. Es necesario llevar a cabo un análisis global y detallado de la organización, para tomar la decisión de implantar un estudio de necesidades, si así la empresa lo requiere.

El éxito del proceso de mejoramiento, va a depender directamente del alto grado de respaldo aportado por el equipo que conforma la dirección de la empresa, por ello el presidente está en el deber de solicitar las opiniones de cada uno de sus miembros del equipo de administración y de los jefes de departamento que conforman la organización.

Los ejecutivos deben comprender que el presidente tiene pensado llevar a cabo la implantación de un proceso que beneficie a toda la empresa y además, pueda proporcionar a los empleados con mejores elementos para el buen desempeño de sus trabajos.

---

<sup>8</sup> **HARRINGTON, H.** James. Mejoramiento de los procesos de la empresa. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana, S.A. México. (2008).

<sup>9</sup>Se debe estar claro, que cualquiera sea el caso, la calidad es responsabilidad de la directiva.

El proceso de mejoramiento implica un incremento en la productividad, reducción de ausentismo y mejoramiento de la moral.

Es importante destacar que una producción de mejor calidad va a reflejar la captura de una mayor proporción del mercado.

Durante los primeros años, la empresa tendrá que invertir un mínimo porcentaje del costo del producto, para desarrollar el proceso de mejoramiento; luego de esta inversión, el costo de mantenimiento del programa resultará insignificante.

Por otro lado, para percibir el funcionamiento eficaz del proceso de mejoramiento no sólo es necesario contar con el respaldo de la presidencia, sino con la participación activa de ella.

El presidente debe medir personalmente el grado de avance y premiar a todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyan notablemente y realizar observaciones a quienes no contribuyan con el éxito del proceso.

### **2.3. Mejoramiento Continuo.**

El mejoramiento continuo es una filosofía que trasciende a todos los aspectos de la vida, no solo al plano empresarial, ya que de por sí, los hombres tienen una necesidad de evolucionar hacia el auto perfeccionamiento.

Esta base filosófica hace que la mejora continua se convierta en una "**cultura para ser mejores**" que va más allá de lo económico y en este sentido es casi una cuestión ética

Al contrario de otras "filosofías empresariales", no se trata de realizar grandes cambios, más bien se enfoca en realizar mejoras pequeñas pero continuadas en todas las actividades, es una cuestión paso a paso y no de grandes revolcones.

---

<sup>9</sup> HARRINGTON, H. James. Mejoramiento de los procesos de la empresa. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana, S.A. México. (2008).

### **2.3.1.<sup>10</sup> Importancia del Mejoramiento Continuo**

La importancia de esta técnica gerencial radica en que con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización.

A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado.

### **2.3.2.<sup>11</sup> Pasos para el Mejoramiento Continuo.**

Los siete pasos del proceso de mejoramiento son:

**Paso 1:** Selección de los problemas (oportunidades de mejora)

**Paso 2:** Cuantificación y subdivisión del problema

**Paso 3:** Análisis de las causas, raíces específicas.

**Paso 4:**<sup>13</sup> Establecimiento de los niveles de desempeño exigidos (metas de mejoramiento).

**Paso 5:** Definición y programación de soluciones

**Paso 6:** Implantación de soluciones

**Paso 7:** Acciones de Garantía

#### **PASO 1: Selección de los problemas (Oportunidades de Mejora)**

Este paso tiene como objetivo la identificación y escogencia de los problemas de calidad y productividad del departamento o unidad bajo análisis.

A diferencia de otras metodologías que comienzan por una sesión de tormenta de ideas sobre problemas en general, mezclando niveles de problemas (síntomas con causas), en ésta busca desde el principio mayor coherencia y rigurosidad en la definición y escogencia de los problemas de calidad y productividad.

#### **Actividades:**

a) Aclarar los conceptos de calidad y productividad en el grupo.

---

<sup>10</sup> **MASAAKI** Imai, "Como Implementar el Kaizen en el Sitio de Trabajo". McGraw-Hill, (2008)

<sup>11</sup> **GOMEZ BRAVO**, Luis. Productividad: Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad. FIM, Cuarta Edición. (2009).

- b) <sup>12</sup>Elaborar el diagrama de caracterización de la unidad, en términos generales:
- c) Definir en qué consiste un problema de calidad y productividad como desviación de una norma: deber ser, estado deseado, requerido o exigido.
- d) Listar en el grupo los problemas de calidad y productividad en la unidad de análisis (aplicar tormenta de ideas).
- e) Preseleccionar las oportunidades de mejora, priorizando gruesamente, aplicando técnica de grupo nominal o multivotación.
- f) Seleccionar de la lista anterior las oportunidades de mejora a abordar a través de la aplicación de una matriz de criterios múltiples, de acuerdo con la opinión del grupo o su superior.

### **PASO 2: Cuantificación y subdivisión del problema u oportunidad de mejora seleccionada.**

El objetivo de este paso es precisar la definición del problema, su cuantificación y la posible subdivisión en subproblemas.

#### **Actividades:**

Se trata de afinar el análisis del problema realizando las siguientes actividades:

- a) Establecer los tipos de indicadores que reflejen el problema y, a través de ellos, verificar si la definición del problema guarda o no coherencia con los mismos, en caso negativo debe redefinirse el problema o los indicadores.
- b) Estratificar y/o subdividir el problema en sus causas-síntomas. Por ejemplo:  
El retraso en la colocación de solicitudes de compra, puede ser diferente según el tipo de solicitud.
- c) Cuantificar el impacto de cada subdivisión y darle prioridad utilizando la matriz de selección de causas y el gráfico de Pareto, para seleccionar el (los) estrato(s) o subproblema(s) a analizar.

### **PASO 3: Análisis de causas raíces específicas**

El objetivo de este paso es identificar y verificar las causas raíces específicas del problema en cuestión, aquellas cuya eliminación garantizará la no recurrencia del mismo.

---

<sup>12</sup>**GOMEZ BRAVO**, Luis. Productividad: Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad. FIM, Cuarta Edición. (2009).

<sup>13</sup>Nuevamente en este paso se impone la necesidad de hacer medible el impacto o influencia de la causa a través de indicadores que den cuenta de la misma, de manera de ir extrayendo la causa más significativa y poder analizar cuánto del problema será superado al erradicar la misma.

#### **Actividades.**

- a) Para cada subdivisión del problema seleccionado, listar las causas de su ocurrencia aplicando la tormenta de ideas.
- b) Agrupar las causas listadas según su afinidad (dibujar diagrama causa-efecto). Si el problema ha sido suficientemente subdividido puede utilizarse la subagrupación en base de las 4M o 6M (material, machine, man, method, moral, management), ya que estas últimas serán lo suficientemente específicas. En caso contrario se pueden subagrupar según las etapas u operaciones del proceso al cual se refieren (en tal caso conviene construir el diagrama de proceso), definiéndose de esta manera una nueva subdivisión del subproblema bajo análisis.
- c) Cuantificar las causas (o nueva subdivisión) para verificar su impacto y relación con el problema y jerarquizar y seleccionar las causas raíces más relevantes. En esta actividad pueden ser utilizados los diagramas de dispersión, gráficos de Pareto, matriz de selección de causas.

#### **PASO 4: Establecimiento del nivel de desempeño exigido (metas de mejoramiento)**

El objetivo de este paso es establecer el nivel de desempeño exigido al sistema o unidad y las metas a alcanzar sucesivamente. Este es un paso poco comprendido y ha tenido las siguientes objeciones:

- a) El establecimiento de metas se contradice con la filosofía de calidad total y con las críticas de W.E. Deming a la gerencia por objetivos.
- b) No es posible definir una meta sin conocer la solución.
- c) La idea es mejorar, no importa cuánto.
- d) La meta es poner bajo control al proceso por tanto está predeterminada e implícita.

---

<sup>13</sup>**GOMEZ BRAVO**, Luis. Productividad: Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad. FIM, Cuarta Edición. (2009).

#### **<sup>14</sup>Actividades**

Las actividades a seguir en este paso son:

- a) Establecer los niveles de desempeño exigidos al sistema, según el caso, las expectativas del cliente, los requerimientos de orden superior (valores, políticas, objetivos de la empresa) fijados por la alta gerencia y la situación de los competidores.
- b) Graduar el logro del nivel de desempeño exigido bajo el supuesto de eliminar las causas raíces identificadas, esta actividad tendrá mayor precisión en la medida que los dos pasos anteriores hayan tenido mayor rigurosidad en el análisis.

#### **PASO 5: Diseño y programación de soluciones**

El objetivo de este paso es identificar y programar las soluciones que incidirán significativamente en la eliminación de las causas raíces. En una organización donde no ha habido un proceso de mejoramiento sistemático y donde las acciones de mantenimiento y control dejan mucho que desear, las soluciones tienden a ser obvias y a referirse al desarrollo de acciones de este tipo, sin embargo, en procesos más avanzados las soluciones no son tan obvias y requieren, según el nivel de complejidad, un enfoque creativo en su diseño.

#### **Actividades**

- a) Para cada causa raíz seleccionada deben listarse las posibles soluciones excluyentes (tormenta de ideas).

En caso de surgir muchas alternativas excluyentes antes de realizar comparaciones más rigurosas sobre la base de factibilidad, impacto, costo, etc., lo cual implica cierto nivel de estudio y diseño básico, la lista puede ser jerarquizada (para descartar algunas alternativas) a través de una técnica de consenso y votación como la Técnica de Grupo Nominal TGN).

- b) Analizar, comparar y seleccionar las soluciones alternativas resultantes de la TGN, para ello conviene utilizar múltiples criterios como los señalados arriba: factibilidad, costo, impacto, responsabilidad, facilidad, etc.

---

<sup>14</sup> **GOMEZ BRAVO**, Luis. Productividad: Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad. FIM, Cuarta Edición. (2009).

c) <sup>15</sup>Programar la implantación de la solución definiendo con detalle las 5W-H del plan, es decir, el qué, por qué, cuándo, dónde, quién y cómo, elaborando el cronograma respectivo.

### **PASO 6: Implantación de soluciones**

Este paso tiene dos objetivos:

Probar la efectividad de la(s) solución(es) y hacer los ajustes necesarios para llegar a una definitiva.

Asegurarse que las soluciones sean asimiladas e implementadas adecuadamente por la organización en el trabajo diario.

#### **Actividades**

Las actividades a realizar en esta etapa estarán determinadas por el seguimiento, por parte del equipo, de la ejecución y de los reajustes que se vaya determinando necesarios sobre la marcha.

Verificar los valores que alcanzan los indicadores de desempeño seleccionados para evaluar el impacto, utilizando gráficas de corrida, histogramas y gráficas de Pareto.

### **PASO 7: Establecimiento de acciones de garantía**

El objetivo de este paso es asegurar el mantenimiento del nuevo nivel de desempeño alcanzado. De este paso dependerá la estabilidad en los resultados y la acumulación de aprendizaje para profundizar el proceso.

#### **Actividades**

En este paso deben quedar asignadas las responsabilidades de seguimiento permanente y determinarse la frecuencia y distribución de los reportes de desempeño

Es necesario diseñar acciones de garantía contra el retroceso, en los resultados, las cuales serán útiles para llevar adelante las acciones de mantenimiento.

En términos generales éstas son:

- a) Normalización de procedimientos, métodos o prácticas operativas.
- b) Entrenamiento y desarrollo del personal en las normas y prácticas implantadas.

---

<sup>15</sup>GOMEZ BRAVO, Luis. Productividad: Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad. FIM, Cuarta Edición. (2009).

<sup>16</sup> Incorporación de los nuevos niveles de desempeño, al proceso de control de gestión de la unidad.

c) Documentación y difusión de la historia del proceso de mejoramiento.

### 2.3.3. <sup>17</sup>El Mejoramiento Continuo y la Calidad Total.

"**LA CALIDAD TOTAL**" es una actitud y una manera de vivir.

Muchas empresas dicen producir u ofrecer productos y servicios "de calidad total" única y superior.

La expresión "calidad total" es una nueva "etiqueta corporativa," que todo el mundo quiere y aprecia, es más fácil hablar que lograr "productos y servicios de calidad total única y superior."

Transformar a una empresa en una empresa de calidad total única y superior, la cultura empresarial debe reconocer y promover estándares de calidad total en todos y cada uno de sus procesos y acciones cotidianas, y no solamente en la publicidad.

#### GRÁFICO N. 2

##### MEJORAMIENTO CONTINUO Y CALIDAD TOTAL



**Fuente:** [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

**Elaboración:** Verónica Soto C.

---

<sup>16</sup>**GOMEZ BRAVO**, Luis. Productividad: Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad. FIM, Cuarta Edición. (2009).

<sup>17</sup> [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

## **2.4. <sup>18</sup> Plan de Mejoramiento.**

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

### **2.4.1. Fases del Plan De Mejoramiento**

#### **1. Compromiso de la Alta Dirección:**

El proceso de mejoramiento debe comenzar 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.

#### **2. 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

#### **3. 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, quien es responsable de adiestrar a sus subordinados,

#### **4. 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.

---

<sup>20</sup> EVANS, James y LINDSAY, William. Administración y Control de la Calidad. México D.F Internacional Thomson Editores, S.A.(2008).

## **5. <sup>19</sup> Participación Individual:**

Toda actividad que se repite es un proceso que puede controlarse, se elaboran diagramas de flujo de los procesos, se 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.

**6. 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.

## **7. 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 problemas.

## **8. Aseguramiento de la Calidad:**

Cada compañía debe desarrollar una estrategia de calidad a largo plazo. 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.

## **9. Sistema de Reconocimientos:**

El proceso de mejoramiento pretende cambiar la forma de pensar de las personas acerca de los errores. 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 cuando alcancen una meta con una importante aportación al proceso de mejoramiento.

---

<sup>19</sup>EVANS, James y LINDSAY, William. Administración y Control de la Calidad. México D.F. Internacional Thomson Editores, S.A.(2008).

## **2.5. <sup>20</sup>Servicio.**

Es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes, público, usuario, mostrando interés y brindando una atención especial.

Prestar un servicio implica el interés que ponemos para descubrir las necesidades de nuestros clientes, a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlos.

Tiene las siguientes características.

### **2.5.1. Características del servicio.**

El servicio como resultado final de un proceso

- No genera propiedad.
- Es indivisible
- No es re procesable.
- No se puede almacenar.
- Está asociado a la satisfacción de una necesidad temporal.
- El cliente siempre interviene en su generación.

### **2.5.2. 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", 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.

---

<sup>20</sup> ESTRADA VERA, Williams, Servicio y Atención al Cliente., Editorial Prentice Hall (2009)

- <sup>21</sup>Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir autoridad para atender sus quejas.
- 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.
- 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, porque 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.

### **2.5.3. <sup>22</sup> El Cliente.**

El cliente es una persona impulsada por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a una organización en busca de un producto o servicio, o bien puede recurrir a otra empresa u organización.

A esta persona no solo la encontramos en el campo comercial, empresarial o institucional, sino también en la política, en la vida diaria, cuando somos pasajeros, estudiantes, ellos son los clientes o público o usuario según sea el caso, que buscan satisfacer una necesidad.

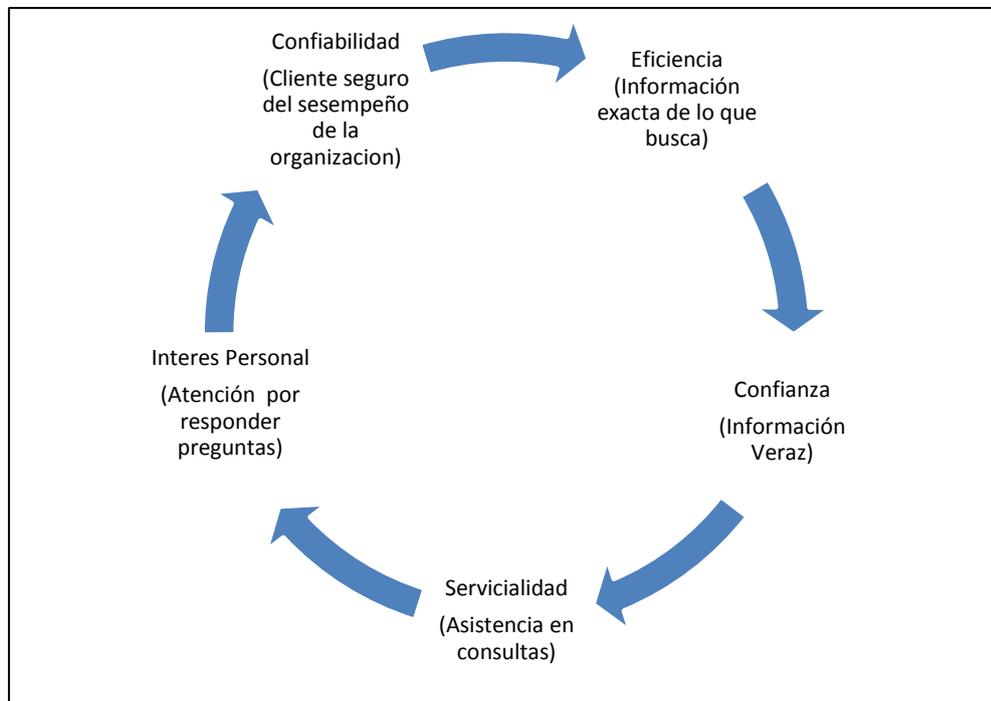
---

<sup>21</sup> **ESTRADA VERA**, Williams, Servicio y Atención al Cliente., Editorial Prentice Hall (2009)

<sup>22</sup> **EVANS**, James y **LINDSAY**, William. Administración y Control de la Calidad. México D.F Internacional Thomson Editores, S.A. (2008).

### GRÁFICO N. 3

#### FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE.



**Fuente:** Williams Estrada Vera (Servicio y Atención al Cliente)  
**Elaboración:** Verónica Soto C.

#### 2.5.4. <sup>23</sup>Expectativas del Cliente con respecto al servicio.

Estas expectativas son actitudes que el cliente asume con respecto a una empresa, para satisfacer tales expectativas es necesario brindar una adecuada, atención al cliente, proceso en el cual se destacan las siguientes herramientas:

- **Motivación:** Es el estado interno de un individuo, que lo lleva a comportarse de forma tal que asegure el logro de cierta meta, la motivación explica por qué las personas se comportan como lo hacen.

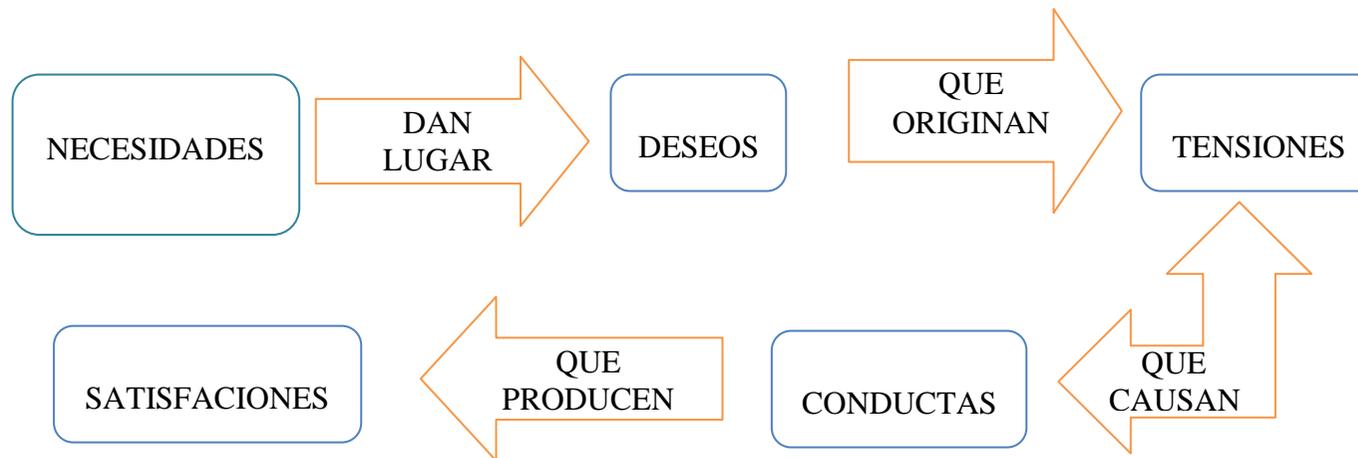
---

<sup>23</sup>ESTRADA VERA, Williams. Servicio y Atención al Cliente., Editorial Prentice Hall (2009)

## GRÁFICO N. 4

### ESQUEMA DE LA MOTIVACIÓN

**Necesidades en busca de Satisfacción.**



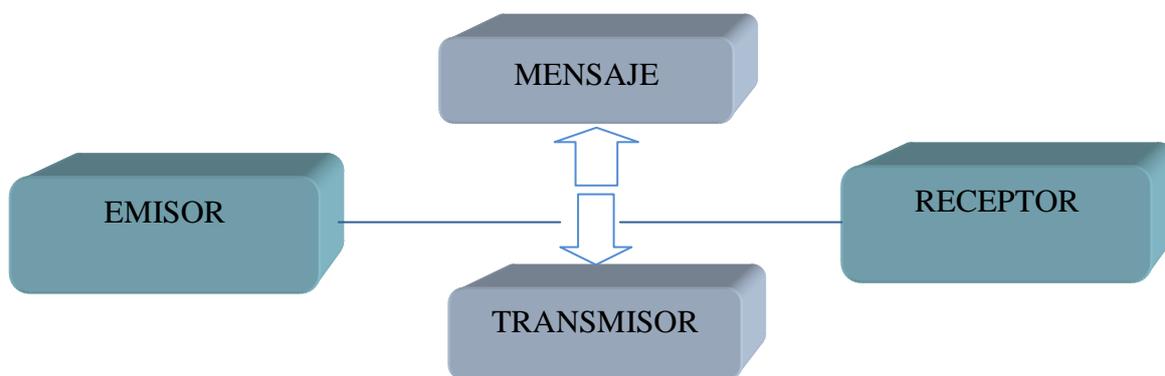
**Fuente:** Estrada Vera Williams .Servicio y Atención al Cliente. Editorial Prentice Hall (2009)

**Elaboración:** Verónica Soto C.

### 2.5.5.<sup>24</sup> La comunicación efectiva.

Las dos técnicas más importantes son: escuchar y hablar, durante el proceso de comunicación es esencial que el emisor obtenga retroalimentación (feed- back), ya que solo así el cliente podrá estar seguro de que el mensaje ha sido recibido.

**GRÁFICO N. 5**  
**COMUNICACIÓN EFECTIVA**



**Fuente:** Williams Estrada Vera (Servicio y Atención al Cliente)

**Elaboración:** Verónica Soto C.

### 2.5.6.<sup>25</sup> El servicio en el Turismo.

El servicio en el Turismo es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística. Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

---

<sup>24</sup>ESTRADA VERA, Williams, Servicio y Atención al Cliente. Editorial Prentice Hall (2009)

<sup>25</sup>[www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

### **2.5.7. <sup>26</sup>Tipos de empresas de Servicio Turístico**

- De alojamiento turístico.
- De mediación entre usuario y oferente del producto.
- De restauración.
- Las empresas turísticas de servicios complementarios.
- Cualquier otra que preste servicios relacionados con el turismo y que reglamentariamente se clasifiquen como tales.

### **2.5.8. Empresas de alojamiento turístico.**

Son empresas de alojamiento turístico aquellas que se dedican, de manera profesional y habitual, a proporcionar hospedaje o residencia, mediante precio, a las personas que lo demandan, con o sin prestación de otros servicios.

#### **Tipos.**

1. Las empresas de alojamiento hotelero o de alojamiento extra hotelero.
2. Las empresas de alojamiento hotelero, serán los establecimientos hoteleros cuyos grupos de clasificación se determinarán reglamentariamente.
3. Dentro del alojamiento turístico extra hotelero, estarán incluidos los campamentos públicos de turismo, los apartamentos turísticos, las casas rurales y cualesquier otra que reglamentariamente se determinen, estarán dotados de las instalaciones y servicios mínimos que reglamentariamente estén determinados para cada tipo, grupo, modalidad y categoría, identificándose mediante los símbolos y en los términos que reglamentariamente estén establecidos para cada uno de ellos en atención a la oferta de dichas instalaciones y servicios.

#### **2.5.8.1. <sup>27</sup>Empresas de mediación entre usuario y oferente del producto**

Se considerarán empresas de mediación entre usuario y oferente del producto turístico:

---

<sup>26</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

<sup>27</sup> **ÁLVAREZ, I y GARCERÁN N**, *Hotelería y Turismo de Calidad*, Editorial Cultural S.A 2008.

a) <sup>28</sup> Las Agencias de Viajes, considerando como tales aquellas personas físicas o jurídicas dedicadas profesional y comercialmente, en exclusividad a la mediación y organización de servicios turísticos.

b) Aquellas que tengan por objeto la comercialización, intermediación, organización y prestación de cualquier servicio turístico, cuando éstos no constituyan el objeto propio de la actividad de Agencia de Viajes y reglamentariamente se califiquen como turísticas.

c) Las agrupaciones de empresas turísticas que tengan por objeto la comercialización común de ofertas turísticas o la centralización de reservas y reglamentariamente se califiquen como turísticas.

#### **2.5.8.2. Empresas de Restauración**

Las empresas de restauración, cualquiera que sea su denominación, son aquellas que se dedican de forma habitual y profesional a suministrar desde establecimientos, fijos o móviles, abiertos al público, mediante precio, comidas y/o bebidas para consumir en el propio establecimiento o fuera de él. También serán de aplicación las presentes disposiciones, cuando las actividades anteriormente descritas se presten con carácter complementario en locales de pública concurrencia.

#### **2.5.8.3. Empresas Turísticas de Servicios Complementarios.**

Son empresas de servicios turísticos complementarios los centros recreativos turísticos, parques temáticos y aquellas dedicadas a proporcionar, mediante precio, actividades y servicios para el esparcimiento y recreo de sus clientes, de tipo deportivo, medioambiental, cultural, recreativas o de salud y que reglamentariamente se clasifiquen como tales.

---

<sup>28</sup>ÁLVAREZ, I y GARCERÁN N, *Hotelería y Turismo de Calidad*, Editorial Cultural S.A 2008.

<sup>29</sup> Los centros recreativos turísticos se configuran como áreas de gran extensión en las cuales se ubican de forma integral las actividades propias de los parques temáticos de atracciones de carácter recreativo o cultural y usos complementarios deportivos, comerciales, hoteleros y residenciales, con sus servicios correspondientes

## **2.6. La calidad del servicio turístico 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 para alcanzar calidad en el sector turístico puede ser medido por el grado de satisfacción de los turistas con el servicio recibido, esto es reflejado 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.

### **2.6.1.<sup>30</sup> Servicios de una hostería.**

Los servicios que debe tener una Hostería, deben encontrarse basados en:

- **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.

---

<sup>29</sup>LVAREZ, I y GARCERÁN N, Hotelería y Turismo de Calidad, Editorial Cultural S.A 2008.

<sup>30</sup> [www.es.hotels.estdeals.com](http://www.es.hotels.estdeals.com)

<sup>31</sup> 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.
- 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.

---

31 [www.es.hotels.estdeals.com](http://www.es.hotels.estdeals.com)

1.<sup>32</sup> 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

### **2.6.2. Requisitos comerciales y de marketing de una Hostería.**

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:

---

<sup>32</sup>[www.es.hotels.estdeals.com](http://www.es.hotels.estdeals.com)

a) <sup>33</sup> 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.

En el REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS 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.

---

<sup>33</sup> [www.es.hotels.estdeals.com](http://www.es.hotels.estdeals.com)

## **2.7. 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.

**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.

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

**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.

**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".

**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:** Buena acogida y recibimiento que se hace a los extranjeros o a visitantes, por lo tanto, no debería decirse “el sector de la hospitalidad”, sino “el sector del hospedaje”, ya que puede darse hospedaje sin ser hospitalario.

**HOSTERÍA:** 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.

**INFRAESTRUCTURATURÍSTICA.-** 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.

**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).

**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.

**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 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.

**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

## **2.8. HIPÓTESIS Y VARIABLES.**

### **2.8.1. Hipótesis**

La aplicación del Plan de Mejoramiento permitirá optimizar los servicios turísticos de la Hostería Finca el Pigual, de la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza, en el período 2011 – 2012.

### **2.8.2. Variables**

- **VARIABLE INDEPENDIENTE.**

PLAN DE MEJORAMIENTO

- **VARIABLE DEPENDIENTE.**

SERVICIOS TURÍSTICOS

### **2.8.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.**

A continuación se presenta un cuadro resumen que permite conocer el tipo de variable que se utilizó en el presente Plan, así también el concepto que se le otorga a estas variables, su categoría, sus indicadores y las técnicas e instrumentos a utilizar para la operacionalización de las mismas

**CUADRO N. 1  
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.**

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<b>INDEPENDIENTE PLAN DE MEJORAMIENTO</b>	Es un instrumento importante para las empresas, detalla <u>tareas</u> que deben ser realizadas al momento de vender un producto y/o servicio para corregir los errores encontrados.	Instrumentos Tareas Producto y/o servicio	Encuestas de control de calidad. Encuestas de opinión. Supervisión de funciones y actividades. Control de procesos administrativos Evaluación de beneficios en la empresa.	Técnicas: Encuesta Instrumento: Cuestionarios
<b>DEPENDIENTE. SERVICIOS TURÍSTICOS</b>	Es un conjunto de hechos y actividad destinados a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del <u>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: Encuesta Instrumento: Cuestionarios

**Fuente:** ANDINO, Patricio. Investigación Social, Teoría Métodos y Técnicas de Investigación, 2<sup>da</sup> Edición Quito 2009

**Elaboración:** Verónica Soto C.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. MÉTODO

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

- **Método deductivo:** Parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular, en este caso en los datos bibliográficos referenciales.
- **Método Inductivo:** Parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales, en este caso el papel que juegan los medios de comunicación.
- **Método Histórico – Lógico:** Permite conocer la historicidad de las hosterías la evolución y desarrollo del fenómeno de la investigación, se hace necesario revelar su historia y las etapas principales de su desenvolvimiento.
- **Método Sistémico:** Como paso previo a la estructuración del plan de mejoramiento permitirá conocer un sistema y los fenómenos futuros que puede producir. Cuanto más exacto sea el plan de mejoramiento, con más aproximación lo predecirá.
- **Método de recolección de la información:** La recolección de los datos en el proceso de la investigación jurídico social es una de las etapas mas delicadas, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas va a depender de los resultados que obtenga en dicha investigación.

#### **Tipo de Investigación.**

En la presente investigación se empleó el método descriptivo y experimental ya que se ha verificado la calidad de los servicios turísticos con los que cuenta Hostería Finca el Pigual, para complementarlo con el Plan de Mejoramiento de dichos servicios mediante encuestas

- **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 las conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa conduce o funciona en el presente.

- **Experimental:** Se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de que modo o por que 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.

### **3.1.1. 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.

#### **3.1.1.1. Tipo de estudio**

Transaccional o transversal

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

### **3.2. Población y Muestra**

La presente investigación fue realizada en la planta de Hostería Finca el Pigual, ubicada en la Provincia de Pastaza, ciudad de Puyo, para la cual su obtuvo información por parte de la administración y gerencia de la hostería un promedio mensual de 200 turistas que visitan a esta hostería.

$$m = 200$$

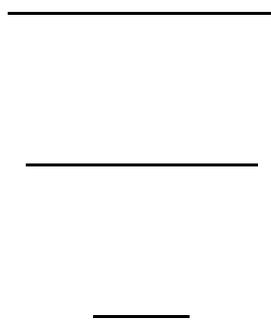
$$n = \frac{m}{e^2(m - 1) + 1}$$

**Simbología:**

**n** = (tamaño de la muestra)

**m** = (tamaño de la población)

**e<sup>2</sup>** = (error admisible)



$$n=87.9$$

**n=88 ENCUESTAS**

Las 88 encuestas serán aplicadas a los turistas que han hecho uso de los servicios turísticos que ofrece Hostería Finca el Pigual.

**3.3. 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 Hostería Finca el Pigual.

**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 Pastaza, Provincia de Pastaza y a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual.

**ENTREVISTA.-** Es la acción y efecto de entrevistar o entrevistarse. Se trata de una conversación entre una o varias personas para un fin determinado.

### **3.4. 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.
- Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS EN LA HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO.

Hostería Finca el Pigual, actualmente oferta servicios en la línea turística, sus Gerentes Propietarios, el Sr. Philippe Bouquillon de nacionalidad Francesa y la Sra. Maura Coloma de Bouquillon de nacionalidad Ecuatoriana, desarrollaron la idea de crear un lugar que brinde servicios de alojamiento, restauración y a su vez esparcimiento con varios objetivos como el de dinamizar tanto la economía local como la economía de sus propietarios sin tener que alejarse de su hogar, brindar servicios de calidad a las personas que hacían uso de los servicios, aprovechar al 100% la exuberante vegetación con la que siempre contó la hostería y además de esto, recuperar la fuerte inversión que realizaron al comprar las 50 hectáreas de lo que en principio funcionaba como una ganadería y plantaciones de caña en donde se destilaba el agua ardiente del sector Amazónico.

Con el paso de los años el Pigual fue haciéndose acreedor a un excelente reconocimiento local por la calidad de prestación de sus servicios que en inicio solo eran de diversión (alquiler de piscinas), Gracias a este reconocimiento el Pigual como era denominado , pudo obtener una buena propaganda de boca a boca que fue difundida a nivel nacional, provocando que los turistas nacionales hagan uso de sus instalaciones, dando como resultado que sus propietarios implementen los servicios turísticos del lugar, esta vez con alojamiento y alimentación.

Cabe destacar el importante papel que juega el clima cálido húmedo con el que cuenta la región que hace que los turistas tengan una estancia totalmente placentera. Además de esto, la importancia cultural que mantiene la Región amazónica, ya que en ella se concentran diversidad de grupos étnicos como Siona, Secoya, Huaroani, A`i-cofanos, Quichuas, Shuar, Achuar y Shiwiar. cada uno con

gran importancia para la región , mismos que son uno de los principales atractivos tanto para turistas nacionales como extranjeros, así como también al belleza natural, que hacen de la Amazonia un lugar privilegiado para visitar.

Es importante mencionar que actualmente la hostería está trabajando para la obtención de una certificación Rain Forest Alliance basadas en el cuidado, protección y preservación del medio ambiente conjuntamente con las buenas prácticas del servicio de calidad en el sector del turismo.

#### **4.1.1. Ubicación de Hostería Finca el Pigual.**

Hostería Finca el Pigual, se encuentra ubicada en la Provincia de Pastaza, Ciudad de Puyo, Barrio El Obrero, al final de la Calle Tungurahua. Desde este lugar se ofertan todos sus servicios turísticos, a través de su oficina de recepción que sirve como eje para la venta y promoción de sus servicios turísticos.

El campo de trabajo o de acción de la empresa es de nivel nacional con visión a mercado internacional.

#### **VER ANEXO N: 1**

#### **4.2. Servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual.**

Hostería Finca el Pigual oferta servicios en la línea turística, actualmente la Hostería posee los siguientes servicios turísticos:

- Servicio de Alojamiento
  - Habitaciones Ejecutivas.
  - Habitaciones Standard.
  - Habitaciones Premium.
- Servicio de Alimentación
  - Restaurante con capacidad para 80 personas.
  - Área de Snack.
- Alquiler de Locales para Eventos
  - Salón los Cordelines con capacidad para 60 pax.
  - Salón Poma Rosa con capacidad para 40 pax.
  - Salón El Pambilar con capacidad para 120 pax.
  - Espacio Cubierto con capacidad para 120 pax.

- Área Recreativa.
  - Piscina para niños
  - Piscina para adultos
  - Sauna
  - Turco
  - Hidromasaje.
  - Juegos Infantiles.
  - Mini Cancha de Vóley Ball
  - Mini Cancha de Football.
- Áreas Naturales.
  - Parque de bambú.
  - Mini Orquideario
  - Senderos con vista de plantas exóticas típicas de la Región Amazónica.
  - Lagunas Artificiales.
- Parqueadero

#### **4.2.1. Servicio de Alojamiento.**

Este servicio está dirigido a turistas nacionales y extranjeros, el mismo está compuesto por diferentes tipos de habitaciones:

**Habitaciones Ejecutivas o tipo cabaña:** Existen 11 de estas habitaciones, con capacidad para albergar hasta 6 personas, poseen una construcción mixta (madera y cemento) de dos pisos, Ideales para familias. El primer piso consta de una cama de 2 <sup>1</sup>/<sub>2</sub> plazas, un baño con ducha de agua caliente, un secador de cabello, un ventilador, teléfono, televisión por cable y acceso a internet, el segundo piso está implementado con 2 camas de 1 plaza respectivamente, 1 sofá cama, 1 baño y un ventilador. Este tipo de alojamiento tiene algunos inconvenientes como el calor y la humedad concentrados en la habitación, que hace que la estadía de sus huéspedes no sea la más confortable por el tipo de construcción y por la falta de mantenimiento.

El costo del alojamiento en este tipo de habitaciones depende de la temporada en que el cliente desee hacer uso de estas.

## **VER ANEXO N: 2**

**Habitaciones Standard:** Existen 11 de estas habitaciones, son de una sola planta construidas en cemento, pueden hospedar grupos hasta de 9 personas, su construcción es muy sencilla al igual que su equipamiento, consta de un baño, un ventilador, y televisión por cable, la mayoría de estas habitaciones tienen camas literas de una plaza, a excepción de 3 habitaciones que están equipadas con camas de 2 <sup>1</sup>/<sub>2</sub> plazas respectivamente, este tipo de alojamiento es muy adecuado para grupos de estudiantes que realizan giras de observación o paseos en la ciudad, también son muy recomendables para grupos mayores a 20 personas que se encuentran recibiendo cursos, talleres o seminarios.

El costo de este tipo de habitaciones es de los más económicos que mantiene la hostería, al igual que las habitaciones anteriores el costo depende de la temporada y del grupo de personas que deseen hacer uso de este alojamiento.

## **VER ANEXO N: 3**

**Habitaciones Premium:** Dentro de este tipo de alojamiento existen 10 habitaciones, algunas de estas son de una planta, para alojar a dos personas y en algunos casos se utilizan como habitaciones simples, este tipo de alojamiento es recomendado para matrimonios, están equipadas con: una cama de 2 <sup>1</sup>/<sub>2</sub> plazas, un baño con ducha de agua caliente, un frigo bar, televisión por cable, un ventilador, un secador de cabello, y adicionalmente por cortesía de la Hostería se hace entrega de dos batas de baño a sus huéspedes.

Las habitaciones de dos pisos están equipadas de la misma manera, con la diferencia que tienen una capacidad de alojamiento hasta de 7 personas.

El costo del alojamiento en este tipo de habitaciones es el más alto en la Hostería.

## **VER ANEXO N: 4**

### **4.2.1.1 Cuadro resumen de servicio de alojamiento de Hostería Finca el Pigual.**

## CUADRO N.2

### RESUMEN SERVICIO DE ALOJAMIENTO

TIPO DE HABITACIÓN	NÚMERO DE HABITACIONES	CAPACIDAD	TIPO DE CONSTRUCCIÓN
Habitaciones Ejecutivas o Tipo Cabaña.	11 Habitaciones	Desde: 1 pax Hasta: 6 pax	Mixta Madera y Cemento
Habitaciones Standard	11 Habitaciones	Desde: 1 pax Hasta: 9 pax	Sencilla.
Habitaciones Premium	10 Habitaciones	Desde: 1 pax Hasta: 7 pax	Mixta Madera y Cemento

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

#### 4.2.2. Servicio de Alimentación.

El restaurante de la hostería tiene una capacidad para 80 personas, en ciertas ocasiones se pueden hacer adaptaciones especiales para elevar el número de mesas que permitan que los comensales puedan hacer uso de esta prestación.

Dentro de este tipo de servicio la hostería oferta distintos tipos de comida como:

- Comida típica de la Región Amazónica.
- Comida Nacional.
- Comida Internacional.
- Adicional a esto la hostería posee platillos que ningún otro establecimiento oferta ya que son creación propia de los colaboradores de la empresa.

Por ejemplo: Papillote Pigual, Costillón de Cerdo, Lomo Mar y Tierra.

El área de snack funciona como un alcance del restaurante, así también por su ubicación cercana al área de piscina, ayuda a que los usuarios puedan tener mayor comodidad con sus requerimientos de alimentación sin tener que acercarse al restaurante a realizar su pedido.

#### 4.2.2.1. Cuadro resumen del servicio de Alimentación de Hostería Finca el Pigual.

**CUADRO N.3**  
**RESUMEN SERVICIO DE ALIMENTACIÓN**

TIPO DE SERVICIO	CAPACIDAD	TIPO DE COMIDA
Alimentación	80 comensales	Típica de la región amazónica. Comida nacional Comida internacional. Platillos exclusivos de Creación de hostería Finca el Pigual

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

#### **VER ANEXO N: 5**

#### **4.2.3. Locales para Eventos**

Este servicio ha sido diseñado con el objetivo de complementar las necesidades de los clientes, ya que muchos de ellos buscan un lugar que este alejado del bullicio ciudadano para realizar sus eventos sociales o empresariales como seminarios, talleres, cursos de capacitación etc.

**Salón los Cordelines:** Este en un lugar perfecto para organizar reuniones de trabajo, talleres eventos sociales, cuenta con las siguientes características.

- Capacidad para 60 personas
- Equipado de ventiladores
- Ventanas panorámicas
- Pantalla para proyección
- Pizarrón de tinta líquida

#### **VER ANEXO 6**

**Salón Poma Rosa:** Este salón es utilizado para eventos pequeños, tales como reuniones de trabajo o talleres empresariales, este salón sirve también como un alcance del Salón Pambilar, en donde se puede realizar trabajos grupales así como también dinámicas individuales.

Posee las siguientes características:

- Capacidad para 40 personas
- Equipado de ventiladores
- Ventanas panorámicas
- Pantalla para proyección
- Pizarrón de tinta líquida

**VER ANEXO N: 7**

**Salón El Pambilar:** Este salón es el más grande que posee la hostería cuenta con capacidad para 120 pax, es propicio para eventos sociales, seminarios y talleres empresariales, es uno de los salones con mejor ubicación que posee la hostería ya que se encuentra dentro de un entorno natural, rodeado de plantas exóticas típicas de la región, consta de las siguientes características.

- Equipado con aire acondicionado
- Ventanas panorámicas
- Pantalla para proyecciones
- Material para presentaciones (atril, tarima, micrófono, parlantes, consola de audio)
- Posibilidad de montar escenarios y equipos especiales

**VER ANEXO N: 8**

**Espacio Cubierto:** Este lugar al igual que el Pambilar cuenta con una ubicación privilegiada, rodeada por plantas típicas de la Región Amazónica, se encuentra junto a la piscina, esto hace que este sitio sea un lugar ideal para trabajar y para tomar un momento de sano esparcimiento.

Cuenta con las siguientes características:

- Capacidad para 120 personas.
- Apto para ubicar equipos para sonido y audio.

**4.2.3.1. Cuadro resumen de alquiler de salones para eventos de Hostería Finca el Pigual.**

A continuación se realiza un cuadro en el que se resume cada una de los salones que posee la hostería.

#### CUADRO N.4

#### RESUMEN SERVICIO DE ALQUILER DE SALONES PARA EVENTOS

TIPO DE SERVICIO	NOMBRE DE LOCAL	CAPACIDAD	USOS
<b>Contratación de Locales</b>	Salón los Cordelines	60 pax	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos sociales.</li> <li>• Reuniones de trabajo.</li> <li>• Seminarios empresariales</li> <li>• Talleres empresariales.</li> </ul>
	Salón Poma Rosa	40 pax	
	Salón El Pambilar	120 pax	
	Espacio Cubierto	120 pax	

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**VER ANEXO N: 9.**

#### 4.2.4. Área recreativa.

##### **Piscina para niños:**

Tiene una dimensión de 8m x 4m, el agua utilizada para llenar esta piscina proviene de una vertiente y es purificada diariamente con cloro.

**Piscina para adultos:** Cuenta con una dimensión de 19 m x 9 m, de igual manera esta piscina es llenada con agua de vertiente y purificada a diario. Esta área cuenta con vestidores, duchas y baños

##### **VER ANEXO N: 10**

**Sauna:** La capacidad de esta área es de 15 personas, su dimensión es de 4m x 3m, se encuentra en medio de un espacio rodeada por vegetación típica de la amazonia ecuatoriana.

**Turco:** Al igual que el servicio de sauna, tiene una capacidad de 15 personas, cuenta también con las mismas dimensiones.

**Hidromasaje:** Cuenta con una capacidad para 8 personas, es un espacio muy pequeño y permite visualizar el paisaje amazónico.

**Juegos Infantiles:** Esta es un área recreativa, con capacidad para 50 niños, se encuentra en un espacio que permite que los infantes tengan contacto total con la naturaleza, consta de:

- 4 columpios.
- 2 resbaladeras.
- 1 pasamanos.

**Mini Cancha de Vóley Ball:** Tiene un dimensión de 5m x 5m, permite que los usuarios mantengan contacto con la naturaleza y disfruten del entorno y el agradable clima Amazónico.

**Mini Cancha de Football:** Posee una dimensión de 5m x 5m. con arcos pequeños, la mayor parte de usuarios de esta área son niños, en época de lluvia no es recomendable su uso, ya que el material con el que se construyo es arcilloso.

#### 4.2.4.1. Cuadro resumen del área recreativa de Hostería Finca el Pigual.

**CUADRO N.5**

**RESUMEN ÁREA RECREATIVA**

TIPO DE SERVICIO	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	CAPACIDAD
Área de Recreación	Piscinas Adultos - Niños	_____
	Sauna.	15 pax
	Turco	15 pax
	Hidromasaje	8 pax
	Juegos Infantiles	50 pax
	Cancha de Vóley Ball	_____
	Cancha de Foot Ball	_____

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

#### 4.2.5. Áreas naturales.

**Parque de bambú:** Es uno de los potenciales naturales más importantes que Finca el Pigual, actualmente tiene aproximadamente 1 hectárea de sembríos de estos árboles, y su recorrido es totalmente senderizado, es importante resaltar que dentro de esta área existen especies de aves típicas de la región, así como también

variedad de mariposas. A futuro se pretende hacer de este, un parque temático de bambú en donde los visitantes puedan apadrinar un árbol, plantarlo y años después puedan constatar su crecimiento.

**Mini Orquideario:** Es otro de los atractivos que posee la hostería, actualmente no existe diversidad de orquídeas ya que se encuentran en etapa de crecimiento.

**Senderos con vista de plantas exóticas típicas de la región amazónica:** Toda la hostería esta senderizada, por tanto todos los visitantes pueden apreciar las especies de plantas exóticas del sector.

**Lagunas Artificiales:** La hostería posee 2 lagunas, la primera es apta para poder dar un paseo en bote, la segunda sirve como un criadero de tilapias, se encuentran situado en un entorno natural amazónico

#### 4.2.5.1. Resumen de las Áreas Naturales de Hostería Finca el Pigual.

**CUADRO N.6**  
**RESUMEN ÁREAS NATURALES**

TIPO DE SERVICIO	NOMBRE DEL SERVICIO
<b>Áreas Naturales</b>	Parque de Bambú
	Mini Orquideario
	Senderos con Plantas exóticas
	Lagunas Artificiales

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**Parqueadero:** El Pigual posee tres parqueaderos que son de uso exclusivo de sus huéspedes, por lo tanto la seguridad de los automóviles que se encuentran dentro de las instalaciones es total, cada parqueadero tiene capacidad de 10 automóviles.

### 4.3. Diagnóstico actual de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.

#### 4.3.1. Análisis FODA de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.

A través de este análisis se involucrará el compromiso de cada una de las áreas de la hostería, se lo realizará por medio de la participación activa de todos los miembros de las áreas de la empresa. De esta manera se logrará definir las

Fortalezas (factores internos positivos) y Debilidades (factores internos negativos) de la empresa, así también las Oportunidades (factores externos positivos) y Amenazas (factores externos negativos que afronta la empresa).

#### 4.3.2. Proceso de lluvia de Ideas.

Para realizar este proceso se tomará en cuenta las cuatro reglas básicas de una sesión de lluvia de ideas

1. **Eliminación de críticas**, es decir que los participantes deben guardar para después sus juicios críticos sobre las ideas.
2. **Acoger la espontaneidad**, por descabellada la idea mejor será.
3. **Estimular la cantidad**, cuanto mayor sea el número de ideas mas probabilidad existe de que algunas resulten útiles.
4. **Buscar combinaciones y mejoras**, los participantes deberán proponer mejoras a las ideas ajenas o a su vez fundir dos o más ideas en una.

#### 4.3.3. Cuadro de participantes para la elaboración de lluvia de ideas.

### CUADRO N. 7 PARTICIPANTES PARA ELABORACIÓN DE LLUVIA DE IDEAS

Líder Sesión: Verónica Soto C.

Participantes	Duración Sesión
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrador: Hugo Núñez</li> <li>• Gerente: Philippe Bouquillon</li> <li>• Jefe dep. Restaurante: Franco Robles.</li> <li>• Jefe dep. Cocina: Yolanda Silva</li> <li>• Jefe dep. Lavandería – camarería: Pilar Huilca.</li> <li>• Feje dep. Mantenimiento: Bolívar Suarez</li> </ul>	<p><b>60 minutos</b></p>

**Fuente:** Nómina de trabajadores Hostería el Pigual

**Elaboración:** Verónica Soto C.

#### 4.3.4. Lluvia de ideas para diagnóstico al interior de Hostería el Pigual.

- Amplio espacio para atender a turistas.
- Sueldos bajos.
- Peleas internas.
- Preferencias por ciertos trabajadores.

- Falta de capacitación
- Celo profesional.
- Falta de comunicación interna.
- Buena ubicación de la hostería.
- Administración deficiente.
- Ausencia de conocimientos turísticos.
- Buena tecnología.
- Variedad de plantas típicas de la zona.
- Trabajadores sin títulos universitarios.
- Retraso en hora de ingreso del personal.
- Autoritarismo.
- Abusos por parte de la administración.
- Buena infraestructura.
- Buen clima.
- Peligro de desastres naturales
- Captación de mercado internacional
- Implementar cursos de capacitación para los empleados.
- Construcción de centros turísticos similares a la hostería.
- Falta de compañerismo.
- Implementar tecnología de punta.
- Oportunidad de obtener reconocimientos internacionales.
- Bajo autoestima del personal.
- Amplias áreas recreativas.
- Lentitud para atender problemas de los clientes.
- Personal sin funciones definidas.
- Disminución de turistas en la región amazónica.
- Carencia de conocimientos administrativos.
- Rotación constante de personal
- Actitud negativa al cambio
- Fidelizar clientes.
- Parquederos exclusivos para clientes.
- Variedad de comida nacional e internacional

- Platos exclusivos de la hostería.
- Habitaciones para varios números de personas.
- Contaminación ambiental.
- Falta de motivación o incentivos.
- Carencia de profesionalismo.
- Variedad de salones para todo tipo de eventos.
- Envidia en el equipo de trabajo.
- Convenios con otras instituciones.
- Ausencia de recolectores de basura.
- Carencia de planificación organizacional.
- Inexistencia de políticas internas.
- Irrespeto con horarios del personal.
- Mala Alimentación a los colaboradores de la hostería.
- Abusos laborales.
- Falta de colaboración entre departamentos.
- Despreocupación por la realización de actividades
- Negativa al ascenso de puestos.
- Insuficiente colaboración con los pasantes.
- Cansancio laboral.

#### **4.3.5. Priorización de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**

De acuerdo con la opinión de cada uno de los representantes de las áreas de la hostería se obtuvo que las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas más importantes dentro de la empresa fueron:

**CUADRO N°. 8**  
**PRIORIZACIÓN FODA DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL**

<b>FORTALEZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura adecuada para la región amazónica</li> <li>• Amplia extensión del terreno.</li> <li>• Diversidad de plantas exóticas únicas en la región</li> <li>• Ubicación geográfica privilegiada.</li> <li>• Servicios turísticos diferenciados.</li> <li>• Tecnología apta para realización de negocios.</li> <li>• Clima saludable</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expectativa de usuarios de mejora de servicios.</li> <li>• Expansión de infraestructura.</li> <li>• Acreditación de Certificaciones Turísticas.</li> <li>• Implementación Tecnológica</li> <li>• Aceptación en mercado internacional.</li> <li>• Recibir de cursos de capacitación para clientes internos</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de liderazgo gerencial y administrativo</li> <li>• Inexistente capacitación laboral.</li> <li>• Escasez de Talento humano con título especializado.</li> <li>• Conflictos laborales entre clientes internos.</li> <li>• Salarios Bajos a clientes internos.</li> <li>• Autoritarismo gerencial y administrativo</li> <li>• Deficiente comunicación interna.</li> <li>• Desintegración en el equipo de trabajo.</li> <li>• Carencia de Planificación Organizacional.</li> <li>• Impuntualidad de los colaboradores internos</li> </ul>
<b>AMENAZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de nuevos centros turísticos en la zona</li> <li>• Disminución de la capacidad de ahorro del turista.</li> <li>• Desastres Naturales.</li> <li>• Contaminación Ambiental.</li> </ul>

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**4.3.6. Jerarquización de Fortalezas, Oportunidades, debilidades y Amenazas de Hostería el Pigual.**

**CUADRO N. 9  
JERARQUIZACIÓN DE FORTALEZAS DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

		Infraestructura	Extensión del terreno	Diversidad de Plantas	Ubicación turística privilegiada	Servicios turísticos diferenciados.	Tecnología apta para negocios	Clima saludable	
Núm.		1	2	3	4	5	6	7	TOTAL X
1	Infraestructura adecuada para la región amazónica	—	0	X	0	0	X	0	2
2	Amplia extensión del terreno	—	—	X	X	X	X	X	1
3	Diversidad de plantas exóticas únicas en la región.	—	—	—	0	0	0	0	0
4	Ubicación geográfica privilegiada	—	—	—	—	0	X	0	1
5	Servicios turísticos diferenciados.	—	—	—	—	—	X	0	1
6	Tecnología apta para realización de negocios	—	—	—	—	—	—	0	0
7	Clima saludable	—	—	—	—	—	—	—	
	<b>VERTICALES VACIOS</b>	0	1	0	3	4	2	6	
	<b>HORIZONTAL X</b>	2	1	0	1	1	0	0	
	<b>TOTAL</b>	2	2	0	4	5	2	6	
	<b>RANGO</b>	<b>4to</b>	<b>5to</b>	<b>7mo</b>	<b>3ro</b>	<b>2do</b>	<b>6to</b>	<b>1ro</b>	

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto

**CUADRO N. 10**

**JERARQUIZACIÓN DE OPORTUNIDADES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

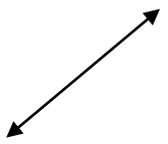
		Expectativa de usuarios de mejora de servicios.	Expansión de infraestructura.	Acreditación de Certificaciones Turísticas.	Aceptación en mercado internacional.	Ofertas de cursos de capacitación al personal.	Implementación Tecnológica	<b>Total X</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	
<b>1</b>	Expectativa de usuarios de mejora de servicios	_____	X	0	0	X	X	<b>3</b>
<b>2</b>	Expansión de infraestructura	_____	_____	0	0	0	X	<b>1</b>
<b>3</b>	Acreditación de Certificaciones Turísticas.	_____	_____	_____	X	X	X	<b>3</b>
<b>4</b>	Aceptación en mercado internacional.	_____	_____	_____	_____	X	X	<b>2</b>
<b>5</b>	Ofertas de cursos de capacitación al personal	_____	_____	_____	_____	_____	X	<b>1</b>
<b>6</b>	Implementación Tecnológica	_____	_____	_____	_____	_____	_____	
	<b>Verticales Vacíos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	
	<b>Horizontal X</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	
	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	
	<b>Rango</b>	<b>3<sub>ro</sub></b>	<b>5<sub>to</sub></b>	<b>1<sub>ro</sub></b>	<b>2<sub>do</sub></b>	<b>4<sub>to</sub></b>	<b>6<sub>to</sub></b>	

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**CUADRO N. 11**

**JERARQUIZACIÓN DE DEBILIDADES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

		Ausencia de Liderazgo	Ausencia de capacitación al personal	Escasez de Talento humano, con título especializad	Conflictos laborales.	Salario Bajos.	Autoritarismo	Deficiente comunicación interna	Desintegración en equipo de trabajo	Impuntualidad de los colaboradores	Carencia de Planificación Organizacional.	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>1</b>	Ausencia de Liderazgo.	—	0	0	X	0	X	0	0	X	0	3
<b>2</b>	Ausencia capacitación al personal.	—	—	0	0	0	0	X	X	X	0	3
<b>3</b>	Escasez de Talento humano con título especializado	—	—	—	X	0	0	X	X	X	0	4
<b>4</b>	Conflictos laborales.	—	—	—	—	0	0	X	X	0	0	2
<b>5</b>	Salario Bajos.	—	—	—	—	—	X	X	X	X	0	4
<b>6</b>	Autoritarismo	—	—	—	—	—	—	X	X	X	0	3
<b>7</b>	Deficiente											

	comunicación. interna								0	X	0	1
8	Desintegración en equipo de trabajo	—	—	—	—	—	—	—	—	X	0	1
9	Impuntualidad de los colaboradores	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0	
10	Carencia de Planificación Organizacional	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0
	<b>Verticales Vacíos</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	
	<b>Horizontal X</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	
	<b>Rango</b>	<b>5<sub>to</sub></b>	<b>4<sub>to</sub></b>	<b>3<sub>ro</sub></b>	<b>6<sub>to</sub></b>	<b>2<sub>do</sub></b>	<b>7<sub>mo</sub></b>	<b>9<sub>no</sub></b>	<b>8<sub>vo</sub></b>	<b>10<sub>mo</sub></b>	<b>1<sub>ro</sub></b>	

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**CUADRO N. 12**  
**JERARQUIZACIÓN DE AMENAZAS DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

		Creación de nuevos centros turísticos en la zona	Disminución de la capacidad de ahorro del turista	Desastres naturales	Contaminación Ambiental	Total X
		1	2	3	4	
1	Creación de nuevos centros turísticos en la zona	_____	0	X	X	2
2	Disminución de la capacidad de ahorro del turista	_____	_____	X	X	2
3	Desastres naturales	_____	_____	_____	X	1
4	Contaminación Ambiental	_____	_____	_____	_____	
	<b>Verticales Vacíos</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
	<b>Horizontal X</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	
	<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	
	<b>Rango</b>	<b>2<sub>do</sub></b>	<b>1<sub>ro</sub></b>	<b>3<sub>ro</sub></b>	<b>4<sub>to</sub></b>	

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

#### 4.3.7. Análisis de la matriz FODA de Hostería Finca el Pigual.

##### CUADRO N. 13

##### ANÁLISIS DE LA MATRÍZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clima saludable</li> <li>2. Servicios turísticos diferenciados</li> <li>3. Ubicación geográfica estratégica</li> <li>4. Infraestructura adecuada típica de la región.</li> <li>5. Amplia extensión de terreno</li> <li>6. Tecnología apta para realización de negocios.</li> <li>7. Diversidad de plantas exóticas únicas en la región</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Carencia de planificación organizacional.</li> <li>2. Bajos salarios a clientes internos.</li> <li>3. Ausencia de personal con título especializado en el área turística.</li> <li>4. Inexistente capacitación al personal</li> <li>5. Ausencia de liderazgo gerencial y administrativo.</li> <li>6. Conflictos laborales dentro del equipo de trabajo.</li> <li>7. Autoritarismo gerencial y administrativo.</li> <li>8. Desintegración en el equipo de trabajo</li> <li>9. Deficiente comunicación interna.</li> <li>10. Impuntualidad de los colaboradores internos.</li> </ol>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acreditación de certificación turística.</li> <li>2. Aceptación de servicios turísticos en el mercado internacional.</li> <li>3. Expectativa de usuarios de mejora de servicios.</li> <li>4. Oferta de cursos de capacitación al personal de la hostería.</li> <li>5. Expansión de infraestructura.</li> <li>6. Implementación tecnológica de punta.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disminución de la capacidad de ahorro del turista.</li> <li>2. Creación de nuevos centros turísticos en la zona.</li> <li>3. Desastres naturales.</li> <li>4. Contaminación ambiental.</li> </ol>

**Fuente:** Hostería el Pigual /2011

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**4.3.8. Mapa de necesidades y alternativas de solución para Hostería Finca el Pigual.**

**CUADRO N.14**

**ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA HOSTERÍA EL PIGUAL.**

PROBLEMA	CAUSA	EFECTO	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN
1. Carencia de planificación organizacional.	1. Conocimientos administrativos desactualizados 2. Administración empírica	1. Bajo rendimiento del personal. 2. Funciones ajenas al área de trabajo 3. Mal ambiente laboral	1. Implementación de organigrama funcional y estructural. 2. Implementación de políticas internas
2. Bajos salarios a clientes internos.	1. Explotación gerencial y administrativa. 2. Escases de talento humano con título	1. Deficiente desenvolvimiento laboral 2. Práctica laboral rutinaria	1. Implementación de proyectos específicos para el ejercicio justo de los derechos laborales.
3. Ausencia de personal con título especializado en el área turística	1. Desinterés personal por preparación académica 2. Ausencia de recursos económicos. Carencia de centros educativos de calidad	1. Prestación de servicios de baja calidad. 2. Desinterés por trabajo en equipo.	1. Implementación de cursos de capacitación al personal de la empresa.

4. Inexistente capacitación al personal	1. Desinterés gerencial y administrativa en inversión para capacitación al personal	1. Personal sin conocimiento en técnicas básicas de servicio y atención al cliente.	1. Capacitación en métodos de servicio y atención al cliente atención.
	2.	2. Prestación de servicios turísticos de mala calidad.	
5. Ausencia de liderazgo gerencial y administrativo.	1. Egoísmo en el equipo de trabajo. 2. Falta de profesionalismo dentro de las funciones desempeñadas.	1. Mal ambiente laboral. 2. Baja calidad en prestación de servicios. 3. Conflictos dentro del equipo de trabajo. 4. Bajo rendimiento laboral	1. Contratar personal especializado en el área turística o a fines al turismo. 2. Capacitación en liderazgo, gestión empresarial y motivación al personal administrativo.
6. Conflictos laborales dentro del equipo de trabajo.	1. Celo profesional. 2. Ausencia de profesionalismo en funciones desempeñadas. 3. Preferencias a ciertos trabajadores por parte de gerencia.	1. Práctica laboral rutinaria. 2. Mal ambiente laboral. 2. Baja calidad en prestación de servicios	1. Creación de manual de funciones definidas al personal de la empresa. 2. Motivación al personal por medio de incentivos

7. Autoritarismo gerencial y administrativo.	Falta de conocimiento y conciencia sobre los derechos de los empleados	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mal ambiente laboral</li> <li>2. Bajo autoestima del empleado</li> <li>3. Deficiente prestación de servicios.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitación en relaciones humanas.</li> </ol>
8. Desintegración en el equipo de trabajo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desinterés por superación personal.</li> <li>2. Carencia de trabajo en equipo</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bajo rendimiento laboral.</li> <li>2. Práctica laboral rutinaria.</li> <li>3. Atribuciones de personal no autorizadas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de planes de incentivos. a nivel organizacional.</li> </ol>
9. Deficiente comunicación interna.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Despreocupación por realizar actividades.</li> <li>2. Carencia de profesionalismo</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mala prestación de servicios.</li> <li>2. Bajo rendimiento laboral.</li> <li>3. Práctica laboral rutinaria.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de dinámicas de trabajo en equipo</li> </ol>
10. Impuntualidad de los colaboradores internos.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de interés de personal por laborar en la empresa.</li> <li>2. Carencia de profesionalismo.</li> <li>3. Bajos salarios e incentivos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Retraso en la prestación de servicios.</li> <li>2. Conflictos dentro del ambiente laboral.</li> <li>3. Bajo rendimiento laboral</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de un sistema de incentivos a nivel organizacional.</li> </ol>
11. Disminución de la capacidad de ahorro del turista.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atención turística deficiente.</li> <li>2. Desastres naturales en la zona.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disminución de demanda turística.</li> <li>2. Despido repentino del personal.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar planes publicitarios.</li> </ol>

12. Creación de nuevos centros turísticos en la zona.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Afluencia turística.</li> <li>2. Nuevas exigencias de clientes</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disminución económica en la empresa.</li> <li>2. Despido repentino del personal.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fortalecer la promoción y publicidad de la empresa</li> </ol>
13. Desastres naturales.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clima Húmedo Tropical.</li> <li>2. Construcción en zonas de riesgo</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disminución de demanda turística.</li> <li>2. Disminución económica en la empresa.</li> <li>3. Despido repentino del personal</li> <li>4. Desempleo en la zona</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Creación de planes de prevención de desastres naturales.</li> </ol>
14. Contaminación ambiental.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mal manejo de desechos orgánicos e inorgánicos.</li> <li>2. Ausencia de recolectores de basura.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disminución de demanda turística.</li> <li>2. Despido repentino del personal.</li> <li>3. Desempleo en la zona</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Capacitación a moradores sobre mal manejo de desechos orgánicos e inorgánicos</li> </ol>

**Fuente:** Hostería Finca el Pigual/2011

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**4.3.9. Matriz de estrategias de cambio dirigidas a Hostería Finca el Pigual.**

**CUADRO N. 15**

**MATRÍZ DE ESTRATEGIAS DE CAMBIO**

<p style="text-align: center;"><b>PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PERFIL DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA FO</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA FA</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clima saludable</li> <li>2. Servicios turísticos diferenciados</li> <li>3. Ubicación geográfica estratégica</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprovechar el clima saludable de la región para obtener una certificación turística.(F1;O1)</li> <li>2. Aprovechar los servicios turísticos</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprovechar el clima saludable para aumentar la capacidad de ahorro de los turistas. (F1;A1)</li> <li>2. Aprovechar los servicios turísticos</li> </ol>

<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Infraestructura adecuada típica de la región.</li> <li>5. Amplia extensión de terreno</li> <li>6. Tecnología apta para realización de negocios.</li> <li>7. Diversidad de plantas exóticas únicas en la región</li> </ol>	<p>diferenciados para obtener una aceptación en el mercado internacional.(F2;O2)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Aprovechar la ubicación geográfica estratégica de la empresa para cumplir con las expectativas de los usuarios.(F3;O3)</li> <li>4. Aprovechar la ubicación geográfica estratégica para implementar una tecnología de punta en la empresa (F3;O6)</li> <li>5. Aprovechar la infraestructura típica de la región para cumplir con las expectativas de los usuarios (F4;O3)</li> <li>6. Aprovechar la amplia extensión del terreno para expandir la infraestructura de la empresa.(F5;O5)</li> <li>7. Aprovechar la tecnología apta para negocios de la empresa para cumplir con las expectativas del usuario.</li> </ol>	<p>diferenciados para aumentar la capacidad de ahorro de los turistas.(F2;A1).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Aprovechar la infraestructura típica de la región para evitar la creación de nuevos centros turísticos. (F4; A2).</li> </ol>
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Carencia de planificación organizacional.</li> <li>2. Bajos salarios a clientes internos.</li> <li>3. Ausencia de personal con título</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprovechar la acreditación turística para implementar una planificación organizacional (O1;D1)</li> <li>2. Aprovechar la acreditación turística para incluir personal con título especializado e</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprovechar la creación de nuevos centros turísticos para promover la capacitación del personal de la hostería.(A2;D4)</li> </ol>

<p>especializado en el área turística.</p> <p>4. Inexistente capacitación al personal</p> <p>5. Ausencia de liderazgo gerencial y administrativo.</p> <p>6. Conflictos laborales dentro del equipo de trabajo.</p> <p>7. Autoritarismo gerencial y administrativo.</p> <p>8. Desintegración en el equipo de trabajo</p> <p>9. Deficiente comunicación interna.</p> <p><b>10.</b> Impuntualidad de los colaboradores internos.</p>	<p>y evitar los bajos salarios y el autoritarismo gerencial y administrativo) al personal .(O1;D2,D3,D5)</p> <p>3. Aprovechar la expectativa de los usuarios por mejorar el servicio para integrar el equipo de trabajo y capacitar al personal de la empresa.(O3;D4,D8)</p> <p>4. Aprovechar la oferta de cursos de capacitación para facultar al personal y evitar el autoritarismo gerencial y administrativo de la empresa y evitar también conflictos laborales y desintegración del equipo de trabajo.(O4;D7,D8)</p>	
---	--	--

**Fuente:** Hostería el Pigual/2011.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

#### **4.4. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la entrevista dirigida al administrador de Hostería Finca el Pigual.**

De acuerdo con la entrevista realizada al Sr. Hugo Núñez Administrador y representante legal de Hostería Finca El Pigual se obtuvo los siguientes resultados:

##### **1. ¿CUENTA LA HOSTERÍA CON UNA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y MANUALES DE FUNCIONES DEFINIDAS PARA CADA COLABORADOR?**

Actualmente la Hostería no cuenta con un manual de funciones que defina el rol que debe desempeñar cada uno de nuestros colaboradores internos, de igual manera en nuestro establecimiento hay carencia de una estructura organizativa. Espero que con la colaboración de todos podamos realizar a futuro un organigrama funcional que les permita a nuestro talento humano ser designados en el área que mejor se desenvuelvan así también adquirir una estructura organizada para mejorar las funciones de cada departamento que la empresa posee.

##### **2) ¿EMPLEA UD. ALGÚN MÉTODO PARA MOTIVAR EL TRABAJO DE SUS COLABORADORES INTERNOS?**

El departamento administrativo y los gerentes propietarios de la hostería han venido trabajando conjuntamente, planteando algunos incentivos de tipo económico que ayuden a motivar el trabajo de los colaboradores internos de la empresa desde hace ya meses atrás, lastimosamente esto solo ha quedado como ideas vanas que no han llegado a concretarse por varias razones, una de las más importantes es la falta de voluntad de su propietaria para poner en marcha las sugerencias planteadas en reuniones que anteriormente se ha realizado por dicho tema. El sueldo básico es el que se les entrega a los colaboradores por las prestaciones de sus servicios, desglosando en cada mensual sus décimos y de existir horas extras. Solo en el área administrativa, entendiéndose de esta forma al Administrador y contador de la hostería perciben sueldos mayores al antes mencionado.

**3) ¿ESTUDIA UD. A SU COMPETENCIA PARA PLANIFICAR LOS SERVICIOS QUE VAN A SER OFERTADOS A LOS CLIENTES?**

Por varias ocasiones se ha tratado de realizar un estudio de nuestros competidores del medio turístico, pero no se ha podido profundizar el mismo ya que nuestros competidores manejan un concepto herrado de la ciudad de Puyo como un destino turístico natural, en donde los clientes solo buscan un servicio básico de hospedaje, alimentación y contacto con la naturaleza del sector, pero para nuestra hostería es muy importante conocer los gustos y preferencias de cada uno de nuestros visitantes para poder entregar mayor calidad en nuestros servicios.

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

En todo negocio, no solo en los de la línea turística es muy beneficioso conocer las opiniones o sugerencias que los clientes nos brindan con el objetivo de conocer las falencias que nuestra empresa tiene y mejorar nuestros productos, servicios que serán de final calificados por nuestros consumidores, pero es muy importante mencionar que las opiniones o las sugerencias que nuestros clientes nos hacen llegar a la Administración son todas recopiladas y analizadas pero no por esto podemos ponerlas en marcha, ya que en varias ocasiones algunas de estas sugerencias no se encuentran bajo los parámetros de servicios que la Hostería o en si la región puede brindarles actualmente al cliente o al visitante.

**5) ¿QUE CLASE DE ESTRATEGIAS UTILIZA UD EN LA HOSTERÍA, PARA QUE LE AYUDEN A MEJORAR LOS SERVICIOS QUE ESTA BRINDA?**

Hostería el Pigual ha venido manejando estrategias de mejoramiento de sus servicios totalmente caducas que no hacen del establecimiento una competencia potencial, ya que si comparamos nuestras estrategias con las que hoy en día están a la vanguardia definitivamente la hostería no se encontraría al nivel del servicio de calidad que deseamos proyectar en el mercado turístico.

**6) ¿QUE ÁREAS CONSIDERA UD QUE SE DEBEN MEJORAR EN LA HOSTERÍA?**

Hostería Finca el Pigual es un lugar que se vende más por su espacio físico, por la diversidad de su exuberante vegetación y por la gran ventaja del clima amazónico más que por los servicios que la empresa oferta, creo que son varias las áreas que hay que mejorar dentro de la empresa, por ejemplo:

- área de reservas, ventas y atención al cliente.
- área de cocina
- área de restaurante.
- área de lavandería y camarería

**7) ¿ESTARÍA UD. DISPUESTO A IMPLEMENTAR UN PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS DE LA HOSTERÍA?**

Al encontramos en un mundo globalizado en donde cada día se hacen más grandes las exigencias de nuestros clientes por satisfacer sus necesidades, creo que es de vital importancia que se realice una renovación y que esta sea notoria ante nosotros como ante nuestros clientes finales. El departamento administrativo está totalmente comprometido con un cambio que debe realizarse a través de la implementación de un plan que permita mejorar nuestros servicios como hostería.

**VER ANEXO N. 11**

**4.5. Encuesta dirigida a los colaboradores internos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.**

**4.5.1 Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas dirigidas a los colaboradores internos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo en el período 2010-2011.**

De acuerdo a la encuesta dirigida a los colaboradores internos de Hostería Finca el Pigual se obtuvo los siguientes resultados:

## Información general

- Sexo de los trabajadores de Hostería Finca el Pigual

CUADRO N. 16

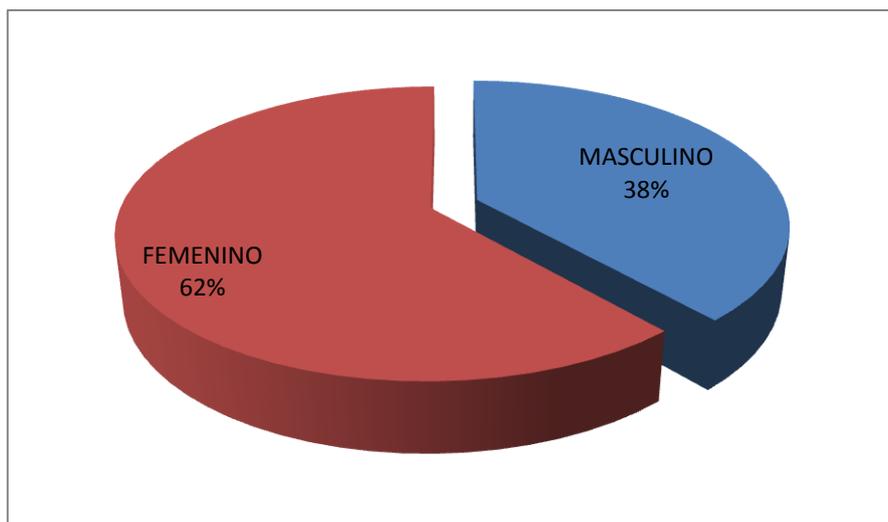
### SEXO DE LOS TRABAJADORES DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	5	38%
FEMENINO	8	62%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

GRAFICO N.6

### SEXO DE LOS TRABAJADORES DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca El Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 62% de los trabajadores que laboran en Hostería Finca el Pigual son de sexo femenino, mientras que el 38% restante son de sexo masculino, dando esto un total del 100%

- **Edad de los trabajadores de Hostería Finca el Pigual.**

**CUADRO N. 17**

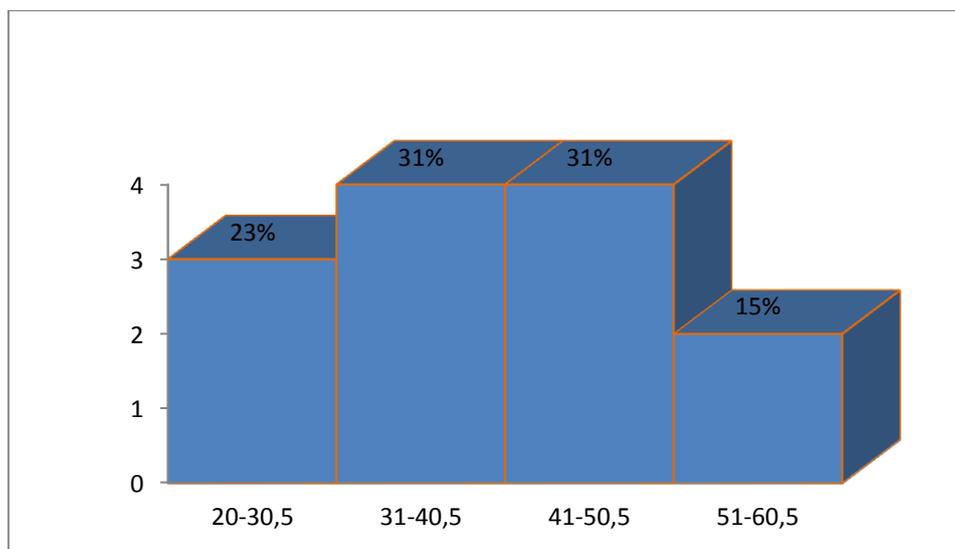
**EDAD DE LOS TRABAJADORES DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL**

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30,5	3	23%
31-40,5	4	31%
41-50,5	4	31%
51-60,5	2	15%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N. 7**

**EDAD DE TRABAJADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 23% de los trabajadores encuestados se encuentran en un rango de edad entre 20 a 30,5 años, mientras que el 31% se encuentran en un rango de 31 – 40,5 años, el otro 31% está en un rango de 41 a 50,5 años y el 15% restante se encuentra en un rango de 51 a 60,5 años, dando esto un total del 100%

1) ¿Posee usted título universitario acorde al servicio que esta prestando en la hostería?

**CUADRO N. 18**

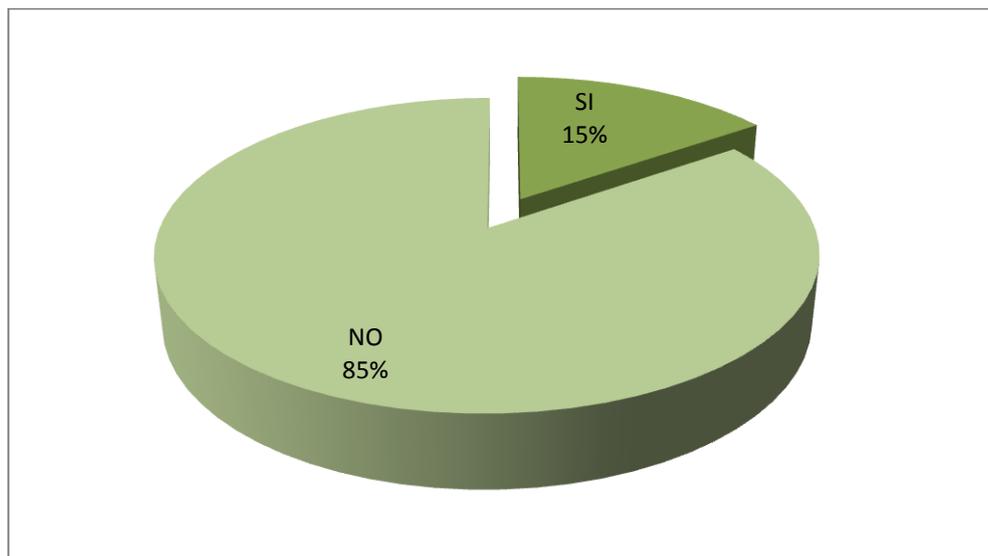
**TÍTULO UNIVERSITARIO DE LOS TRABAJADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

TITULO UNIVERSITARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	15%
NO	11	85%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.8**

**TÍTULO UNIVERSITARIO DE LOS TRABAJADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 85% de los trabajadores de la hostería no poseen título universitario, mientras que el 15% restante si posee título universitario, dando esto un total del 100%

2) ¿Habla usted otro idioma?

CUADRO N. 19

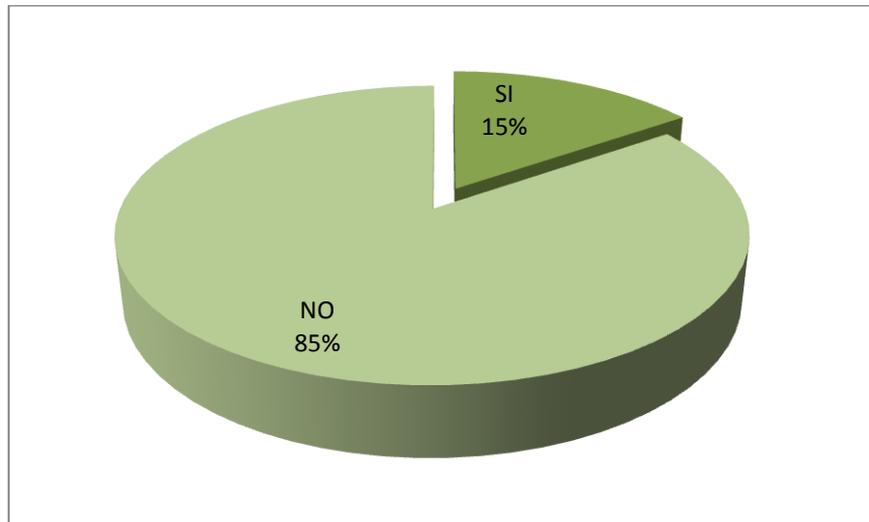
IDIOMAS QUE HABLAN LOS TRABAJADORES DE HOSTERÍA EL  
PIGUAL

HABLA OTRO IDIOMA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	15%
NO	12	85%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

GRÁFICO N.9

IDIOMAS QUE HABLAN LOS TRABAJADORES DE HOSTERÍA EL  
PIGUAL



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 85% de las personas que laboran en la hostería no hablan otro idioma, mientras que el 15% restante si hablan otro idioma, dando esto un total del 100%.

3) ¿Cree usted que la administración de la hostería le asigno sus funciones laborales de acuerdo a su conocimiento?

**CUADRO N.20**

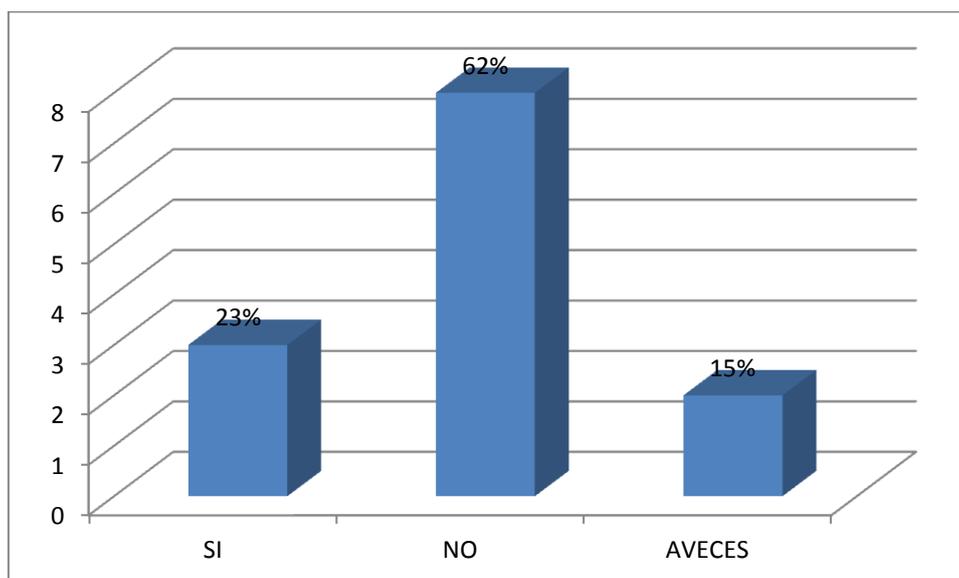
**FUNCIONES DE PERSONAL DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL.**

TRABAJO ACORDE AL CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	23%
NO	8	62%
AVECES	2	15%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.10**

**FUNCIONES DE PERSONAL DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 62% de los trabajadores creen que no están ubicados de acuerdo a su área de conocimiento en la hostería, mientras que el 23% cree que si esta dentro del área de su conocimiento y el 15% restante cree que en ocasiones esta dentro de su área de conocimiento dando esto un total del 100%.

4) ¿Conoce usted las metas y objetivos que la hostería posee?

**CUADRO N. 21**

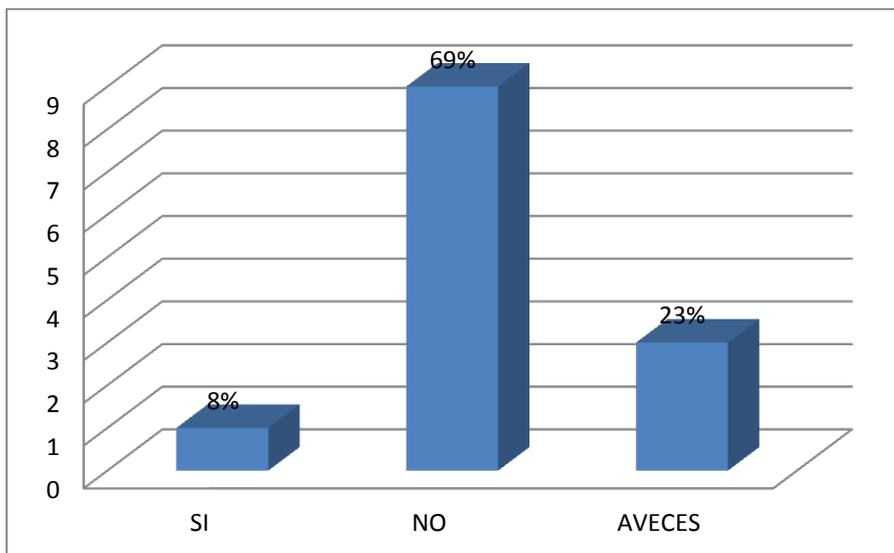
**METAS Y OBJETIVOS DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL**

METAS Y OBJETIVOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	8%
NO	9	69%
AVECES	3	23%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.11**

**METAS Y OBJETIVOS DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 69% de los trabajadores no conocen las metas y objetivos de la hostería, mientras que el 23% manifiesta que conoce estas metas y objetivos a veces, el 8% restante manifiesta que si conoce las metas y objetivos de la hostería, dando así un total del 100%.

5) ¿Recibe usted incentivos que le motiven a mejorar el desempeño laboral dentro de la hostería?

**CUADRO N. 22**

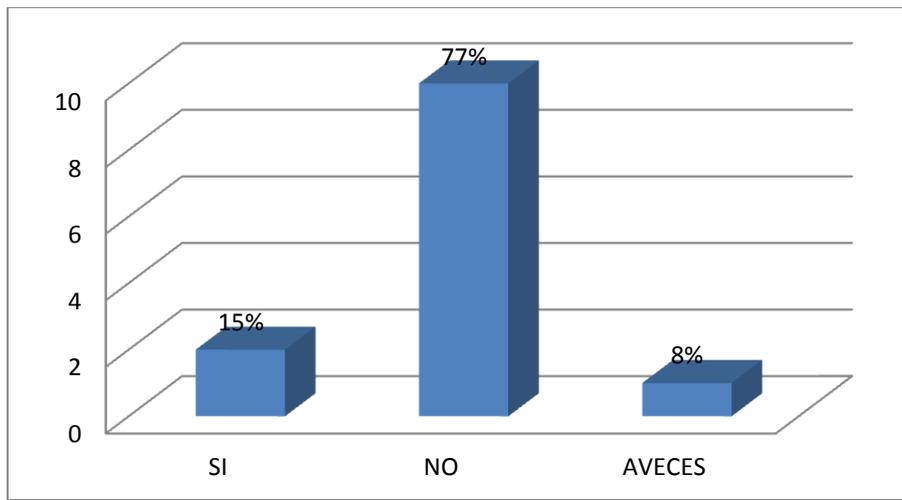
**RECONOCIMIENTO A LOS COLABORADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

RECONOCIMIENTOS E INCENTIVOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	15%
NO	10	77%
AVECES	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.12**

**RECONOCIMIENTO A LOS COLABORADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 77% de los trabajadores de la hostería manifiestan que ellos no reciben ningún reconocimiento ni premiación cuando realizan un trabajo excelente dentro de la hostería, el 15% manifiesta que si los recibe y el 8% restante manifiesta que a veces reciben reconocimientos, dando esto un total del 100%.

6) ¿Las herramientas que la hostería le proporciona son adecuadas para brindar un servicio de calidad a los turistas?

**CUADRO N. 23**

**EQUIPO Y APOYO PROPORCIONADOS POR HOSTERÍA EL PIGUAL**

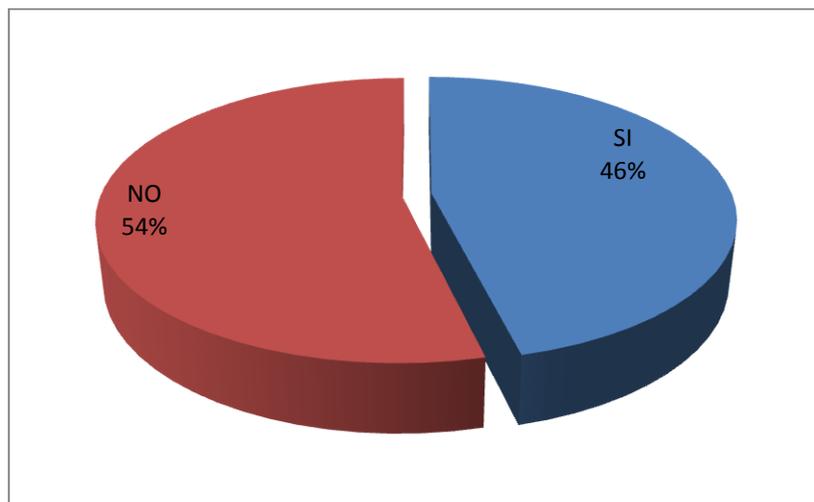
<b>EQUIPO Y APOYO PROPORCIONADOS POR LA HOSTERIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	6	46%
NO	7	54%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.13**

**EQUIPO Y APOYO PROPORCIONADOS POR HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 54% de los trabajadores de la hostería manifiesta que el equipo y apoyo que les provee la hostería no son los adecuadas para brindar un buen servicio, mientras que el 46% restantes manifiestan que la hostería si les provee de apoyo así como también un buen equipo para brindar un mejor servicio, dando esto un total del 100%.

7) ¿El ambiente laboral dentro de la hostería es?

CUADRO N. 24

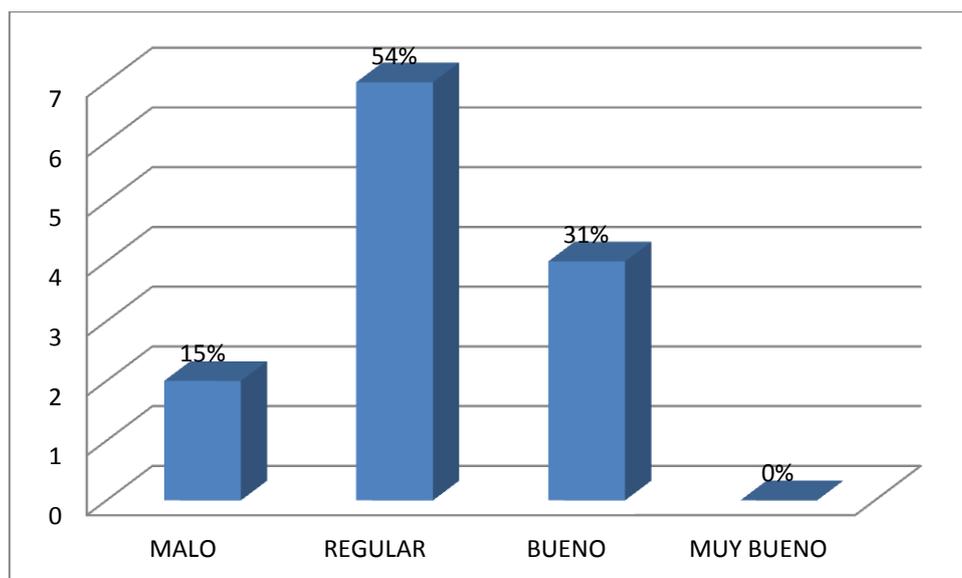
AMBIENTE LABORAL DE HOSTERÍA EL PIGUAL

AMBIENTE LABORAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MALO	2	15%
REGULAR	7	54%
BUENO	4	31%
MUY BUENO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
REALIZADO POR: Verónica Soto C.

GRÁFICO N.14

AMBIENTE LABORAL DE HOSTERÍA EL PIGUAL



FUENTE: Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
REALIZADO POR: Verónica Soto C.

El 54% de los trabajadores manifiestan que el ambiente laboral de la hostería es regular, mientras que el 31% manifiestan que el ambiente es bueno y el 15% restante manifiesta que el ambiente laboral de la hostería es malo, dando esto un total del 100%.

8) ¿Recibe usted capacitación y entrenamiento profesional constante que le ayuden a mejorar la calidad del servicio que presta dentro de la hostería?

**CUADRO N. 25**

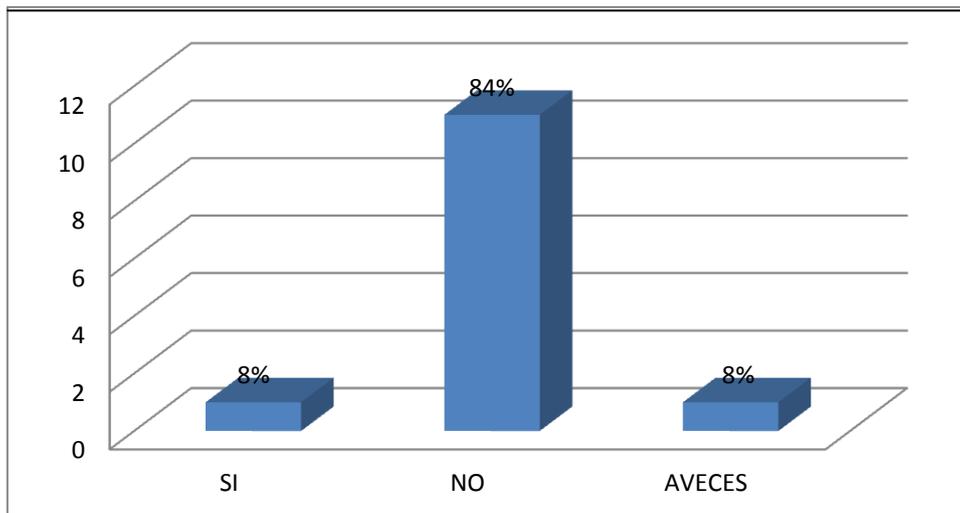
**CAPACITACIÓN PROFESIONAL PARA LOS COLABORADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

CAPACITACIÓN PROFESIONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	8%
NO	11	84%
AVECES	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca El Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C

**GRÁFICO N.15**

**CAPACITACIÓN PROFESIONAL PARA LOS COLABORADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 84% de los trabajadores no han recibido capacitación ni entrenamiento profesional, el 8% manifiestan que si la han recibido, mientras que el 8% restante manifiesta que a veces han recibido capacitación, dando esto un total del 100%.

9) ¿Toma usted en consideración las sugerencias realizadas por los turistas para mejorar la calidad de los servicios prestados dentro de la hostería?

**CUADRO N. 26**

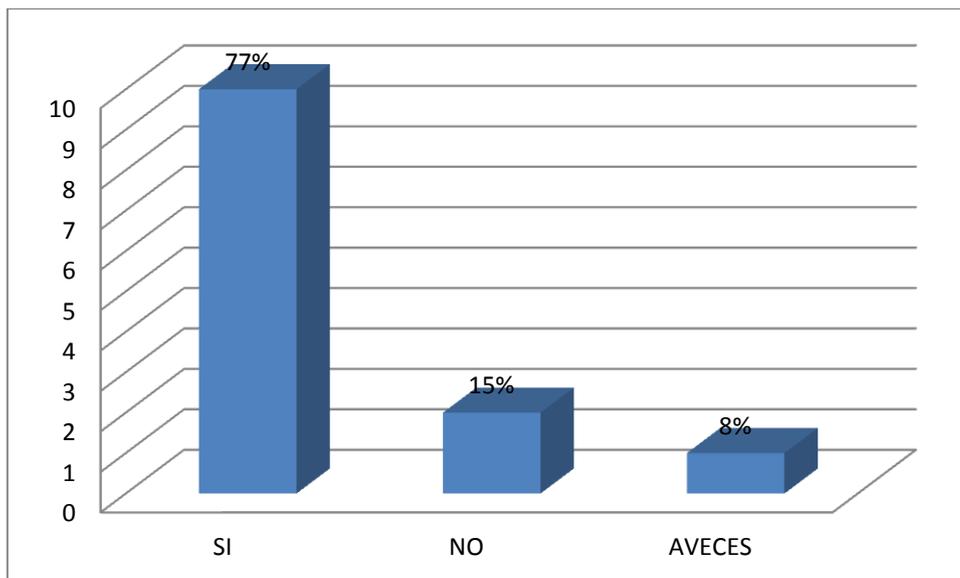
**SUGERENCIAS PARA MEJORAR SERVICIOS DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

SUGERENCIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	77%
NO	2	15%
AVECES	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.16**

**SUGERENCIAS PARA MEJOR SERVICIOS DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 77% de los trabajadores de la hostería si toman en cuenta las sugerencias que les hacen los turistas, el 15% no toman en cuenta estas sugerencias, mientras que el 8% restante manifiesta que a veces toman en cuenta estas sugerencias, dando esto un total del 100%.

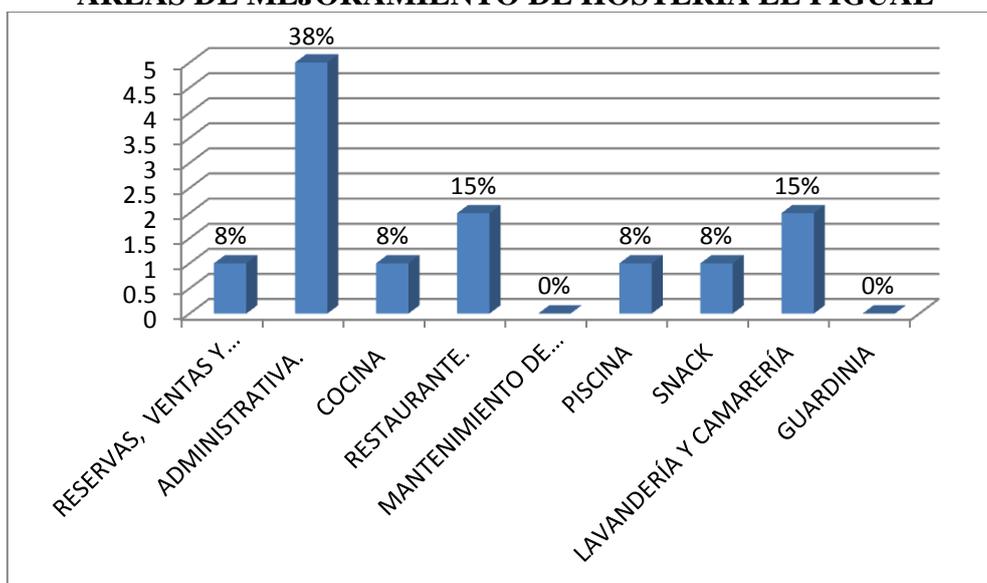
10) De acuerdo a su criterio, ¿en que áreas debería mejorar la hostería?

**CUADRO N.27**  
**ÁREAS DE MEJORAMIENTO DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

ÁREAS A MEJORAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ÁREA DE RESERVAS, VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE.	1	8%
ÁREA ADMINISTRATIVA.	5	38%
ÁREA DE COCINA	1	8%
AREA DE RESTAURANTE.	2	15%
AREA DE MANTENIMIENTO DE ESPACIOS VERDES.	0	
ÁREA DE PISCINA	1	8%
ÁREA DE SNACK	1	8%
ÁREA DE LAVANDERÍA Y CAMARERÍA	2	15%
ÁREA DE GUARDINIA	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.17**  
**ÁREAS DE MEJORAMIENTO DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 38% del personal de la hostería piensa que se debe mejorar el área administrativa, el 15% cree que se debe mejorar el área de restaurante, el otro 15% cree que se debe mejorar el área de lavandería y camarería, el 8% piensa que se debe mejorar el área de reservas, ventas y atención al cliente, el 8% cree que se debe mejorar el área de cocina, el 8% cree que se debe realizar mejoras en el área de piscina, el 8% restante cree que se debe realizar mejoras en el área de snack, dando esto un total del 100%.

11) ¿Estaría usted dispuesto a colaborar con ideas para la elaboración de un plan para mejorar los servicios turísticos prestados en la hostería?

**CUADRO N.28**

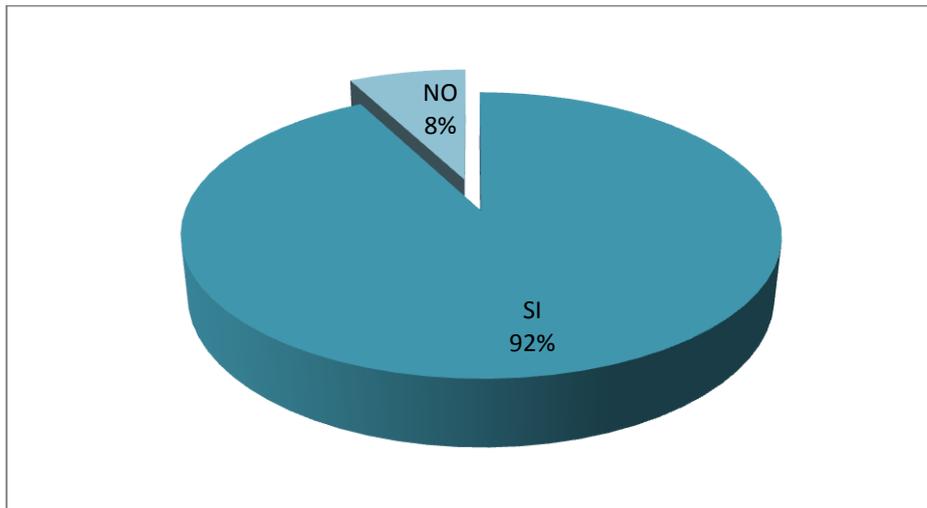
**IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEJORAMIENTO EN HOSTERÍA EL  
PIGUAL**

IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MEJORAMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	92%
NO	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.18**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEJORAMIENTO EN HOSTERÍA EL  
PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los trabajadores de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 92% de los trabajadores están de acuerdo en aportar con ideas para la implementación de un plan de mejoramiento de los servicios turísticos para la hostería, mientras que el 8% restante, no lo está, dando esto un total del 100%

**VER ANEXO N. 12**

#### 4.6. Encuesta dirigida a los visitantes de Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo en el año 2011

##### 4.6.1. Análisis de los resultados obtenidos de la encuesta dirigida a los visitantes de Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo en el año 2011.

De acuerdo a la encuesta dirigida a los visitantes de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, se obtuvo los siguientes resultados:

#### Información General

- **SEXO DE LOS TURISTAS QUE VISITARON HOSTERIA EL PIGUAL EN EL AÑO 2011.**

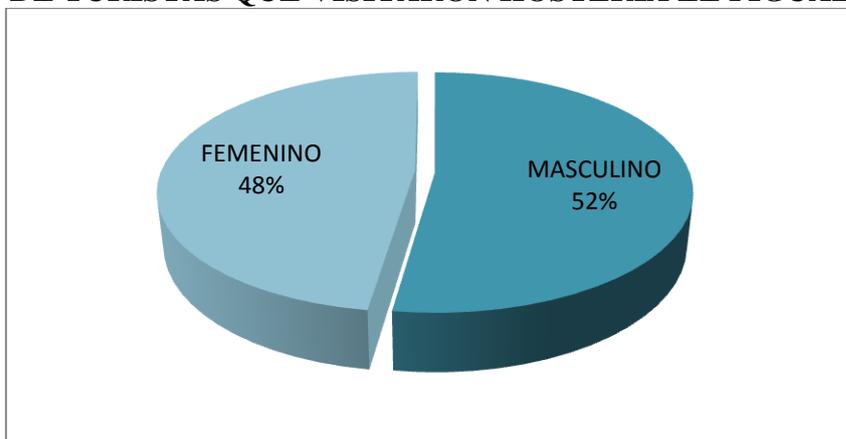
**CUADRO N. 29**  
**SEXO DE TURISTAS QUE VISITARON HOSTERÍA EL PIGUAL**

SEXO TURISTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	46	52%
FEMENINO	42	46%
TOTAL	88	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los visitantes de Hostería el Pigual/2011  
REALIZADO POR: Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.19**

**SEXO DE TURISTAS QUE VISITARON HOSTERÍA EL PIGUAL**



FUENTE: Encuesta realizada a los visitantes de Hostería el Pigual/2011  
REALIZADO POR: Verónica Soto C.

El 52% de los turistas que visitaron Hostería el Pigual en el período 2011 son hombres, mientras que los 48% restantes son mujeres, dando esto un total del 100%.

- **NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS QUE VISITARON HOSTERIA EL PIGUAL EN EL AÑO 2011.**

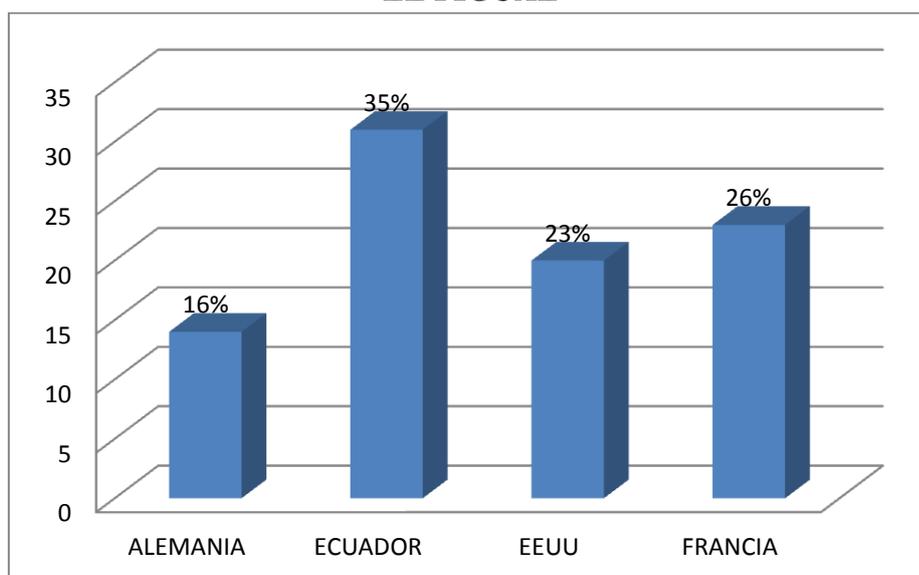
**CUADRO N.30**  
**NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS QUE VISITARON HOSTERÍA EL PIGUAL**

NACIONALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALEMANIA	14	16%
ECUADOR	31	35%
EEUU	20	23%
FRANCIA	23	26%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.20**  
**NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS QUE VISITARON HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 35% de los turistas que visitaron la hostería son ecuatorianos, el 26% son franceses, el 23% son estadounidenses y el 16% restante son alemanes, dando así un total del 100%

- **EDAD DE LOS TURISTAS QUE VISITARON HOSTERIA EL PIGUAL EN EL AÑO 2011.**

**CUADRO N.31**  
**EDAD DE LOS TURISTAS QUE VISITARON HOSTERÍA EL PIGUAL**

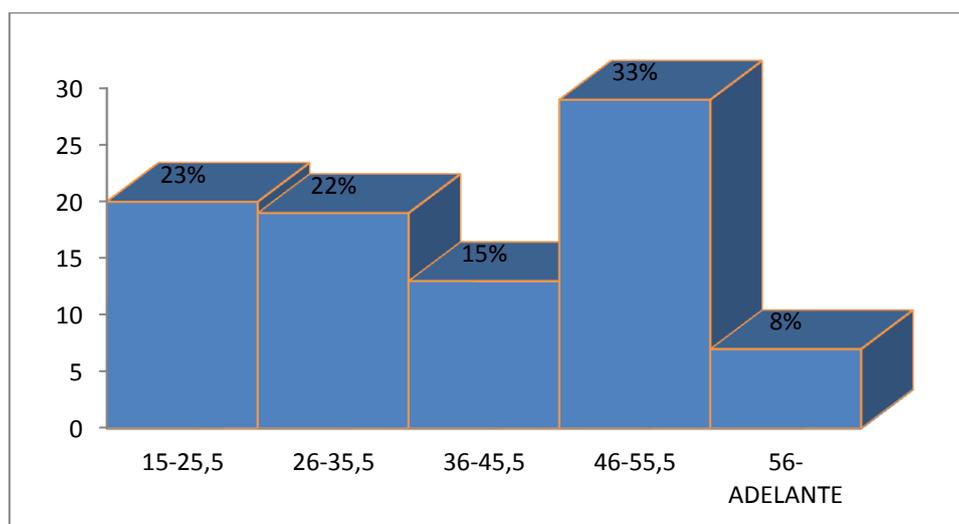
<b>EDAD</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>15-25,5</b>	20	23%
<b>26-35,5</b>	19	22%
<b>36-45,5</b>	13	15%
<b>46-55,5</b>	29	33%
<b>56- ADELANTE</b>	7	8%
<b>TOTAL</b>	88	100%

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.21**

**EDAD DE LOS TURISTAS QUE VISITARON HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 33% de los turistas que visitaron hostería el Pigual se encuentran en un rango de edad de 46-55,5 años, el 23% en un rango de edad de 15-25,5 años, el 22% en un rango de edad de 26-35,5 años, el 15% en un rango de edad de 36-45,5 años y el 8% restante se encuentra en un rango de edad de 56 años en adelante, dando esto un total del 100%

1) ¿Cuales fueron los motivos por los que visitó la hostería?

CUADRO N. 32

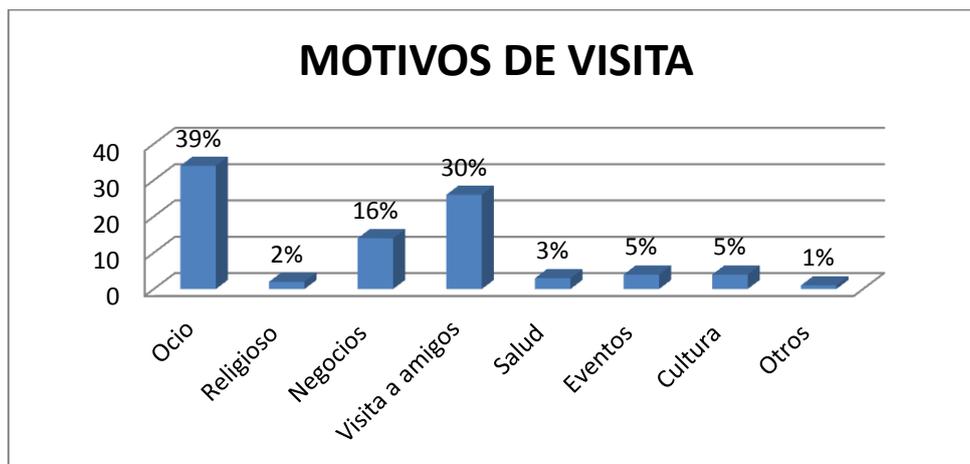
MOTIVOS DE VISITA A HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL

MOTIVOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ocio/placer	34	39%
Religioso	2	2%
Negocios	14	16%
Visita a amigos/familias	26	30%
Salud	3	3%
Eventos	4	5%
Cultura	4	5%
Otros	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011  
 REALIZADO POR: Verónica Soto C.

GRÁFICO N.22

MOTIVOS DE VISITA A HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL



FUENTE: Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011  
 REALIZADO POR: Verónica Soto C

El 39% de los turistas encuestados hicieron uso de los servicios de la hostería por motivos de Ocio/Placer, el 30% lo hicieron por motivos vista a amigos/familiares, el 16% lo hicieron por situaciones de negocio, el 5% visitaron el lugar lo hacen por su cultura, el 5% de los visitantes lo hicieron por eventos, el 3% lo hacen por motivos salud, el 2% lo hicieron por motivos religiosos el 1% lo hicieron por otros motivos. Dando esto un total del 100%

2) ¿Los servicios turísticos que usted recibió en la hostería fueron?

CUADRO N. 33

**CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

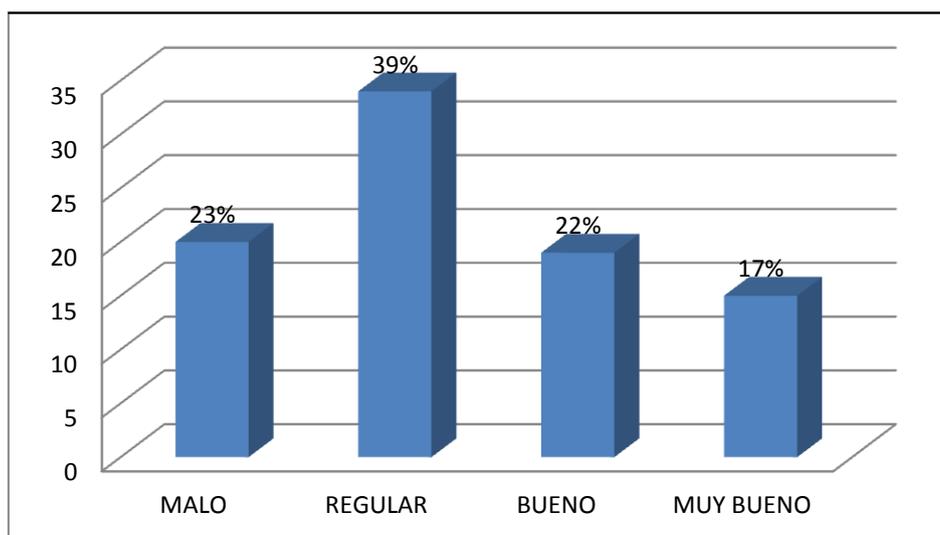
CALIDAD DE LOS SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>MALO</b>	20	23%
<b>REGULAR</b>	34	39%
<b>BUENO</b>	19	22%
<b>MUY BUENO</b>	15	17%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C

GRÁFICO N.23

**CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 39% de los turistas que visitaron la hostería consideran que el servicio que recibieron es regular, el 23% de los turistas consideran que el servicio es malo, el 22% consideran que el servicio que recibieron es bueno y el 17% restante considera que el servicio que recibieron es muy bueno. Dando un total del 100%.

3) De acuerdo a su criterio ¿es necesario capacitar a las personas que laboran en la hostería?

**CUADRO N. 34**

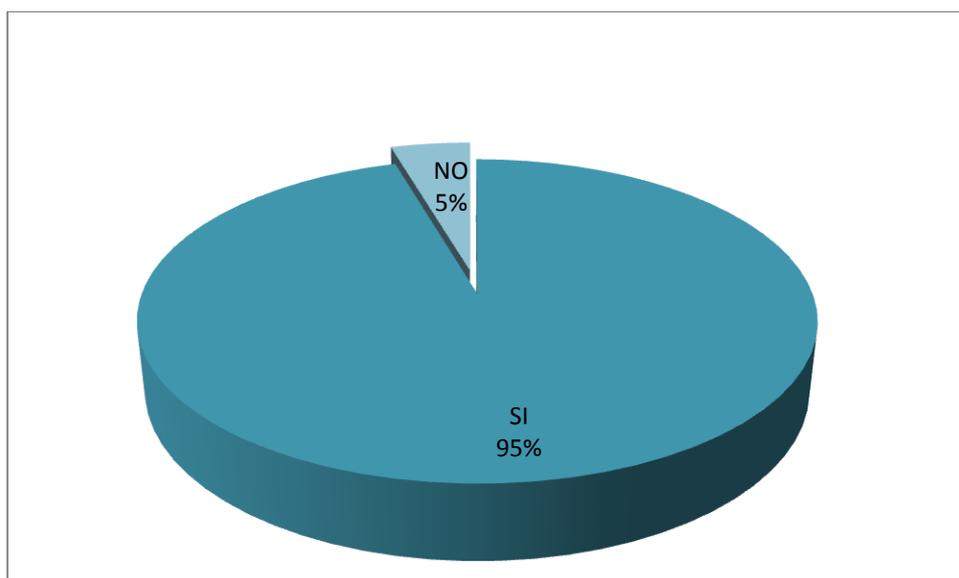
**CAPACITACIÓN AL PERSONAL DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

CAPACITACIÓN AL PERSONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	84	95%
NO	4	5%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.24**

**CAPACITACIÓN AL PERSONAL DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 95% de los entrevistados consideran que el personal de la hostería si necesita capacitación para brindar un mejor servicio, mientras que el 5% de los turistas considera que el personal no necesita capacitación, dando esto un total del 100%.

4) ¿A través de que medio recibió usted información de la existencia de la hostería?

**CUADRO N.35**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

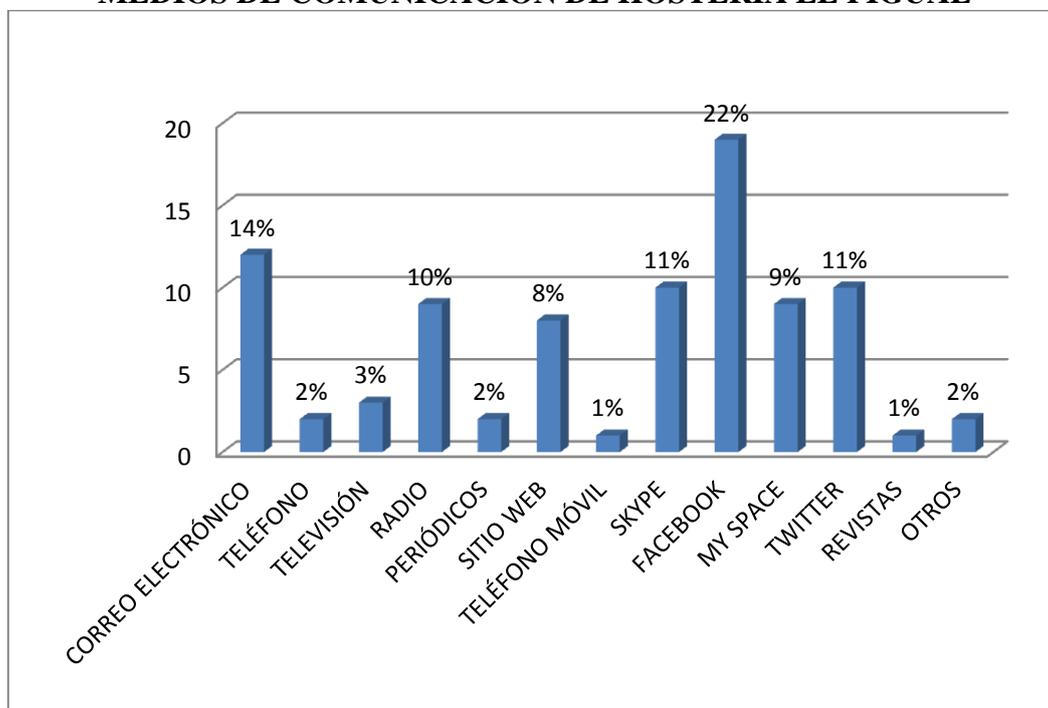
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CORREO ELECTRÓNICO	12	14%
TELÉFONO	2	2%
TELEVISIÓN	3	3%
RADIO	9	10%
PERIÓDICOS	2	2%
SITIO WEB	8	9%
TELÉFONO MÓVIL	1	1%
SKYPE	10	11%
FACEBOOK	19	22%
MY SPACE	9	9%
TWITTER	10	11%
REVISTAS	1	1%
OTROS	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.25**

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 22% de los encuestados manifestaron que conocieron de la existencia de la hostería por medio de la red social de Facebook, el 14 % de los encuestados manifestaron que conocieron acerca de la hostería por correos electrónicos, el 11% manifestó que conocieron de la hostería por medio de Skype, el 11% manifestó que conocieron de la hostería por la red social de twitter, el 10% conocieron la hostería por anuncios radiales, el 9% manifestó que lo hicieron por medio de sitios web , el 9% de los encuestados manifestaron que lo hicieron por medio de my space, el 3% conocieron de la existencia de la hostería por medio de la televisión, el 2% lo hizo por medio de llamadas telefónicas, el 2% restante conoció de la existencia de la hostería por medios de periódicos, el otro 2% conocieron de la existencia de la hostería por otros medios. El 1% por medio de llamadas a sus teléfonos móviles y el 1% restante lo hicieron por revistas, dando esto un total del 100%.

5) El grado de predisposición que tuvo el personal que labora en la hostería para ayudarlo en sus requerimientos fue?

**CUADRO N. 36**

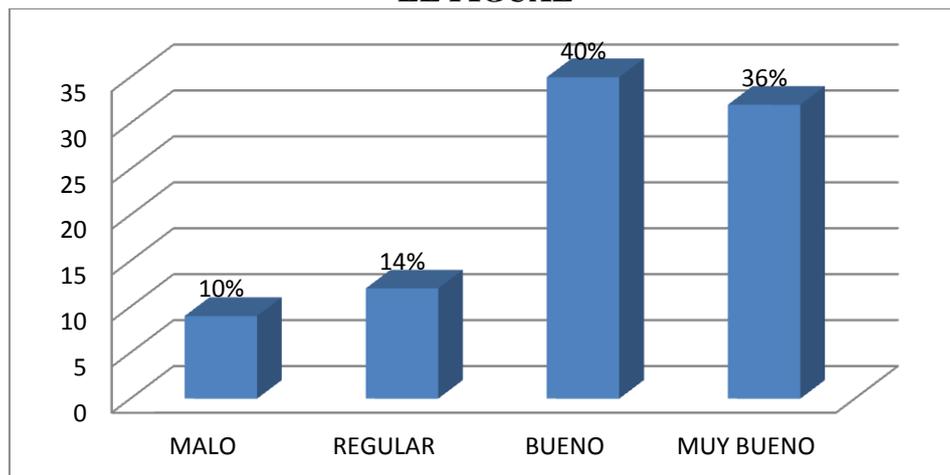
**GRADO DE PREDISPOSICIÓN DE LOS COLABORADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**

GRADO DE PREDISPOCISIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MALO	9	10%
REGULAR	12	14%
BUENO	35	40%
MUY BUENO	32	36%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N. 26**

**GRADO DE PREDISPOSICIÓN DE LOS COLABORADORES DE HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 40% de los turistas encuestados manifestaron que la predisposición para atenderlos fue buena, el 36% manifestó que la predisposición fue muy buena, el 14% cree que la predisposición fue regular y el 10% restante de los turistas manifestaron que la predisposición para atender las necesidades de los clientes fue mala, dando esto un total del 100%.

6) De acuerdo a su criterio, ¿cuales son las áreas que necesitan capacitación para mejorar el servicio que oferta la hostería?

**CUADRO N. 37**

**ÁREAS A MEJORAR EN HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL**

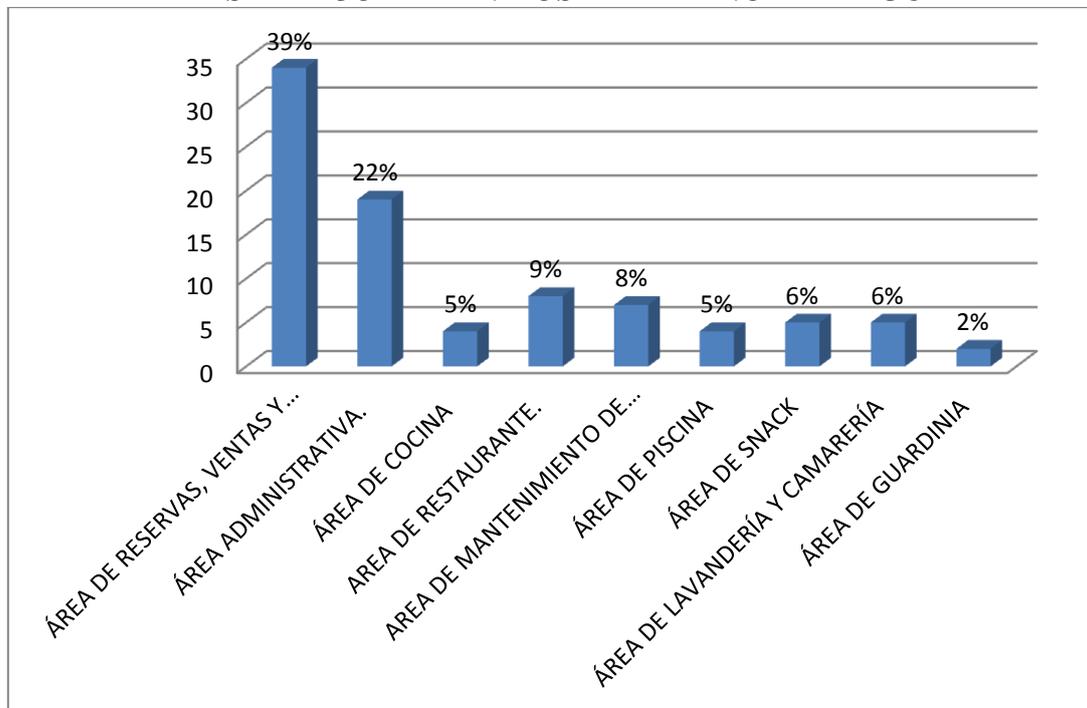
ÁREAS DE MEJORA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ÁREA DE RESERVAS, VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE.	34	39%
ÁREA ADMINISTRATIVA.	19	22%
ÁREA DE COCINA	4	5%
AREA DE RESTAURANTE.	8	9%
AREA DE MANTENIMIENTO DE ESPACIOS VERDES.	7	8%
ÁREA DE PISCINA	4	5%
ÁREA DE SNACK	5	6%
ÁREA DE LAVANDERÍA Y CAMARERÍA	5	6%
ÁREA DE GUARDINIA	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de la Hostería Finca el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.27**

**ÁREAS A MEJORAR EN HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de la Hostería Finca el Pigual/2011

**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 39% de los encuestados consideran que se debe realizar mejoras en el área de reservas, ventas y atención al cliente, el 22% considera que se debe realizar estas mejoras en el área administrativa, el 9% manifiesta que se debe mejorar en el área de restaurante, el 8% cree que se debe hacerlo en el área de mantenimiento de espacios verdes, el 6% en el área de snack, el otro 6% considera que las mejoras se las debe realizar en el área lavandería y camarería, el 5% considera que se debe realizar las mejoras en el área de cocina, el 5% considera que se debe hacer mejoras en el área de piscina y el 2% restante considera que las mejoras se la deben realizar en el área de guardianía, dando esto un total del 100%.

7) ¿Cree usted que la hostería necesita implementar un plan que mejore la calidad de los servicios turísticos que esta oferta?

**CUADRO N.38**

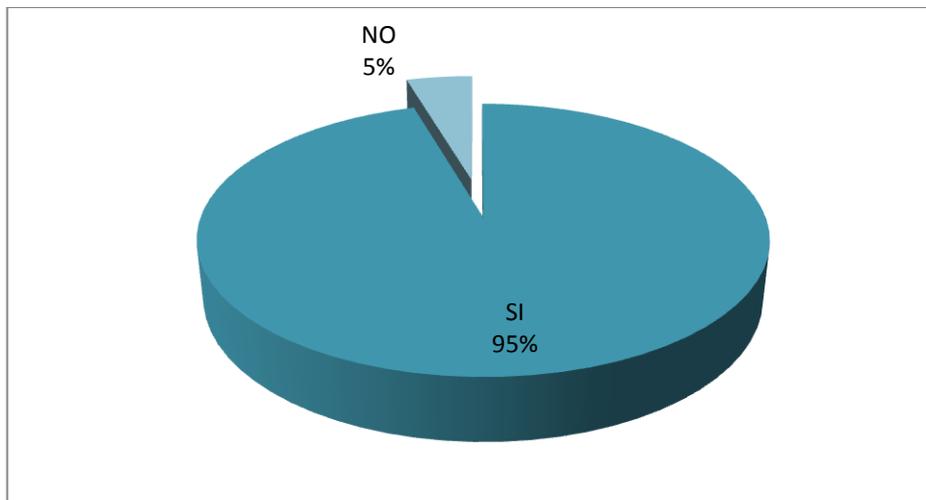
**IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEJORA DE LOS SERVICIOS EN  
HOSTERÍA EL PIGUAL**

IMPLEMENTACION DE UN PLAN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	84	95%
NO	4	5%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.28**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEJORA DE LOS SERVICIOS EN  
HOSTERÍA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 95% de los turistas encuestados consideran que a la hostería le hace falta la implementación de un plan de mejora de servicios, mientras que el 5% restante considera que no hace falta esta implementación, dando esto un total del 100%.

8) ¿Recomendaría usted los servicios que oferta la hostería a otras personas?

**CUADRO N. 39**

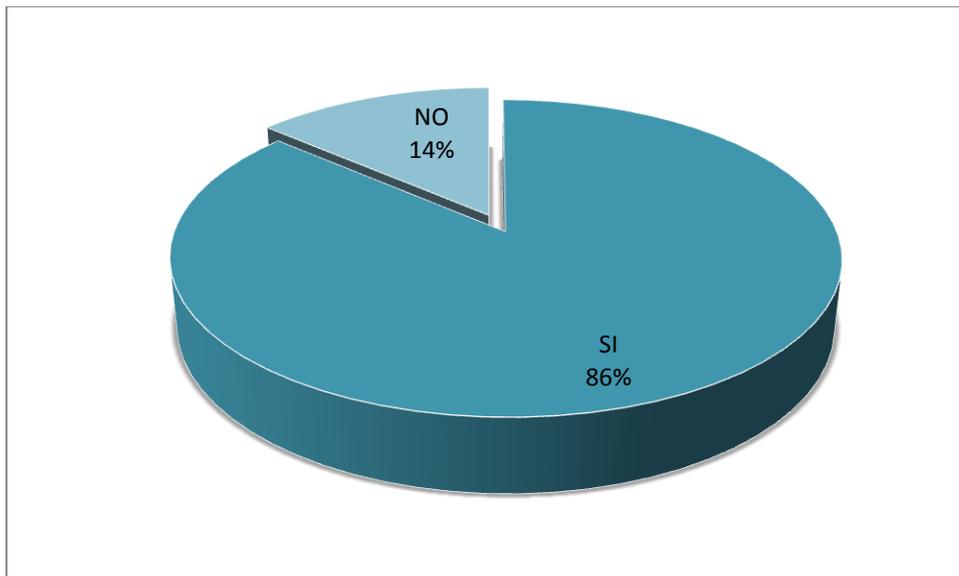
**RECOMENDACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE HOSTERÍA  
FINCA EL PIGUAL**

RECOMENDACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	76	86%
NO	12	14%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.29**

**RECOMENDACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE HOSTERÍA  
FINCA EL PIGUAL**



**FUENTE:** Encuesta realizada a los visitantes de la Hostería Finca el Pigual/2011  
**REALIZADO POR:** Verónica Soto C.

El 86% de los turistas encuestados manifiestan que si recomendarían a otras personas la hostería para que hagan uso de sus servicios, mientras que el 14% manifiestan que no lo harían, dando un total del 100%.

## **VER ANEXO N. 13**

### **4.6.2 Conclusiones y Recomendaciones dirigidas a Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo.**

Al finalizar con el presente estudio de mercado de los servicios Turísticos de la Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo en el período 2011 se obtuvo los siguientes resultados:

#### **4.6.2.1. CONCLUSIONES:**

1. Hostería Finca el Pigual es una empresa dirigida a brindar servicios turísticos, en la línea de alojamiento, alimentación, distracción en ambiente natural , alquiler de locales para eventos y alquiler de instalaciones de piscina, sauna, turco e hidromasaje, desde sus inicios el establecimiento a presentado de acuerdo con el estudio de mercado un 38% en falencias administrativas superando a las demás áreas que también tienen falencias pero no en un porcentaje tan alto, la empresa no cuenta con un organigrama estructural ni funcional así también carece de políticas internas que les permita a los colaboradores un buen ambiente de trabajo y una estabilidad laboral justa. Además de esto el 77% de los colaboradores internos de la empresa han mencionado que no se reconoce el esfuerzo que ellos realizan en eventos, días feriados y en días normales de atención al cliente, no se les otorga un incentivo que motive a sus empleados a un mejor desempeño laboral que será beneficio tanto para la empresa como para el cliente final
2. La carencia de capacitación profesional a los clientes internos de la hostería tiene un porcentaje muy elevado, el 84% de sus colaboradores no han recibido ningún tipo de capacitación durante el tiempo que ellos vienen laborando en la empresa, el 54 % de los colaboradores están envueltos en un ambiente de trabajo regular con egoísmo y autoritarismo gerencial y administrativo y esto a su vez ha afectado de manera muy notoria en la prestación de los servicios turísticos que la empresa oferta y brinda a los clientes que en un 22% manifestaron que los servicios turísticos que ellos recibieron fue bueno es decir existe una falencia en la prestación de los servicios que ellos recibieron.

3. Las bajas remuneraciones que reciben los colaboradores de la Hostería no se encuentran dentro de los parámetros justos que un colaborador de un establecimiento hotelero, mas del 90% de los colaboradores de la empresa han realizado reclamos a la gerencia y administración de la hostería puesto que el sueldo básico que ellos reciben no esta acorde a todas las funciones que realizan dentro de la hostería, tomando en cuenta también el bajo costo que es pagado por hora extra en caso de existir eventos nocturnos en la empresa.
4. El 98% de los usuarios de la hostería realizan sugerencia con el afán de que los empleados de la misma presten un mejor servicio a los clientes, el 77% de los clientes internos de la hostería escucha estas sugerencias pero no las pone en práctica ya que otorgan escaso interés, generan de esta manera que dichas sugerencias no sean acogidas para mejorar el servicio y las expectativas del cliente.
5. Los Gerentes propietarios, la Administración de la hostería, los clientes internos y clientes externos están en un 98% de acuerdo con la implementación de un Plan de mejoramiento de los servicios turísticos de la empresa, tomando en cuenta la participación activa de cada una de las personas que conforman la misma, con el objetivo de brindar un servicio turístico de calidad a los clientes.

#### **4.6.2.2. RECOMENDACIONES.**

Se sugiere a Hostería Finca el Pigual:

1. Capacitar a los colaboradores internos de la empresa en forma continua con el objetivo de cumplir las expectativas y fidelizar clientes
2. Realizar planes de incentivos y de motivación para los colaboradores de la empresa, destacando el esfuerzo en el trabajo de los mismos
3. Implementar un buzón de quejas y sugerencias para los visitantes de la hostería, tomando en cuenta cada una de estas, con el objetivo de conocer las falencias de los colaboradores, teniendo la oportunidad de mejorar en su área de trabajo.
4. Implementar el presente Plan de Mejoramiento de servicios turísticos en un periodo de 6 meses, realizando revisiones continuas del mismo para realizarlos cambios que necesite en forma oportuna, con el objetivo de brindar un servicio de calidad en cada una de las áreas con las que cuenta la empresa, logrando llenar cada una de las expectativas de los clientes.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### **PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA LA HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO.**

##### **5.1. Introducción**

El turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para Ecuador.

La variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo, sobre todo, para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta de Ecuador.

El sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y la imagen de Ecuador, a veces estereotipada y otra desconocida, en muchos países. Según estimaciones, en el 2006 visitaron Ecuador aproximadamente 840.000 turistas, que generaron unos 700 millones de dólares. El número de turistas que llegan cada año va en aumento y para el 2010 las autoridades estiman que medio millón de personas visitarán la capital. Actualmente el interés de los turistas por visitar regiones con múltiples atractivos naturales y culturales, hacen notar en las empresas de servicios turísticos la necesidad de capacitar y mejorar la calidad de los servicios prestados en cada destino.

Es así el caso de Hostería el Pigual, localizada en la provincia de Pastaza, ciudad de Puyo, esta direccionada a brindar servicios turísticos de alojamiento, alimentación, esparcimiento, salones de recepción, catering, guianza, sauna, turco, piscina e hidromasaje.

En este momento la hostería cuenta con 50 hectáreas de terreno en donde funcionan todas sus instalaciones, proyectándose al futuro como una empresa con certificación turística que respalde la calidad de los servicios que esta brinda a sus visitantes.

## **5.2. MISIÓN**

Hostería Finca el Pigual es una empresa que brinda servicios turísticos de alojamiento, alimentación, creación de paquetes turísticos y distracción, a turistas nacionales y extranjeros, que visitan la Región Amazónica y los alrededores de la provincia de Pastaza, proveyéndoles a los clientes descanso en un ambiente natural con calidad en la prestación de cada uno de los servicios turísticos.

## **5.3. VISIÓN**

Brindar servicio de hospedaje y alimentación, cumpliendo con estándares internacionales de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, en un ambiente natural excepcional, propicio para el descanso, la convivencia y el descubrimiento de atractivos turísticos, siendo un puente entre el mundo urbanizado y la naturaleza. Logrando así la satisfacción de nuestros huéspedes y el desarrollo de la sociedad púyense.

## **5.4. OBJETIVOS**

### **5.4.1. Objetivo general.**

Mejorar los servicios turísticos de alojamiento, alimentación y distracción en un ambiente natural, que Hostería Finca el Pigual oferta, basados en el mejoramiento continuo del talento humano que labora en la empresa, para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.

### **5.4.2. Objetivo Específico**

- Diseñar un organigrama funcional y estructural dentro de la Hostería que permita definir las funciones específicas y cargos que debe desempeñar el talento humano de la empresa.

- Crear un plan de capacitación al personal en técnicas de servicio, atención al cliente, trabajo en equipo y liderazgo empresarial.
- Definir políticas internas que permitan seguridad en la estancia de los clientes externos y la estabilidad laboral de los clientes internos del establecimiento.

### **5.5. Descripción de la propuesta de mejoramiento de los servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual de la Ciudad de Puyo.**

La elaboración de la presente propuesta de mejoramiento de servicios turísticos dirigida a Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo tomó como base las 9 etapas del modelo de Plan de Mejoramiento de los autores **EVANS, JAMES Y LINDSAY, WILLIAM.**, con el libro Titulado “Administración y Control de la Calidad”. México D.F Internacional Thomson Editores, S.A. (2008).

Estas etapas fueron distribuidas de la siguiente manera en la propuesta:

#### **PRIMERA – SEGUNDA - TERCERA ETAPA:**

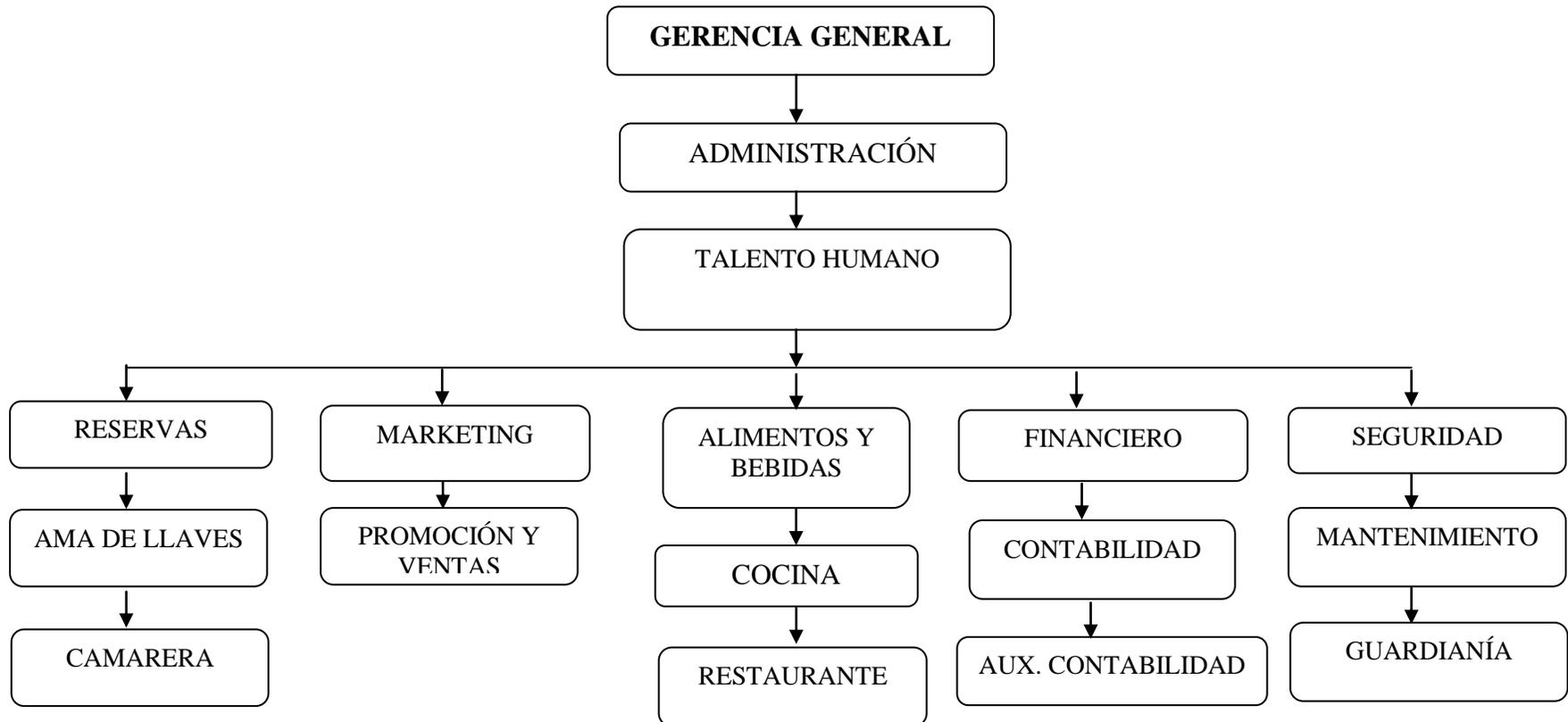
- **Compromiso de la Alta Dirección:**

Esta constituido por los principales ejecutivos de Hostería Finca el Pigual, en este caso Gerente y Administrador, los mismos que están encargados de estudiar el proceso de mejoramiento productivo de la empresa, basándose en técnicas y tácticas fundamentales que aportan de manera positiva y elaborando una estructura organizacional de la empresa consiguiendo cumplir con el objetivo de calidad en la prestación de servicios, gracias al grado de compromiso e interés que estos adquieran.

Debido a que la Hostería Finca el Pigual no cuenta con una estructura organizativa ni funcional que le permita a la empresa un mejor desempeño de sus funciones, me permito proponer la siguiente estructura organizacional y funcional:

### 5.5.1. Organigrama estructural de Hostería Finca el Pigual

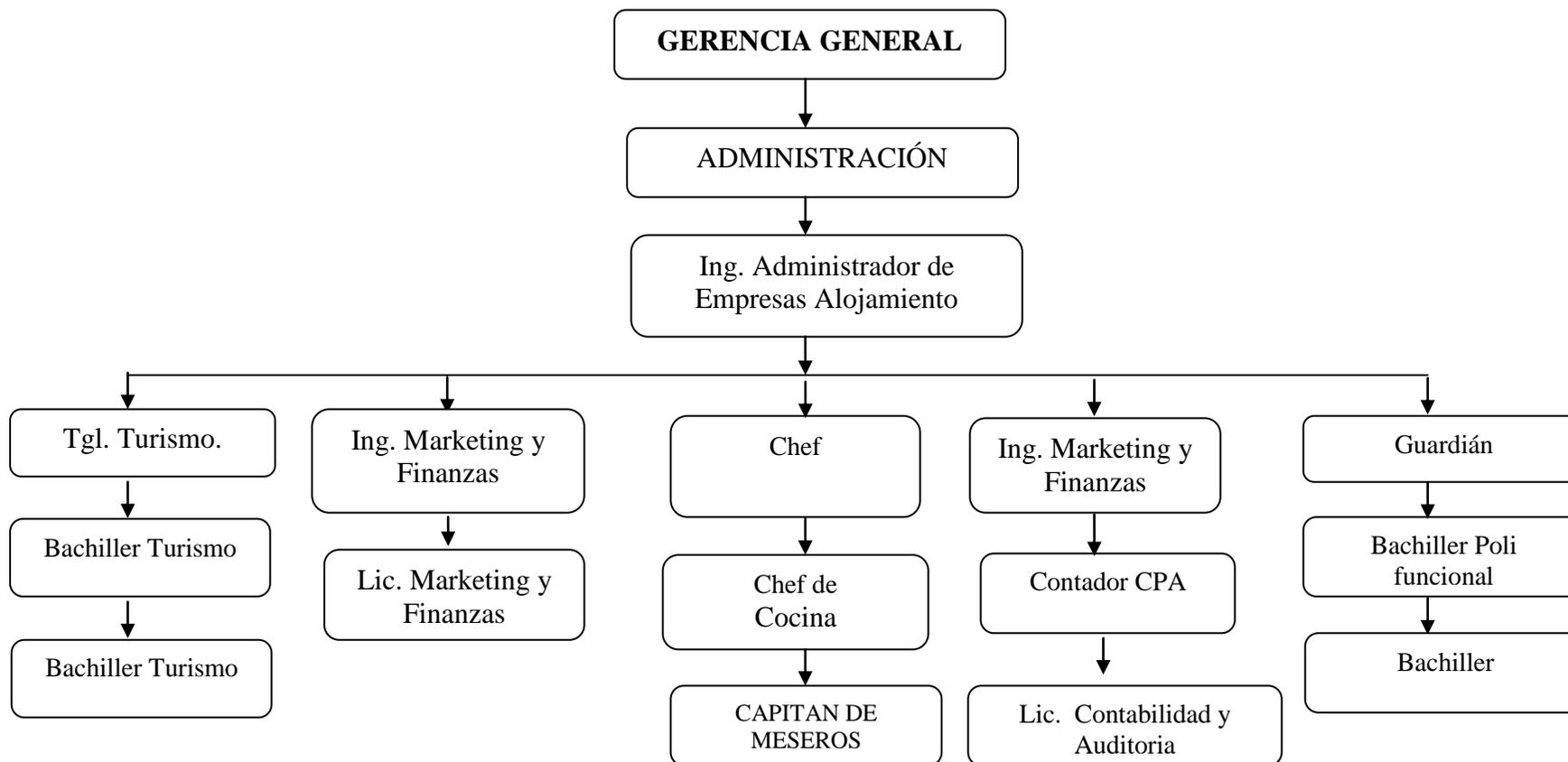
**GRAFICO N. 30**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL**



5.5.2. Descripción de cargos de Hostería Finca el Pigual.

GRAFICO N.31

CARGOS DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL



## 5.6. Manual de funciones dirigida al talento humano de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.

Un manual de funciones detalla cada uno de las actividades específicas que debe desarrollar un colaborador dentro de una empresa de servicios turísticos , dentro de este manual se establece los requisitos mínimos de competencia laborales y los resultados esperados que debe cumplir el encargado de cierta área dentro de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.

### 5.6.1. Cargo: Administrador de empresas alojamiento

#### CUADRO N. 40

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS ALOJAMIENTO	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio

Elaboración: Verónica Soto C.

### 5.6.2. Actividades que debe realizar:

- Planificar objetivos y estrategias:
- Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing):
- Analizar y evaluar resultados para proponer acciones:
- Alcanzar objetivos esperados:
- Asegurar la satisfacción del cliente:
- Liderar el equipo humano de trabajo:

#### 5.6.2.1 Conocimientos de un Administrador:

- Administrativos y contables;
- Precios, productos y servicios turísticos;
- Manejo de personal y equipos de trabajo;
- Procesos de mejora continua y técnicas de mercadeo.

- Técnicas de negociación y administración de contratos;
- Técnicas de liderazgo y jefatura;
- Métodos de evaluación de desempeño de personal;
- Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento

**Destrezas:**

- Planificación de corto y largo plazo.
- Toma de decisiones;
- Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita;
- Interpretación del lenguaje corporal.

**Cualidades:**

- Innovador.
- Perseverante.
- Atento. Cordial con el cliente interno y externo
- Previsor.
- Orientado al cambio.

**5.7. Cargo:** Agente de ventas y marketing.

**CUADRO N. 41**

<b>AGENTE DE VENTAS Y MARKETING.</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Atender demandas de viajes y su operación, comprometiéndose con la excelencia en la prestación de los servicios.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.7.1. Actividades que debe realizar.**

El agente de ventas debe:

- Planear y programar actividades:
- Comunicarse con el turista y los proveedores.

- Atender al turista:
- Demostrar y vender.
- Receptar pago:
- Asegurar la satisfacción del turista:
- Cuidar de la presencia personal y postura profesional:
- Apoyar al equipo de trabajo

#### **Conocimientos.**

- Leyes y Reglamento de actividades y servicios turísticos.
- Técnicas de ventas y de negociación, manejo de documentos mercantiles;
- Características de productos y servicios comercializados;
- Operación de los principales sistemas de distribución de ventas y reservación de servicios turísticos;
- Manejo de información turística por internet.
- Mercadeo (marketing) turístico;
- Operación de computadora, fax, teléfono o central telefónica, celular, fotocopidora, máquina de calcular y máquinas de tarjetas de crédito.

#### **Destrezas:**

- Comunicación oral clara, articulada y precisa, principalmente por teléfono;
- Comunicación escrita con empleo de gramática y vocabulario adecuados;
- Toma rápida de decisiones bajo presión de tiempo;
- Negociación de servicios;
- Cálculos matemáticos con fórmulas simples;
- Organización en todos los trabajos;
- Trabajo en equipo.

#### **Cualidades:**

- Confiable.
- Ordenado
- Optimista.
- Innovador.
- Persuasivo.

## 5.8. Cargo: Recepcionista.

**CUADRO N. 42**

<b>RECEPCIONISTA.</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Recibir y registrar al cliente a su llegada (check in); relacionar al huésped con los diversos servicios del establecimiento y efectuar los procesos de salida del huésped (check out).

**Elaboración:** Verónica Soto C.

### 5.8.1. Actividades que debe realizar.

El recepcionista debe:

- Registrar el ingreso del huésped (check in):
- Controlar el acceso a las habitaciones:
- Efectuar los procesos de salida del huésped (checkout)
- Coordinar el trabajo con el equipo humano de recepción
- Actuar como nexo entre los huéspedes y los otros departamentos del establecimiento:
- Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento.
- Asegurar la satisfacción del cliente:
- Cuidar de la apariencia personal:

#### **Conocimientos:**

- Dominio del sistema tarifario;
- Procesos de ingreso (check in) y salida (checkout) del huésped;
- Servicios de hotelería, funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento;
- Procedimientos básicos de telefonía, incluyendo manejo de códigos para llamada de larga distancia nacional e internacional, tarifas a cobrar, horarios con descuento, posibilidades de uso celular no local, números de teléfono útiles en caso de emergencia y uso de la guía telefónica;
- Atractivos turísticos, lugares para comprar, sus condiciones de seguridad, costos, horarios y reservas.

- Manejo de hojas de cálculo, procesador de palabras e internet;
- Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros;

**Destrezas:**

- Debatir respetuosamente en discusiones;
- Lectura y escritura, con capacidad de comunicación oral simple, de forma sintética y caligrafía legible;
- Comunicación verbal clara y articulada
- Predisposición para integrarse al trabajo en equipo;
- Obtención de la cooperación de colegas y de otros sectores;
- Interpretación de lenguaje corporal;
- Comprensión de las necesidades del cliente;
- Tener la capacidad para dar prioridades al huésped;
- Capacidad de relacionarse con los clientes;

**Cualidades:**

- Innovador.
- Equilibrado emocionalmente.
- Atento. Cordial con el cliente.

**5.9. Cargo:** Chef de cocina.

**GRAFICO N. 43**

<b>CHEF DE COCINA</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.9.1. Actividades que debe realizar.**

El chef de cocina debe:

- Planificar y controlar la cocina
- Elaborar programación de la cocina:

- Elaborar menú o carta:
- Crear recetas y preparar platos:
- Administrar existencia (stock) y consumo:
- Coordinar el trabajo de la cocina para banquete y servicio especial:
- Administrar al equipo:
- Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos:
- Representar a la organización

### **Conocimientos:**

- Prácticas administrativas de planificación.
- Principios de administración de alimentos y bebidas.
- Manejo y distribución del Recurso Humano.
- Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal.
- Creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo.
- Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio.
- Ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina.
- Técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje y presentación de platos, técnicas de servicio.
- Técnicas de aprovechamiento, porcinamente de alimentos y sustitución de ingredientes, que resulten en pérdidas mínimas.
- Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual.
- Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía.
- Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación.

### **Destrezas:**

- Cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos;
- Calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones;
- Memoria de corto y largo plazo.
- Comunicación clara y articulada, en forma oral y escrita.

- Capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo.
- Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo y con temperatura elevada;
- Juzgar sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos;

**Actitudes:**

- Ordenado.
- Confiable.
- Atento. Cordial con el cliente
- Equilibrado emocionalmente.
- Controlador. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.

**5.10. Cargo:** Ayudante de cocina

**CUADRO N. 44**

<b>AYUDANTE DE COCINA</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Brinda su colaboración en el proceso de preparación de los alimentos y el mantenimiento de los equipos y menaje de cocina.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.10.1. Actividades que debe realizar.**

El ayudante de cocina debe:

- Colaborar con el Chef-Cocinero en la preparación de los alimentos del menú diario.
- Vigilar los tiempos de cocimiento de los alimentos, programados por el Chef.
- Preparar los componentes que conforman el menú diario.
- Procurar orden y limpieza en el menaje de cocina, como también en los equipos y accesorios de la misma.
- Observar normas y disposiciones relacionadas a la higiene y asepsia aplicadas en la preparación de los alimentos.

**Destrezas:**

- Comunicación clara y articulada, en forma oral y escrita
- Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo y con temperatura elevada;

**Actitudes:**

- Ordenado.
- Confiable.
- Atento. Cordial con el cliente
- Equilibrado emocionalmente.

**5.11. Cargo: Posillero.****CUADRO N. 45**

<b>POSILLERO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Higienizar, limpiar, lavar y arreglar la loza, cubiertos, cristales, ollas, utensilios y equipos de cocina, de acuerdo con los estándares de higiene y seguridad alimentaria.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.11.1. Actividades que debe realizar.**

El posillero debe:

- Almacenar, organizar, limpiar, lavar e higienizar utensilios y equipos
- Apoyar en los inventarios de utensilios:
- Cuidar de la seguridad alimentaria:
- Cuidar del área de trabajo y de su presentación personal:
- Apoyar al equipo:

**Conocimientos:**

- Técnicas básicas de limpieza e higienización de ambientes, utensilios y equipos;
- Prácticas de arreglo y localización de menaje, utensilios y equipos.

- Seguridad industrial.
- Primeros auxilios básicos.

**Destrezas:**

- Lectura de instrucciones simples
- Manipular correctamente los utensilios y equipos
- Manipular y transportar objetos, instrumentos y equipos de tamaño pequeño y mediano
- Coordinación motriz;
- Arreglar o reparar daños menores de equipos y utensilios;
- Almacenar y organizar utensilios;
- Administrar inventarios de utensilios.

**Cualidades:**

- ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- Atento. Cordial con el cliente.

**5.12. Cargo:** Capitán de meseros

**CUADRO N. 46**

<b>CAPITÁN DE MESEROS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Planificar y supervisar el servicio; elaborar el menú; liderar y capacitar el equipo; recibir, acomodar y ayudar al cliente; solicitar el pedido; finalizar y servir platos y bebidas especiales; cuidar de la calidad del servicio y asegurar la satisfacción del cliente.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.12.1. Actividades que debe realizar.**

El capitán de meseros debe:

- Acoger al cliente:
- Controlar reserva de mesas;

- Recibir y ayudar en la acomodación del cliente;
- Aplicar procedimientos de llegada y acomodación de clientes especiales;
- Ayudar a recibir y guardar cartera y objetos;
- Ofrecer bebidas y menú;
- Sugerir, recomendar y vender productos;
- Tomar comandas;
- Coordinar la producción de la demanda en la cocina;
- Servir o encargar el servicio a un mesero;
- Dar información al cliente sobre actividades turísticas.
- Supervisar la finalización de la atención:
- Aclarar dudas sobre el consumo del cliente;
- Explicar y acordar la forma de pago;
- Hacer evaluación final del servicio junto al cliente;
- Verificar que el cliente desea mantener el servicio a la mesa post consumo;
- Despedirse de manera que lo incentive a retornar al establecimiento.
- Incentivar al cliente a consumir otros productos y servicios;
- Realizar cambios en el menú para atender a nuevas demandas;
- Prestar atención personalizada al cliente frecuente o recomendado;
- Evaluar los resultados de eventos ejecutados.
- Organizar y coordinar servicio especial:
- Supervisar la aplicación de los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos y en la limpieza de utensilios usados.
- Participar de la composición del menú:
- Investigar los ingredientes del menú;
- Considerar costo de ingredientes, características de la clientela, capacidad de producción y organización, recursos y equipos disponibles, facilidades y dificultades de suministro y renovación.
- Asegurar la satisfacción del cliente:
- Aproximarse al cliente sin necesidad de ser llamado;
- Recibir solicitudes, quejas, reclamos y dar solución;

- Supervisar el despacho de platillos, acompañar al equipo y verificar la calidad del servicio;
- Ofrecer información sobre el establecimiento;
- Elaborar horarios de trabajo, turno y día libre;
- Mantener la disciplina y la buena presentación de los miembros del equipo;
- Evaluar desempeño de los colaboradores;
- Cumplir y hacer cumplir los cuidados de higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia;
- Controlar la buena presentación de su equipo de trabajo.
- Apoyar al equipo
- Ayudar y orientar al equipo en el arreglo, limpieza y aseo del salón, mesas, utensilios y equipos;
- Ayudar en la toma y entrega de pedidos;
- Preparar comidas y bebidas en el bar o frente a la mesa del cliente;
- Elaborar control e inventario de existencias (stock), utensilios y equipos;
- Sugerir cambios y determinar necesidades de personal.

#### **Conocimientos:**

- Normas de servicio de etiqueta ,protocolo en la mesa, en el salón y eventos especiales
- Principios básicos de servicio de vinos y técnicas para servir bebidas;
- Términos técnicos relativos al servicio de alimentos y bebidas.
- Principios de administración de personal y de existencias (stock), con énfasis en liderazgo y optimización de uso del material disponible;
- Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación.
- Operación de los equipos de salón, cocina y bar, con los respectivos procedimientos de seguridad.

#### **Destrezas:**

- Lectura y escritura clara para anotación de pedidos y llenado de formularios;
- Comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuado.

- Interpretación de lenguaje corporal.
- Manejo de crisis en situaciones especiales con clientes.
- Agudeza auditiva y visual para identificar pedido y llamado del cliente.
- Percepción espacial para facilitar la localización del cliente.

**Actitudes:**

- Ordenado.
- Confiable.
- Atento. Cordial con el cliente
- Equilibrado emocionalmente.

**5.13. Cargo:** Ayudante de mesero.

**CUADRO N. 47**

<b>AYUDANTE DE MESERO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Desesterilizar platos, cubiertos y vasos; limpiar y arreglar salón y espacio para comida, antes y después de la atención; ayudar al mesero en la atención al cliente, en las existencias (stock) y en el reabastecimiento de alimentos, bebidas, platos, cubiertos, vasos y utensilios del salón.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.13.1. Actividades que debe realizar**

El ayudante de mesero debe:

- Arreglar mesa para comida;
- Arreglar aparador, mesa auxiliar de servicio y las estaciones de apoyo de los meseros;
- Alinear mesas y sillas;
- Ayudar en la puesta a punto (mise en place) del salón de comida.
- Preparar el menaje de servicio:

- Abastecer y reabastecer el pimentero, salero, palillero, vinagrera, quesera, azucarero y similares.
- Limpiar el salón después del servicio:
- Retirar platos vacíos, cubiertos, servilletas y otros utensilios usados por el cliente;
- Recoger y guardar vajilla, cristalería, cubertería y otros utensilios;
- Clasificar uniformes y mantelería sucia y llevar a la lavandería.
- Esterilizar, pulir, arreglar utensilios y hacer reposición de, vajilla, cubertería, cristalería
- Cuidar de la seguridad de los alimentos:
- Recibir y entregar los pedidos a la cocina.
- Apoyar la atención y el servicio al cliente:
- Utilizar las mesas de apoyo o servir directamente al cliente platillos montados, postres y bebidas en general;
- Cuidar de la presentación personal:
- Velar por los accesorios que influyen en la buena apariencia y el servicio,

**Conocimientos:**

- Técnicas básicas para servir alimentos y bebidas.
- Normas básicas de etiqueta en la mesa y en el salón;
- Higiene y presentación personal adecuados a la ocupación.

**Destrezas:**

- Lectura de pedidos e instrucciones simples;
- Comunicación oral clara y articulada.
- Trabajo en equipo;
- Coordinación motriz para transportar y manipular objetos.

**Cualidades:**

- Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.

- Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

**5.14. Cargo:** Ama de llaves.

**CUADRO N. 48**

<b>AMA DE LLAVES.</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, sala de refrigeración, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.14.1. Actividades que debe realizar.**

El ama de llaves debe:

- Elaborar los cronogramas de trabajo con los colaboradores del departamento, para el lavado de cortinas, alfombras, cobijas, cubrecamas, retoque de muebles o limpieza profunda de las habitaciones;
- Definir o revisar métodos y procedimientos operacionales;
- Definir prioridades para atender solicitudes especiales y programación de llegada y salida de huéspedes;
- Organizar la operación en las temporadas y los eventos especiales;
- Establecer patrones de tiempo y especificaciones de calidad para la entrega de los servicios y los productos;
- Establecer el equipo de personas necesario para el ordenamiento, limpieza y servicios generales.
- Mantener la disciplina y asegurar los estándares de presentación personal;

- Establecer un ambiente de trabajo cooperativo, comprometido, optimista y productivo;
- Evaluar el desempeño del equipo humano de trabajo;
- Orientar y motivar para el auto desenvolvimiento y el trabajo en equipo;
- Capacitar y asegurar la competencia del equipo;
- Generar un programa de capacitación continua en los diferentes procesos, políticas o estándares.
- Proveer al equipo la información actualizada del establecimiento como horarios, eventos especiales y servicio.
- Asegurar la continuidad de las acciones iniciadas en turnos anteriores.
- Distribuir los implementos de los equipos de trabajo;
- Supervisar el ordenamiento e inspeccionar el estado de las diferentes áreas de trabajo.
- Prever el material y lugar de almacenamiento en cada área y supervisar el control de inventarios en estas áreas.
- Orientar sobre atenciones especiales, privacidad del cliente, seguridad y emergencias.
- Asegurar que los servicios sean ejecutados conforme a los estándares mínimos de calidad.
- Monitorear el estado de las habitaciones durante la llegada, ocupación hotelera y salida de huéspedes.
- Identificar la necesidad de contratar servicios externos, como jardinería, desinfección, fumigación, lavado de alfombras y cortinas.
- Identificar y seleccionar proveedores de productos y servicios.
- Analizar propuestas y presupuestos.
- Inventariar el material de limpieza, menaje, material de reposición de las habitaciones;
- Definir la cantidad y el tipo del mobiliario de reserva.
- Definir la cantidad y el tipo de máquinas y equipos de lavandería y limpieza.
- Establecer políticas de uso y consumo de productos y materiales;

- Controlar el consumo de productos y materiales para evitar el desperdicio.
- Solicitar la adquisición de artículos de decoración.
- Escoger la ropa de cama, baño y mesa.
- Establecer políticas de decoración de acuerdo al ambiente, a la temporada o al evento.
- Asegurar que el servicio otorgado esté en conformidad con lo ofertado.
- Atender e interpretar las quejas y reclamos del huésped.
- Identificar y solucionar las causas de insatisfacción y promover mejoras.
- Coordinar la devolución de los objetos olvidados por el huésped.
- Informar la condición de las habitaciones y pedidos especiales del huésped;
- Participar en la definición de procedimientos de eventos, para clientes importantes (VIP) y huéspedes con necesidades especiales.
- Coordinar con el departamento de mantenimiento, las reformas, servicios o reparaciones en las habitaciones o áreas sociales.
- Actuar conjuntamente con el departamento de seguridad, recepción u otros en situaciones de emergencia;

**Conocimientos:**

- Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajo y eventos especiales.
- Técnicas de liderazgo y jefatura;
- Técnicas de manejo de inventarios,
- Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento
- Funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento
- Técnicas de servicio al cliente;

**Destrezas:**

- Capacidad de argumentar con lógica verbalmente o por escrito;
- Tomar decisiones complejas, individualmente o conjuntamente con otras personas;
- Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales;

- Planificación de corto plazo, de acuerdo con recomendaciones estratégicas.

**Cualidades:**

- Innovador.
- Ordenado.
- Práctico. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas.
- Controlador.
- Democrático.
- Equilibrado emocionalmente.

**5.15. Cargo:** Camarera de pisos

**CUADRO N. 49**

<b>CAMARERA DE PISOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.15.1. Actividades que debe realizar**

La camarera de pisos debe:

- Barrer, aspirar, lavar, pulir, remover manchas simples de sanitarios, pisos, minibar, ventanas, paredes, muebles, espejos, cuadros, barrederas, equipos y demás elementos de la habitación y área social, aplicando procedimientos o estándares mínimos.
- Realizar el montaje de cama extra o cuna;
- Arreglar y ordenar menaje de acuerdo con los requerimientos del huésped.
- Coordinar con el departamento de recepción y alimentos y bebidas atenciones especiales a huéspedes;
- Coordinar con el departamento de reservas el estado de las habitaciones.
- Hacer inspección visual de la apariencia y calidad después de la finalización del servicio de ordenamiento y limpieza.

- Confirmar la integridad de las instalaciones, el abastecimiento de agua en el baño, la ausencia de algún elemento que perjudique la presentación final de la habitación.
- Verificar el funcionamiento de interruptores, luz, televisión, radio, teléfono, control remoto, TV, aire acondicionado, ventana, puerta, ducha, televisión por cable, visillo, cortina pesada, persianas, u otros.
- Retirar el menaje de servicio a la habitación (room service);
- Mantener en orden las pertenencias del huésped.
- Contar, revisar y clasificar la ropa de habitación para su envío a la lavandería.
- Registrar la cantidad de huéspedes por habitación y novedades.
- Recoger y registrar objetos olvidados.
- Hacer inventario de cada habitación y de la bodega de piso.
- Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento:
- Recibir, tramitar y hacer seguimiento de los requerimientos del huésped en relación a otros ambientes o sectores del establecimiento.
- Comunicar a la administración anomalías de comportamiento o uso indebido de las habitaciones por parte del huésped;
- Trabajar conjuntamente con su jefatura y departamento de seguridad para solventar cualquier situación conflictiva.
- Escuchar y comunicar al supervisor las impresiones y opiniones del huésped.
- Realizar las tareas de limpieza sin perturbar la estadía del huésped.
- Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia;

**Conocimientos:**

- Técnicas de limpieza, ordenamiento en habitaciones y áreas sociales.
- Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos.
- Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;
- Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped;

- Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento.

**Destrezas:**

- Lectura y escritura clara para llenado de formularios y registros de novedades simples.
- Tomar decisiones rápidas bajo presión;
- Comunicarse claramente de manera verbal

**Actitudes:**

- Práctico.
- Ordenado
- Equilibrado emocionalmente.
- Discreto. Reservado, evita hablar de sí mismo y de los otros.
- Atento. Cordial con el cliente.

**5.16. Cargo:** Jefe de mantenimiento.

**CUADRO N. 50**

<b>JEFE DE MANTENIMIENTO.</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas en equipo, mobiliario e instalaciones; prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de mantenimiento encomendado.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.16.1. Actividades que debe realizar.**

El jefe de mantenimiento debe:

- Probar el funcionamiento del equipo o la instalación;
- Identificar el tipo y la magnitud del daño o defecto;
- Determinar el presupuesto para la reparación; el listado de repuestos o materiales, tiempo de reparación y la necesidad de ejecutar el mantenimiento;
- Generar el reporte de daños y llenar la memoria técnica del equipo, habitación o área afectada.

- Reparar lámparas, toma corrientes, boquillas, cajas térmicas, fusibles, duchas eléctricas, resistencias, canales de agua, extensiones eléctricas, transformadores, reguladores de voltaje, hacer tierra y aislar la fuga de corriente, entre otros;
- Reparar los lavaderos de cocina, canastillas, sifones, sanitarios, filtros de agua, tubería y otras instalaciones;
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo para la operación de cisternas y pozos sépticos.
- Destruir o cambiar cerraduras, ventanas, gavetas y equipo en general.
- Reducir ruido en camas, ventanas, equipo de aire acondicionado, puertas y otras piezas móviles;
- Reparar o realizar el mantenimiento preventivo de extractores de olores, equipos de limpieza;
- Realizar mantenimiento preventivo de equipos de cocina, calderos, elevadores, carpintería.
- Instalar extensiones telefónicas;
- Sustituir la toma de un aparato defectuoso;
- Verificar las líneas hasta la central telefónica;
- Llamar y solicitar servicios técnicos de ingeniería en telecomunicaciones a la empresa competente.
- Reparar pisos; revestimientos como: alfombra, yeso, papel de pared, azulejo, vinyl y piezas de aluminio; tumbados y dar soluciones provisionales o definitivas a goteras o fugas de agua en los techos; retocar la pintura; limpiar rótulos.
- Instalar extensiones para energía.
- Montar y desmontar camas, mesas y soportes para aparatos eléctricos.
- Instalación, montaje y desmontaje de equipos para eventos.
- Manejar inventarios de los equipos y materiales del departamento o por área, oficina o habitación;

- Mantener limpio y organizado el lugar de trabajo; evitar la contaminación de otra área, ruido y movimientos que molesten la permanencia de los huéspedes o clientes del establecimiento;
- Identificar las características de operación de cada equipo o maquinaria y respetar las sugerencias del proveedor.
- Realizar control de plagas, mantenimiento preventivo de equipos y maquinaria de las diferentes áreas del establecimiento
- Dar a conocer los procedimientos de seguridad industrial al personal que tiene acceso a estos materiales, equipos o maquinaria.
- Cuidar la imagen personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.
- Atender prioridades solicitadas por otro sector del establecimiento.

**Conocimientos:**

- Técnicas de diagnóstico y reparación de aparatos electrónicos, eléctricos, mecánicos e hidráulicos;
- Manejo de herramientas y suministros de uso común en electricidad y en mecánica básica.
- Operación y mecanismo de ajuste de los equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;
- Conocimientos básicos de plomería, carpintería, albañilería y pintura.

**Destrezas:**

- Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas;
- Comunicación clara de manera oral y escrita;
- Rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo.
- Improvisar y encontrar soluciones optimizando los recursos que se tienen disponibles.
- Diagnosticar ruidos que indiquen defectos;
- Coordinación motora con los dedos y las manos, firmeza para manipular objetos.

**Cualidades:**

- Práctico.
- Atento. Cordial con el cliente.

- Equilibrado emocionalmente.
- Previsor
- Activo.
- Perseverante.

**5.17. Cargo:** Guardia de seguridad.

**CUADRO N. 51**

<b>GUARDIA DE DE SEGURIDAD</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Verificar y velar por la seguridad tanto de la empresa como de las huéspedes que se encuentren haciendo uso de las instalaciones del establecimiento

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.17.1. Actividades que debe realizar.**

El guardia de seguridad debe:

- Velar por la seguridad de la empresa.
- Velar por la seguridad de los huéspedes.
- Dar a conocer sobre alguna anomalía tanto dentro como fuera de las instalaciones al área administrativa.
- Informar sobre disturbios dentro y fuera de las instalaciones.
- Conocer el manejo básico de armas, gas pimienta u otros implementos que este necesite para su trabajo.

**Destrezas:**

- Comunicación clara de manera oral y escrita.
- Rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo.
- Improvisar y encontrar soluciones optimizando los recursos que se tienen disponibles.

**Cualidades:**

- Práctico.

- Atento. Cordial con el cliente.
- Equilibrado emocionalmente.
- Activo.

**5.18. Cargo:** Contador.

**CUADRO N. 52**

<b>CONTADOR</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Llevar la contabilidad diaria, mensual, trimestral y anual de la empresa de servicios turísticos.

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.18.1. Actividades que debe realizar.**

El Contador debe:

- Mantener al día la contabilidad y movimiento financiero de la empresa.
- Presentar informes financieros actualizados a la Gerencia cuando ella lo requiera.
- Elaborar documentos contables acorde a las normas actualizadas generalmente aceptadas de contabilidad ceñidas a las disposiciones legales vigentes.
- Presentar oportunamente informes, estados financieros y otros documentos a los organismos de control de conformidad a la ley.
- Elaborar y presentar declaraciones tributarias periódicas de conformidad a las normas vigentes.
- Recibir, revisar y comprobar toda la documentación de respaldo de los diferentes movimientos económicos de la organización.

**Destrezas:**

- Comunicación clara de manera oral y escrita.
- Cálculos matemáticos con fórmulas simples.
- Negociación de servicios.
- Organización en todos los trabajos.

- Rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo.
- Trabajo en equipo.

**Cualidades:**

- Confiable.
- Ordenado
- Optimista.
- Innovador.
- Persuasivo.

**5.19. Cargo:** Auxiliar de contabilidad.

**CUADRO N. 53**

<b>AUXILIAR DE CONTABILIDAD.</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Llevar la contabilidad diaria de la empresa bajo la supervisión del Contador

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**5.19.1. Actividades que debe realizar.**

El auxiliar de contabilidad debe:

- Apoyar al contador de la empresa
- Elaborar estados de situación inicial y final de la empresa
- Organizar facturas de compras y ventas.
- Manejo de programas contables
- Declaración de impuestos

**Destrezas:**

- Comunicación clara de manera oral y escrita;
- Cálculos matemáticos con fórmulas simples;
- Negociación de servicios;
- Organización en todos los trabajos;
- Rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo.

- Trabajo en equipo.

**Cualidades:**

- Confiable.
- Ordenado
- Optimista.
- Innovador.
- Persuasivo

**6. Políticas dirigidas a Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.**

Estas políticas han sido diseñadas explícitamente para Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, ya que durante el tiempo de existencia del establecimiento ha carecido de dichas políticas que en varias ocasiones han imposibilitado el óptimo desempeño de los colaboradores internos de la empresa. Así también me permito realizar políticas dirigidas a los clientes externos de la empresa con el objetivo de dar a conocer sus derechos al momento de adquirir un servicio en la hostería.

**6.1 Políticas dirigidas a los clientes de Hostería Finca el Pigual**

**6.1.1. Formas de Pago:**

Hostería Finca el Pigual, acepta tarjetas de crédito de Visa, Master Card, American Express y pagos en efectivo mediante un depósito o transferencia bancaria. Si su pago es en base a un depósito o transferencia bancaria deberá de contactar con los Ejecutivos de Reservas de la Hostería.

Si el cliente realiza el pago mediante cargo a tarjeta al final del proceso de cobro el sistema le asignará su número electrónico de reservación mismo que verá en pantalla, al correo electrónico que indicó al momento de introducir sus datos, a este correo le llegará la confirmación (cupón electrónico de reservación) el cliente deberá imprimir este cupón electrónico y presentarlo a su llegada a la Hostería.

Al momento que el cliente realiza una reservación (introducir) datos de su (s) tarjetas de crédito, este acepta haber leído y entendido nuestras políticas de cobro, reservación, cancelación y deslinde de responsabilidades.

### **6.1.2. Tarifas**

Todas las tarifas publicadas en el Sitio Web son válidas en día y hora de su cotización únicamente y pueden variar, están sujetas a cambios sin previo aviso sea una tarifa, un descuento, promoción etc. Y solo se garantizan al momento de su compra.

Todas las tarifas son mostradas en dólares americanos, las tarjetas del extranjero sin importar cuál sea el país o moneda que rigen a dichas tarjetas de crédito serán cargadas y cobradas en dólares americanos.

### **6.1.3. Cancelaciones**

Salidas anticipadas de la hostería (uso no completo de los servicios contratados) o en su defecto no presentarse al uso de los servicios contratados (no show) será considerada automáticamente como una cancelación misma que no tendrá ningún derecho a reclamación o reembolsos.

Cuando ya se haya pagado un servicio (reservación) contratado y posterior a la reservación (compra) se desee reducir el número de personas de personas donde como resultado un costo inferior al originalmente pagado, es única y exclusiva decisión de la hostería o proveedor contratado aplicar algún reembolso o en su defecto alguna penalidad.

Toda reservación pagada (procesada) y posterior a esto solicitada como cancelación por parte del cliente (comprador) está sujeta a un cargo del 20% de gastos administrativos más lo que resulte de las penalizaciones propias de la hostería reservado. El realizar una reservación a través de [www.elpigual.com](http://www.elpigual.com) el cliente acepta y entiende estas políticas estando totalmente de acuerdo con dichas políticas de cancelación.

### **6.1.4. Deslinde de responsabilidades**

[www.elpigual.com](http://www.elpigual.com) es un portal en internet que presta servicios de reservaciones de hostería en su calidad de intermediario entre el consumidor final y el establecimiento prestador de los servicios.

[www.elpigual.com](http://www.elpigual.com) no puede asumir ninguna responsabilidad frente a quienes compran servicios en su portal de Internet por actos u omisiones de los proveedores aquí anunciados en virtud de que no tiene control alguno o relación legal sobre el personal, equipo, operación o bienes del prestador final de los servicios.

[www.elpigual.com](http://www.elpigual.com) declara, que:

- a) las fotografías mostradas en su portal de Internet son solamente representativas y no garantizan que a su llegada, todo sea exactamente igual como aquí se describe.
- b) www.elpigual.com se reserva el derecho de rechazar o no admitir a cualquier cliente o persona en cualquier momento que así lo juzgue conveniente.
- c) Cualquier reclamación o notificación, deberá ser recibida a más tardar con siete (7) días después del regreso de su viaje.

www.elpigual.com, no asumirá responsabilidad por ninguna reclamación, costo o gastos que surjan por heridas personales o de terceras personas, accidentes o deceso, pérdida o daños de pertenencias personales, pérdida de diversión, enojo, desilusión, angustia o frustración, ya sea mental o física, que resulte de lo que se menciona a continuación:

- a) Un reembolso total no será aplicado en situaciones en las que el viaje o servicio tenga que ser cancelado, interrumpido y/o pospuesto por razones que estén fuera de control (causas de fuerza mayor, tales como, pero no limitadas a, clima, huracán, terremotos, actos de terrorismo, etc.) y en los que las obligaciones contractuales de www.elpigual.com con sus proveedores no le permitan obtener reembolso de la suma pagada o a ser pagada al proveedor por cuenta del cliente. En cualquier caso, www.elpigual.com, podrá retener un 10% del total de la cantidad pagada por la reservación como gasto administrativo.

Por su naturaleza en Internet y/o medios electrónicos con los proveedores aquí anunciados, existe la posibilidad de que la vigencia de algunos precios haya expirado o provenga de información erróneamente proporcionada por dichos proveedores con la que nuestra base de datos es alimentada.

En caso de que el precio correcto sea mayor a la cantidad cotizada, Hostería Finca el Pigual se contactará oportunamente con el cliente, informándole la cantidad correcta o bien, procediendo a la cancelación de la reservación a petición del interesado por no estar de acuerdo con el incremento en precio, deslindando expresamente el Pigual y sus proveedores de cualquier responsabilidad o pago de indemnización por inconvenientes causados por dicha cancelación.

#### **6.1.5. Manejo de información**

www.elpigual.com es un portal en internet y por la naturaleza de su operación (medios electrónicos) usted acepta desde el momento de realizar algún tipo de registro dentro de

www.elpigual.com la posible comunicación vía correo electrónicos, boletines informativos, news letters, comunicados y promociones futuros como parte de la información enviada a los clientes.

www.elpigual.com por ninguna razón podrá divulgar, vender, rentar o publicar su información incluyendo dirección de correo electrónico.

### **6.1.6. Seguridad**

**6.1.6.1. Seguridad de los servicios turísticos:** Sistema que permita la protección del turista durante el desplazamiento por los distintos establecimientos de servicios turísticos y recreativos (honestaría, restaurante, áreas recreativas, etc.) del destino turístico.

Esto nos lleva a considerar la existencia de situaciones de conflicto durante el desplazamiento del visitante por un destino para realizar turismo o recreación.

## **6.2. Políticas dirigidas a los colaboradores internos de Hostería Finca el Pigual.**

### **6.2.1. Políticas del departamento de recepción:**

- a) El o los encargados del departamento de recepción deberán mantener su uniforme y presentación personal impecable.
- b) No se permite mantener contacto con el cliente sino en caso estrictamente profesional.
- c) La hora de ingreso a la hostería es de 8 H00 am
- d) La hora de salida es a las 17H00 pm.
- e) En caso de necesitar de la presencia de o los recepcionistas por más tiempo se le notificará con anticipación y su pago se lo realizara al final del mes como horas extras.
- f) El o los recepcionistas se encuentran estrictamente bajo la responsabilidad de apertura y cierre de caja.
- g) El o los recepcionistas que pertenezcan a otras provincias se les otorgará por tres meses una habitación y comida para una buena estadía en la empresa.
- h) El uso de internet en el área de recepción es exclusivo para trabajos profesionales y negocios que la hostería tenga que realizar con sus clientes.
- i) Se le otorgará un día libre a la semana, dependiendo de la rotación de sus horarios

## **6.2.2. Políticas del departamento de alimentos y bebidas.**

### **6.2.2.1. Políticas del departamento de restaurante.**

- a) El o los encargados del departamento de restaurante deberán mantener su uniforme y presentación personal impecable.
- b) No se permite mantener contacto con el cliente sino en caso estrictamente profesional.
- c) La hora de ingreso a la hostería es de 8 H00 am
- d) La hora de salida es a las 17H00 pm.
- e) En caso de haber eventos especiales y se necesite de la presencia de una de las personas de esta área se le comunicara con anticipación y su pago por el servicio se lo realizará a fin de mes como horas extras.
- f) En caso de que otras áreas necesiten apoyo de las personas que laboran en el área de restaurante serán llamadas a brindar dicho apoyo.
- g) la limpieza de esta área s encuentra a cargo estrictamente de la o las personas que estuvieran a cargo del turno en ese momento.
- h) En caso de que un cliente olvidaré alguna de sus pertenencias en está área es obligación de la o las personas en turno hacer llegar estas pertenencias al área de recepción.
- i) Se le otorgará un día libre a la semana, dependiendo de la rotación de sus horarios

### **6.2.2.2. Políticas del departamento de cocina.**

- a) El o los encargados del departamento de cocina deberán mantener su uniforme y presentación personal impecable.
- b) No se permite mantener contacto con el cliente sino en caso estrictamente profesional.
- c) La hora de ingreso a la hostería es de 8 H00 am
- d) La hora de salida es a las 17H00 pm.
- e) En caso de haber eventos especiales y se necesite de la presencia de una de las personas de esta área se le comunicara con anticipación y su pago por el servicio se lo realizará a fin de mes como horas extras.
- f) En caso de que otras áreas necesiten apoyo de las personas que laboran en el área de restaurante serán llamadas a brindar dicho apoyo.

- g) La limpieza de esta área se encuentra a cargo estrictamente de la o las personas que estuvieran a cargo del turno en ese momento.
- h) La o las personas encargadas de esta área se encargará de brindar calidad tanto en sabor como en presentación de cada uno de los platillos que sean servidos a los clientes.
- i) La o las personas que se encuentren a cargo de esta área se encargaran de realizar los menús para eventos especiales que se realicen en la empresa.
- j) Se le otorgará un día libre a la semana, dependiendo de la rotación de sus horarios

### **6.3. Políticas del departamento de camarería y lavandería.**

- a) El o los encargados del departamento de camarería y lavandería deberán mantener su uniforme y presentación personal impecable.
- b) No se permite mantener contacto con el cliente sino en caso estrictamente profesional.
- c) La hora de ingreso a la hostería es de 8 H00 am dependiendo de su turno
- d) La hora de salida es a las 19H00 pm.
- e) En caso de haber eventos especiales y se necesite de la presencia de una de las personas de esta área se le comunicara con anticipación y su pago por el servicio se lo realizará a fin de mes como horas extras.
- f) En caso de que otras áreas necesiten apoyo de las personas que laboran en el área de restaurante serán llamadas a brindar dicho apoyo.
- g) La limpieza de esta área se encuentra a cargo estrictamente de la o las personas que estuvieran a cargo del turno en ese momento.
- h) La o las personas encargadas de esta área se encargará de mantener todas las habitaciones y senderos que dirigen a las mismas totalmente limpias para los clientes.
- i) Se le otorgará un día libre a la semana, dependiendo de la rotación de sus horarios

### **6.4. Políticas del departamento de guardianía.**

- a) El o los encargados del departamento de guardianía deberán mantener su uniforme y presentación personal impecable.
- b) No se permite mantener contacto con el cliente sino en caso estrictamente profesional.
- c) La hora de ingreso a la hostería es de 19H00.

- d) La hora de salida es a las 07H00.
- e) En caso de haber eventos especiales y se necesite de la presencia de una de las personas de esta área se le comunicara con anticipación y su pago por el servicio se lo realizará a fin de mes como horas extras.
- f) En caso de que otras áreas necesiten apoyo de las personas que laboran en el área de restaurante serán llamadas a brindar dicho apoyo.
- g) La limpieza de esta área se encuentra a cargo estrictamente de la o las personas que estuvieran a cargo del turno en ese momento.
- h) La o las personas encargadas de este departamento se encargará de mantener la seguridad de todas las instalaciones de hostería así como la seguridad de las pertenencias de sus huéspedes
- i) Se le otorgará un día libre a la semana, dependiendo de la rotación de sus horarios.

## **SEGUNDA-TERCERA - CUARTA ETAPA**

- **Consejo Directivo del Mejoramiento:**

La fase de Consejo Directivo del Mejoramiento implica la participación activa de todos los Ejecutivos de la organización. Cada ejecutivo debe participar en un curso de capacitación que le permita conocer nuevos estándares de la empresa y las técnicas de mejoramiento respectivas, para llegar positivamente al objetivo planteado en la Propuesta. Una vez que el equipo ejecutivo esté capacitado en el proceso de mejoramiento, se darán las condiciones para involucrar a los empleados. Es decir se incluye la participación total de la gerencia y administración de la hostería, ellos se harán responsables de preparar a sus subordinados, empleando las técnicas que aprendieron durante la capacitación.

De los cuales se deriva también el desarrollo de sistemas que brinden a todos los individuos y los medios para que contribuyan, sean medidos y se les reconozcan sus aportaciones personales en beneficio del mejoramiento, ya que los empleados son una herramienta fundamental dentro de la empresa.

## **7. Capacitación en gestión empresarial y liderazgo dirigido a la administración y gerencia de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo.**

**DESCRIPCIÓN:** La propuesta capacitación en **GESTION EMPRESARIAL Y LIDERAZGO** está dirigida a la Administración y Gerencia de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, ya que se ha detectado por medio de un estudio FODA y un estudio de Mercado falencias muy notorias que no permiten el óptimo desempeño de las funciones en estas áreas. Los temas que se desarrollarán durante la capacitación están dirigidos a orientar a dichas áreas en el mejor manejo de sus funciones y de su personal. A continuación se detalla la necesidad, el objetivo, el nombre del capacitador y su perfil profesional.

- **Necesidad:** Dar a conocer a los empleados sobre sus derechos y obligaciones en la Hostería de acuerdo al código de trabajo vigente
- **Objetivo:** Cumplir y hacer cumplir con los derechos y obligaciones acorde al código de trabajo vigente.

**Capacitador:** Msc. José Luis Carvajal.

- **Perfil:** Msc. Manejo de Talento Humano y Seguridad Industrial.

### **Forma de Pago:**

El pago de la capacitación se la realizará de la siguiente forma:

- 30% del costo total de la Capacitación: Firmar el contrato.
- 70% del costo total de la Capacitación: Finalizar el curso.

**CUADRO N.54**  
**CAPACITACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y LIDERAZGO**

TEMA DE CAPACITACION	CONTENIDOS	RESPONSABLE	TIEMPO DE CAPACITACIÓN	TECNICAS A UTILIZAR	REQUERIMIENTOS	COSTO
GESTIÓN EMPRESARIAL Y LIDERAZGO	1.Planeación Estratégica	<b>GERENTE ADMINISTRADOR</b>	2 Meses	AUDIOVISUA LES  COLLAGE  LLUVIA DE IDEAS.  EJERCICIOS PRÁCTICOS	Laptop.	\$1.500 USD  Dólares Americanos
	2.Relaciones Humanas				Retroproyector.	
	3.Fortalecimiento Organizacional				Pantalla.	
	4.Resolución de Conflictos				Disponibilidad de Salón para conferencias.	
	5.Trabajo en Equipo				Alojamiento.	
	6.Toma de Decisiones				Alimentación	

**ELABORACIÓN:** Verónica Soto C.

## **7.2. Capacitación en servicio y atención al cliente dirigida al talento humano de Hostería Finca el Pigual.**

**DESCRIPCIÓN:** La propuesta de capacitación en **SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE** está dirigida a los colaboradores de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, la misma que fue obtenida en base al estudio estratégico y al estudio de mercado que se realizó en el establecimiento.

A continuación se detalla la necesidad, el objetivo, el nombre del capacitador y su perfil, resaltando que son temas que sirven como base para un mejor desenvolvimiento en la prestación de servicios turísticos de un lugar de alojamiento, alimentación y en si en lugares de prestaciones turísticas y hoteleras

- **Necesidad:** Capacitar al talento humano de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo para brindar un servicio turístico de calidad a los clientes finales.
- **Objetivo:** Satisfacer las necesidades de los clientes del establecimiento con servicios turísticos de calidad, logrando fidelizarlos y ampliar el mercado por medio de la propaganda que los clientes realicen en su medio
- **Capacitador:** Msc. José Luis Carvajal.
- **Perfil:** Msc. Manejo de Talento Humano y Seguridad Industrial.

### **Forma de Pago:**

El pago de la capacitación se la realizará de la siguiente forma:

- 30% del costo total de la Capacitación: Firmar el contrato.
- 70% del costo total de la Capacitación: Finalizar el curso.

**CUADRO N.55**

**CAPACITACIÓN EN SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

TEMA DE CAPACITACION	CONTENIDOS	RESPONSABLE	TIEMPO DE CAPACITACIÓN	TECNICAS A UTILIZAR	REQUERIMIENTOS	COSTO
SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conceptos Básicos de Servicio.</li> <li>2. El servicio en el sector turístico.</li> <li>3. El servicio como factor clave de éxito.</li> <li>4. El Cliente. Y su Importancia en las empresas.</li> <li>5. Expectativas del cliente con respecto al servicio.</li> <li>6. Satisfacción del Cliente.</li> <li>7. Estrategias de servicio</li> </ol>	<b>GERENTE ADMINISTRADOR</b>	2 Meses	<p>AUDIOVISUALES</p> <p>COLLAGE</p> <p>LLUVIA DE IDEAS.</p> <p>EJERCICIOS PRÁCTICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop.</li> <li>• Retroproyector.</li> <li>• Pantalla.</li> <li>• Disponibilidad de Salón para conferencias.</li> <li>• Alojamiento.</li> <li>• Alimentación</li> </ul>	<p>\$2.000 USD</p> <p>Dólares Americanos</p>

**ELABORACIÓN:** Verónica Soto

### **7.3. Capacitación en liderazgo y motivación dirigido al talento humano de Hostería Finca el Pigual.**

**DESCRIPCIÓN:** La propuesta de capacitación en **LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN** está dirigida a los colaboradores de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, la misma que fue obtenida en base al estudio estratégico y al estudio de mercado que se realizó en el establecimiento.

A continuación se detalla la necesidad, el objetivo, los temas de la propuesta son la base para un mejor desenvolvimiento en la prestación de servicios turísticos de un lugar de alojamiento, alimentación y en si en lugares de prestaciones turísticas y hoteleras

Es importante mencionar que para toda la capacitación el modelador será el mismo ya que cuenta con un perfil y trayectoria profesional apto para desarrollar con total profesionalismo y ética cada uno de los temas.

- **Necesidad:** Obtener líderes capaces de manejar cada una de las áreas a su cargo con profesionalismo y ética.
- **Objetivo:** Brindar un servicio Turístico de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes del establecimiento.

#### **Forma de Pago:**

El pago de la capacitación se la realizará de la siguiente forma:

- 30% del costo total de la Capacitación: Firmar el contrato.
- 70% del costo total de la Capacitación: Finalizar el curso.

**CUADRO N.56**

**CAPACITACIÓN EN LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN**

TEMA DE CAPACITACION	CONTENIDOS	RESPONSABLE	TIEMPO DE CAPACITACIÓN	TECNICAS A UTILIZAR	REQUERIMIENTOS	COSTO
LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN DIRIGIDO AL TALENTO HUMANO DE HOTERÍA FINCA EL PIGUAL.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El Liderazgo</li> <li>2. El liderazgo dentro de la organización.</li> <li>3. Trabajo en equipo y Técnicas para trabajar en equipo.</li> <li>4. El trabajo en equipo en las empresas actuales.</li> <li>5. La Motivación.</li> <li>6. La Motivación y la Satisfacción Laboral</li> <li>7. Clima Organizacional.</li> </ol>	<b>GERENTE ADMINISTRADOR</b>	2 Meses	<p>AUDIOVISUALES</p> <p>COLLAGE</p> <p>LLUVIA DE IDEAS.</p> <p>EJERCICIOS PRÁCTICOS</p>	<p>Laptop.</p> <p>Retroproyector.</p> <p>Pantalla.</p> <p>Disponibilidad de Salón para conferencias.</p> <p>Alojamiento.</p> <p>Alimentación</p>	<p>\$2.500 USD</p> <p>Dólares Americanos</p>

**ELABORACIÓN:** Verónica Soto C.

#### **7.4. Capacitación en obligaciones laborales dirigidas al talento humano de Hostería Finca el Pigual.**

**DESCRIPCIÓN:** La propuesta de capacitación en **OBLIGACIONES LABORALES** está dirigida a los colaboradores de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, la misma que fue obtenida en base al estudio estratégico y al estudio de mercado que se realizó en el establecimiento.

A continuación se detalla la necesidad y el objetivo de la capacitación, los temas de la propuesta son la base para un mejor desenvolvimiento en la prestación de servicios turísticos de un lugar de alojamiento, alimentación y en si en lugares de prestaciones turísticas y hoteleras

Es importante mencionar que para toda la capacitación el Modelador será el mismo ya que cuenta con un perfil y trayectoria profesional apto para desarrollar con total profesionalismo y ética cada uno de los temas.

- **Necesidad:** Conocer los derechos y obligaciones del cliente interno de Hostería Finca el Pigual de acuerdo con la ley vigente del trabajador.
- **Objetivo:** Cumplir con los derechos y obligaciones laborales de los clientes internos de hostería Finca el Pigual estipulados por la ley del trabajador.

#### **Forma de Pago:**

El pago de la capacitación se la realizará de la siguiente forma:

- 30% del costo total de la Capacitación: Firmar el contrato.
- 70% del costo total de la Capacitación: Finalizar el curso.

**CUADRO N.57**  
**CAPACITACIÓN EN OBLIGACIONES LABORALES**

TEMA DE CAPACITACION	CONTENIDOS	RESPONSABLE	TIEMPO DE CAPACITACIÓN	TECNICAS A UTILIZAR	REQUERIMIENTOS	COSTO
OBLIGACIONES LABORALES	1. Obligaciones del empleador en Ecuador. 2. Contrataciones 3. Sueldos. 4. Afiliaciones. 5. Decimo sueldo- Horas extras. 7. Obligaciones de los trabajadores	<b>GERENTE ADMINISTRADOR</b>	2 Meses	AUDIOVISUALES  COLLAGE  LLUVIA DE IDEAS.  EJERCICIOS PRÁCTICOS	Laptop.  Retroproyector.  Pantalla.  Disponibilidad de Salón para conferencias.  Alojamiento.  Alimentación	\$1.500 USD    Dólares Americanos

**ELABORACIÓN:** Verónica Soto C.

### 7.5. Presupuesto global de capacitaciones para el talento humano de Hostería Finca el Pigual.

El presupuesto que se presenta a continuación se lo realizo bajo los parámetros que la hostería necesita para la capacitación de su personal.

**CUADRO N. 58**

**PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN**

CAPACITADOR	CARGO	TEMAS DE CAPACITACIÓN	COSTO	TIEMPO	REQUERIMIENTOS
<b>Msc. José Luis Carvajal</b>	Msc. Manejo de Talento Humano y Seguridad Industrial	SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE  LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN EMPRESARIAL  OBLIGACIONES LABORALES	\$7.500 USD  Dólares Americanos	5 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop.</li> <li>• Retroproyector.</li> <li>• Pantalla.</li> <li>• Disponibilidad de Salón para conferencias.</li> <li>• Alojamiento.</li> <li>• Alimentación</li> </ul>
<b>FORMA DE PAGO</b>			<b>EFFECTIVO</b>		

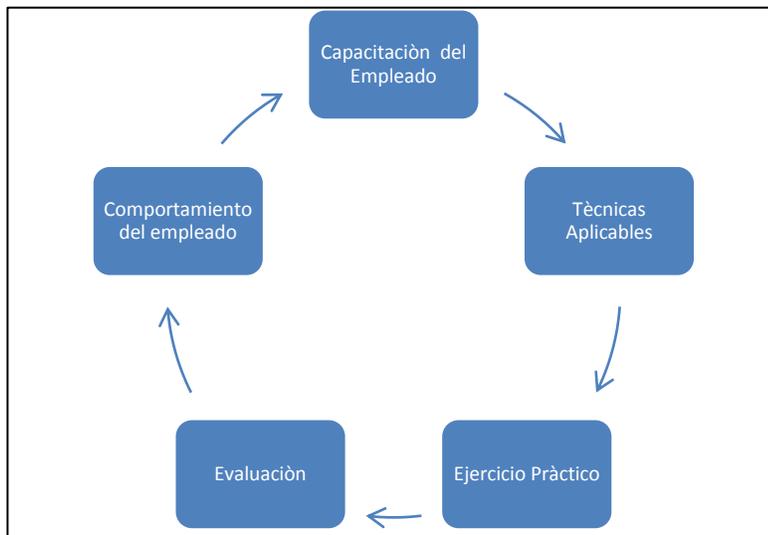
**ELABORACIÓN:** Verónica Soto C.

## QUINTA ETAPA

### 8. Participación Individual.

Toda actividad que se repite es un proceso que puede controlarse. Para ello se elabora diagramas de flujo de los procesos. Para la aplicación de este proceso se debe contar con un solo individuo responsable del funcionamiento completo de dicho proceso.

**GRÁFICO N.32**  
**PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL DEL TRABAJADOR**



**Fuente y Elaboración:** Verónica Soto C.

## SEXTA – SÉPTIMA ETAPA

### 9. Equipos de Mejoramiento de los Sistemas (equipos de control de los procesos).

Para obtener un proceso exitoso de mejoramiento en Hostería Finca el Pigual, se debe tomar en cuenta las contribuciones de los proveedores, los cuales deben orientarse hacia el control de los sistemas que ayudan a mejorar las operaciones y así evitar que se presenten problemas con los Ejecutivos principales del establecimiento, pongo a consideración los siguientes flujogramas; donde va detallado el proceso de control en cada una de las áreas.

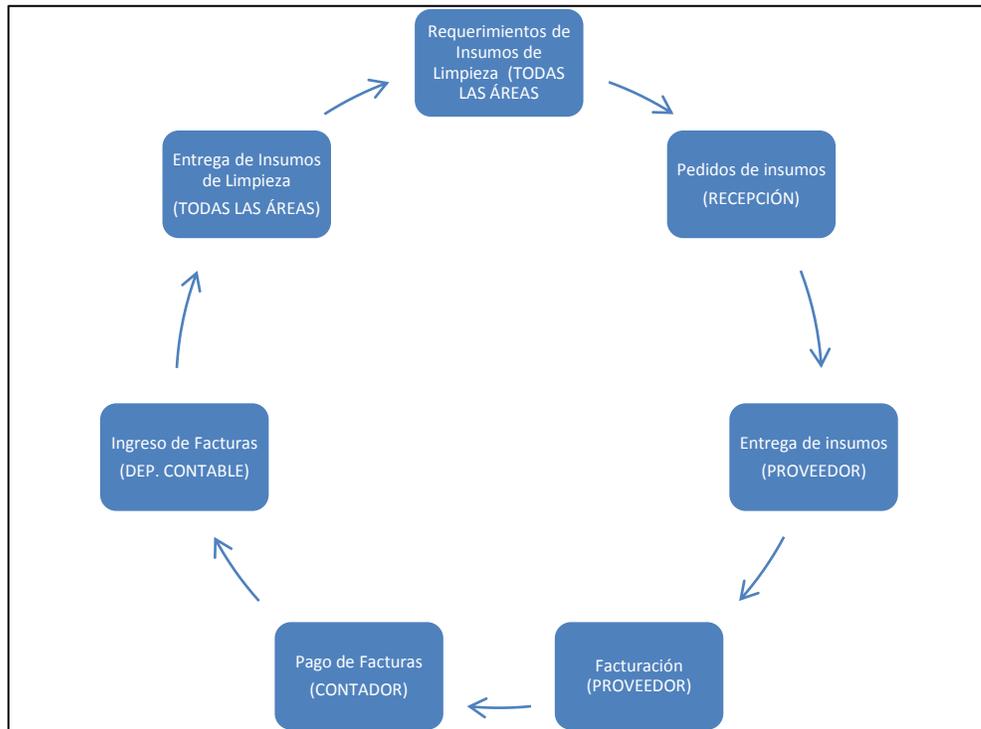
#### 9.1. Flujograma de proveedores de insumos de limpieza para Hostería Finca el Pigual.

**CUADRO N.59**  
**DEPARTAMENTOS DE INSUMOS DE LIMPIEZA**

Requerimiento de insumos de limpieza para todos los departamentos de la hostería.						
<b>Departamento Administrativo.</b>	Departamento de Cocina y Restaurante	Departamento de Camarería y Lavandería.	Departamento de Mantenimiento.	Departamento de Guardianía.		Tiempo Semanal

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.33**  
**FLUJOGRAMA DE REQUERIMIENTO DE INSUMOS DE LIMPIEZA**



**Fuente y Elaboración:** Verónica Soto C.

**9.2. Flujo de proveedores para el área de cocina de Hostería Finca el Pígal.**

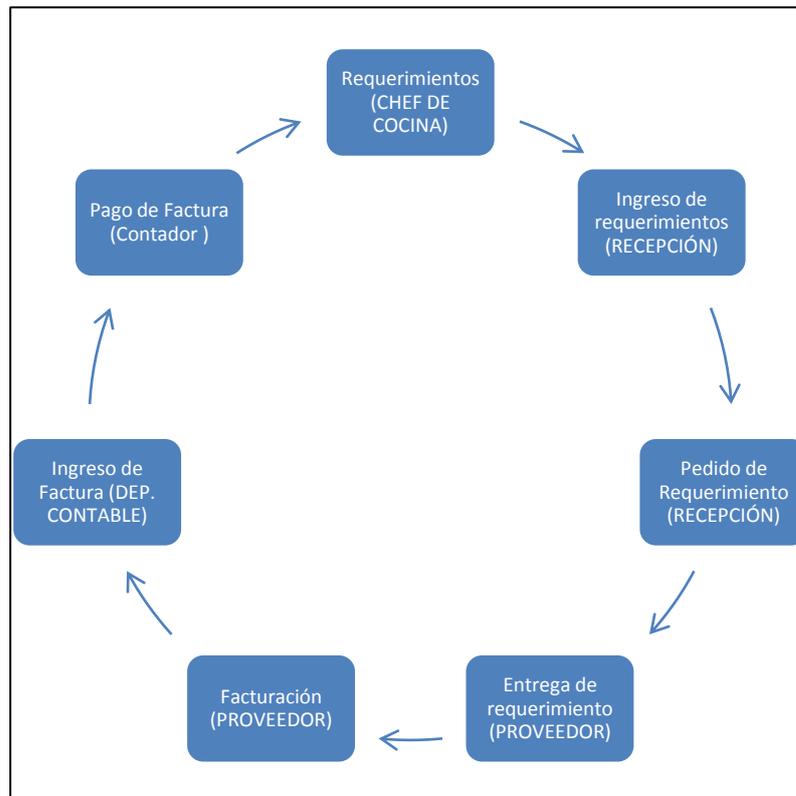
El presente flujo describe el sistema que se propone utilizar para los requerimientos del departamento de cocina de la hostería.

**CUADRO N.60  
REQUERIMIENTOS DEL ÁREA DE COCINA**

Departamento	Cocina	Tiempo
		Semanal

Elaboración: Verónica Soto C.

**GRAFICO N.34  
FLUJOGRAMA DE REQUERIMIENTOS PARA EL  
DEPARTAMENTO DE COCINA**



Elaboración: Verónica Soto C.

**9.3. Flujograma de proveedores para el área de restaurante de hostería Finca el Pígal.**

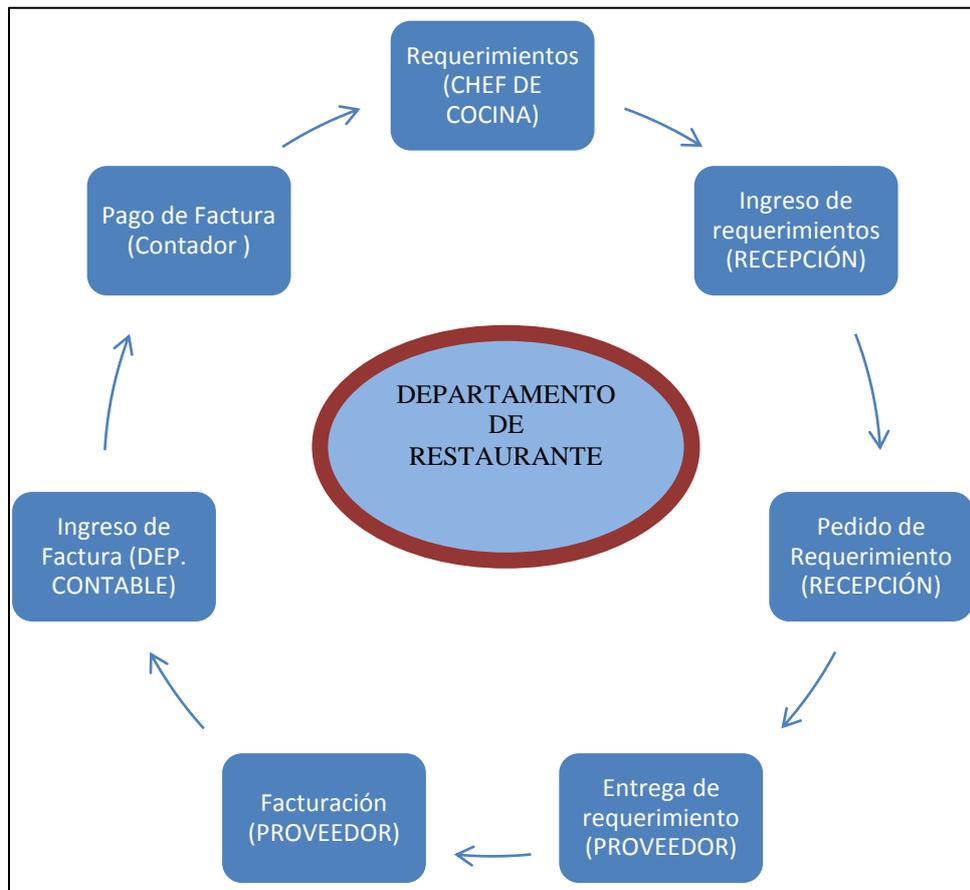
El presente flujograma describe el sistema que se propone utilizar para los requerimientos del departamento de restaurante de la hostería.

**CUADRO N. 61**  
**REQUERIMIENTOS PARA EL DEPARTAMENTO DE RESTAURANTE**

Departamento	Restaurante	<b>Tiempo</b>
		Semanal

**Elaboración:** Verónica Soto C.

**GRÁFICO N. 35**  
**FLUJOGRAMA DE REQUERIMIENTOS DEL DEPARTAMENTO DE RESTAURANTE**



**ELABORACIÓN:** Verónica Soto C.

**9.4. Flujograma de proveedores para el área de mantenimiento de Hostería Finca el Pigual.**

El presente flujograma describe el sistema que se propone utilizar para los requerimientos del departamento de Mantenimiento de la hostería.

**CUADRO N.62**

**REQUERIMIENTOS PARA EL ÁREA DE MANTENIMIENTO**

Departamento	Mantenimiento Áreas Verdes Blancos	Tiempo
		Indefinido

Elaboración: Verónica Soto C.

**GRÁFICO N.36**

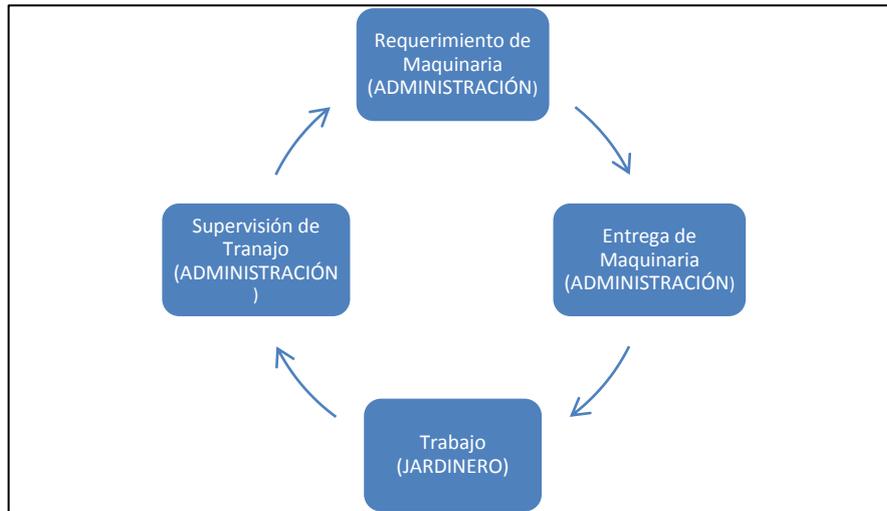
**FLUJOGRAMA DE REQUERIMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO.**



Elaboración: Verónica Soto C.

**9.5. Flujograma de proveedores para el requerimiento áreas verdes de Hostería Finca el Pigual.**

**GRAFICO N.37  
FLUJOGRAMA DE REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE  
ÁREAS VERDES.**

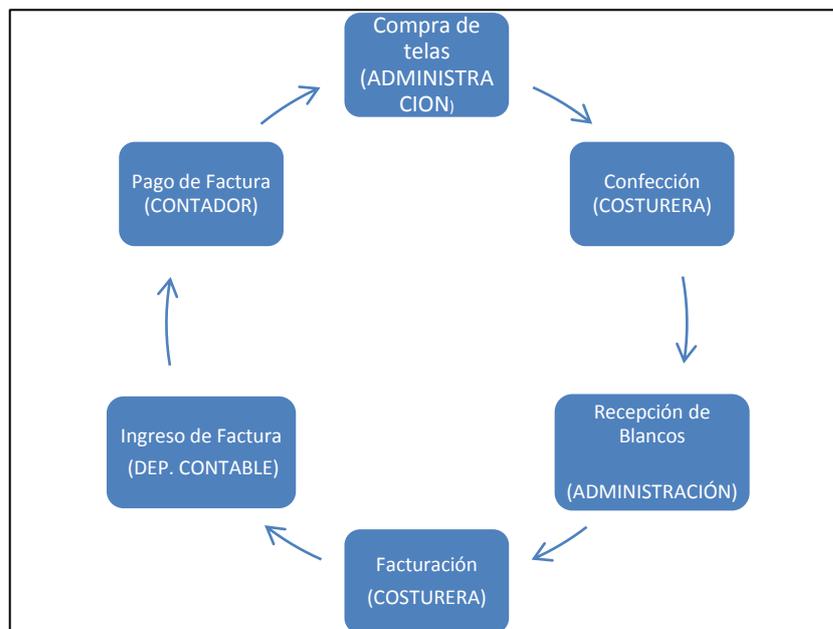


Elaboración: Verónica Soto C.

**9.6. Flujograma de proveedores para el requerimiento de blancos de Hostería Finca el Pigual.**

El presente flujograma describe el sistema que se propone utilizar para los requerimientos de blancos de la hostería.

**GRÁFICO N.38  
FLUJOGRAMA DE REQUERIMIENTO DE BLANCOS**



Elaboración: Verónica Soto C.

## OCTAVA ETAPA

### 10. Aseguramiento de la Calidad

Hostería Finca el Pigual debe desarrollar una estrategia de calidad a largo plazo. Asegurándose que todo el grupo ejecutivo comprenda la estrategia de manera que sus integrantes puedan elaborar planes a corto plazo, que aseguren que las actividades de los grupos coincidan y respalden la estrategia a largo plazo, por lo tanto a continuación se presentan varios planes .

**CUADRO N.63**

#### ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS

		ESTRATEGIAS	OBJETIVO	PERÍODO
<b>DEPARTAMENTOS</b>	Administrativo	Programa de Recompensas y reconocimientos al Talento humano de la Hostería.	<b>MEJORAR CONTINUAMENTE DE LOS SERVICIOS TURISTICOS QUE BRINDA HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL</b>	Corto Plazo
	Restaurante y Cocina			
	Esparcimiento y Recreación.	Implementar un buzón de quejas y sugerencias		Corto Plazo
	Camarería y Lavandería	Programa de entrenamiento en conocimientos de los servicios turísticos de la Provincia de Pastaza		Corto Plazo
	Guardianía			
		Intermediación Turística.		Corto Plazo

**Elaboración:** Verónica Soto C.

## NOVENA ETAPA

### 11. Sistema de Reconocimientos

El sistema de reconocimientos pretende corregir los errores cometidos en la Empresa entre el cliente interno y el cliente externo, debido a que no hay los suficientes incentivos para que el empleado realice su trabajo con más entrega y fidelidad. Es por esto que se presenta un plan de incentivos que aporte al proceso de mejoramiento.

**GRÁFICO N.63**

#### **SISTEMAS DE RECONOCIMIENTOS**



**Elaboración:** Verónica Soto C.

### 12. Sistema de evaluación y control para el plan de mejoramiento de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo en el período 2011 – 2012.

El presente sistema evaluará y controlará el desempeño del plan para mejorar los servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de puyo, por medio de estas evaluaciones se podrá comprobar el buen o mal desempeño de dicho plan.

**CUADRO N. 64.**

**EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEJORAMIENTO DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL.**

MÉTODO DE EVALUACIÓN Y CONTROL	DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO	OBJETIVO	TIEMPO
<p><b>ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN A CLIENTES EXTERNOS</b></p> <p><b>ENCARGADO DEL MÉTODO DE EVALUACIÓN: Pasantes.</b></p> <p><b>ENCARGADO DEL MÉTODO DE CONTROL:</b> Administrador</p>	<p>Esta encuesta será realizada a las personas que hacen uso de los servicios de la hostería</p>	<p>Conocer el grado de satisfacción de los clientes al recibir los servicios de la hostería.</p> <p>Comprobar el correcto funcionamiento del plan de mejoramiento de servicios turísticos implementado en la hostería</p>	<p>Primera evaluación : 3 meses</p> <p>Segunda Evaluación: 6 meses.</p>
<p><b>ENCUESTAS DE OPINION DE PERSONAS DEL SECTOR</b></p> <p><b>ENCARGADO DEL MÉTODO DE</b></p>	<p>Esta encuesta será realizada entre un segmento de habitantes de la ciudad de Puyo.</p>	<p>Conocer la opinión de las personas que habitan en la ciudad acerca de los servicios que presta la hostería.</p>	<p>Evaluaciones: 6 meses</p>

<p><b>EVALUACIÓN: Pasantes.</b></p> <p><b>ENCARGADO DEL MÉTODO DE CONTROL:</b> Administrador</p>	<p>Definir la propaganda que los encuestados brinden a los turistas que llegan a la ciudad.</p>		
<p><b>ENCUESTAS AMBIENTE LABORAL DENTRO DE LA EMPRESA.</b></p> <p><b>ENCARGADO DEL MÉTODO DE EVALUACIÓN: Pasantes.</b></p> <p><b>ENCARGADO DEL MÉTODO DE CONTROL:</b> Administrador</p>	<p>Esta encuesta será realizada a los clientes internos de la empresa.</p> <p>Conocer el grado de satisfacción de los colaboradores dentro de de la empresa.</p> <p>Evaluación:: Trimestral</p>		
<p><b>CANTIDAD DE TURISTAS</b></p> <p><b>ENCARGADO DEL MÉTODO DE EVALUACIÓN: Pasantes</b></p> <p><b>CONTROL : Administrador</b></p>	<p>Estudiar el ingreso de turistas, por medio de los registros que permanecen en la empresa</p> <p>Determinar el número de turistas que ingresan mensualmente a la empresa</p> <p>Evaluación:: Mensual</p>		

**SUPERVISIÓN DE FUNCIONES Y  
ACTIVIDADES DENTRO DE LA EMPRESA.**

**ENCARGADO DEL MÉTODO DE  
EVALUACIÓN: Pasantes.**

**ENCARGADO DEL MÉTODO DE CONTROL:**  
Administrador

Por medio de este método se controlará que los colaboradores cumplan las funciones designadas. Determinar las funciones de acuerdo al perfil de cada uno de los colaboradores internos de la hostería. Evaluación:: Mensual

**Fuente y Elaboración:** Verónica Soto C.

### **13. Conclusiones y Recomendaciones de la propuesta del plan de mejoramiento de servicios turísticos de Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo en el período 2011-2012.**

#### **• Conclusiones.**

1. La atención y el servicio prestado por los colaboradores internos de la hostería es de calidad, acorde a las expectativas del cliente final
2. Los clientes internos de la empresa prestaran sus servicios con profesionalismo al estar capacitados constantemente.
3. La motivación e incentivos brindados por la gerencia y administración de la empresa incidirá en el mejor desempeño de tareas y funciones de los clientes internos de la hostería.
4. La aplicación del manual de funciones dentro de la empresa definirá cada uno de los roles de los clientes internos, acoplándose al perfil de cada uno de ellos.
5. La supervisión, evaluación y control del plan de mejoramiento brindará nuevas oportunidades de cambio en bienestar de toda la hostería.

#### **• Recomendaciones**

1. Se recomienda a Hostería Finca el Pigual de la ciudad de Puyo, realizar revisiones constantes del plan de mejoramiento de servicios turísticos, con el objetivo de encontrar nuevas falencias en la prestación de dichos servicios y poder brindar soluciones a tiempo, por medio de estrategias que conlleven al éxito de la empresa.

# Anexos

## ANEXO N. 1

### UBICACIÓN DE HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL



## ANEXO N. 2

### COSTOS DE ALOJAMIENTO EN HABITACIONES EJECUTIVAS

S/C : sin comida      C/C: con comida

**Precios incluyen:** desayuno, uso de instalaciones e IVA

**Temporada alta:** Viernes, sábados, feriados, agosto y del 23 al 31/12/2011.

**Temporada baja:** Domingos a jueves

	Alta		Baja	
	S/C	C/C	S/C	C/C
Sencilla	61,93	68,29	51,45	57,81
Sencilla, con aire acond.	65,00	71,36	54,52	60,88
Matrimonial o doble	102,59	115,29	84,75	99,47
Matrimonial o doble, con aire acond.	106,08	118,78	88,24	102,96
Triple	126,75	146,17	106,22	125,59
Triple, con aire acond.	132,25	149,67	111,72	131,09
Cuádruple 1 piso 2 ambientes	152,47	171,13	121,71	148,19
Cuádruple 1 piso, con aire acond.	155,17	173,83	128,41	154,89
Familiar 4 pers. con aire acond.	169,30	195,92	135,77	162,39
Familiar 5 pers. con aire acond.	177,75	204,44	155,41	188,68

### ANEXO N. 3

#### COSTOS DE HABITACIONES STANDARD

##### Tarifas habitaciones 2011 (USD / impuestos incluidos)

Precios incluyen: Desayuno, Cena estándar, uso de piscina e IVA.

Precios no incluyen: Cena en feriados

**Temporada alta:** Viernes, sábados, feriados, agosto y del 23 al 31/12/2011.

**Temporada baja:** domingo a jueves.

	Alta	Baja
Sencilla	42,72	36,5
Matrimonial o doble	75,87	67,89
Triple	108,76	94,52
Cuadruple	129,69	110,54
Familiar 5 pers.	157,59	130,87
Familiar 6 pers.	185,01	160,55
Familiar 7 pers.	210,57	185,15

### ANEXO N. 4

#### COSTES HABITACIONES PREMIUM

Tarifas habitaciones 2011 (USD / impuestos incluidos)

**Precios incluyen:** desayuno, uso de instalaciones e IVA

**S/C :** sin comida      **C/C:** con comida

**Temporada alta:** Viernes, sábados, feriados, agosto y del 23 al 31/12/2011

**Temporada baja:** Domingos a jueves

	Alta		Baja	
	S/C	C/C	S/C	C/C
Sencilla	61,93	68,29	51,45	57,81
Sencilla, con aire acond.	65,00	71,36	54,52	60,88
Matrimonial o doble	102,59	115,29	84,75	99,47
Matrimonial o doble, con aire acond.	106,08	118,78	88,24	102,96
Triple	126,75	146,17	106,22	125,59
Triple, con aire acond.	132,25	149,67	111,72	131,09
Cuádruple 1 piso 2 ambientes	152,47	171,13	121,71	148,19
Cuádruple 1 piso, con aire acond.	155,17	173,83	128,41	154,89
Familiar 4 pers. con aire acond.	169,30	195,92	135,77	162,39
Familiar 5 pers. con aire acond.	177,75	204,44	155,41	188,68

## **ANEXO N: 5**

### **Carta de restaurante de Hostería el Pigual**

#### **Papillote Pigual**

Es un plato exquisito y saludable, para paladares exigentes. Filete de pescado o pechuga de pollo envuelto en hoja de bijao, cocinado al vapor con especies aromatizantes, acompañado de yuca frita o al vapor y ensalada fresca

#### **Costillón de Cerdo**

Un plato realmente espectacular con salsa agridulce, muy cotizada en el restaurante del Pigual. Dos libras de Costillón de cerdo pre cocido con especies. Esta preparación es llevada a nuestra parrilla, dándole un rico sabor al carbón. Esta acompañado de yuca frita y ensalada fresca.

#### **Lomo Mar y Tierra**

El encuentro del mar y nuestra corteza terrestre en la forma de camarones y lomo fino de res, cocida en un plato de barro y acompañado de yuca frita y ensalada fresca.

El costo de elaboración en cuanto a tiempo y dinero de estos platos es mayor por lo tanto se ofrece para ocasiones especiales.

#### **Comida Típica**

- Tilapia Frita.
- Caldo de Carachama.
- Maitos de Tilapia.

#### **Comida Nacional:**

- Langostinos al Ajillo
- Filete de pollo a las finas Hierbas
- Medallones de Pollo
- Tilapia al Vapor
- Gulash de carne
- Gulash de Pollo
- Lomo en salsa de Champiñones
- Parrillada Pigual
- Picaditas

- Camarones al Ajillo
- Ceviche de Camarón
- Chuleta de cerdo en salsa BBQ
- Maitos de Tilapia
- Caldo de Carachama

### **Comida Internacional**

- Filete Mignon
- Carne al pesto
- Lomito Capresse
- Milanesa Napolitana
- RoastBeef
- Costillitas al Vino Tinto
- Steak Pimienta
- Pollo a la Mostaza
- Pollo con Ricotta y espinaca
- CordonBleu
- Arroz chino
- Pollo Tamarindo

Los platillos más repetidos y con mayor rotación son los que se encuentran aquí especificados:

- Filete de pollo a las finas Hierbas
- Tilapia Frita
- Maitos de Tilapia
- Caldo de Carachama
- Ceviche de Camarón
- Chuleta de cerdo en salsa BBQ

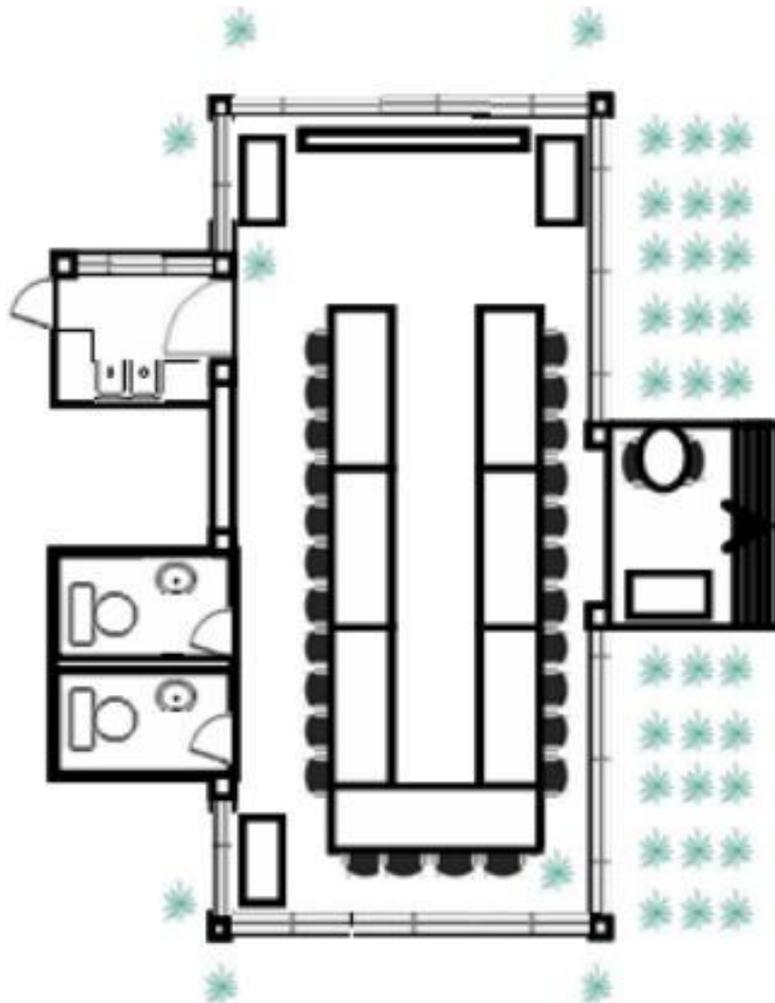
**ANEXO N. 6**

**SALÓN LOS CORDELINES**

**Tarifas 2011**

<b>Alquiler del salón / día</b>	<b>80 USD + 12% IVA</b>
<b>Refrigerio ejecutivo / pax</b>	<b>3 USD + 12% IVA</b>

**ESQUEMA SALON LOS CORDELINES**



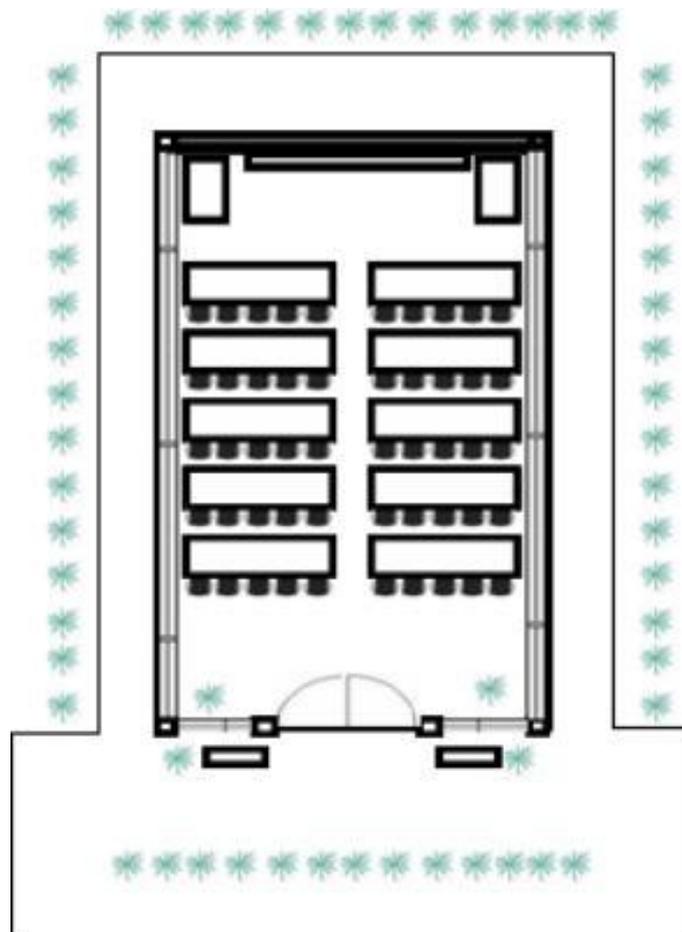
**ANEXO N.7**

**COSTO DE ALQUILER (SALON POMAROSA)**

**Tarifas 2011**

<b>Alquiler del salón / día</b>	<b>80 USD + 12% IVA</b>
<b>Refrigerio ejecutivo / pax</b>	<b>3 USD + 12% IVA</b>

**ESQUEMA SALON POMAROSA**



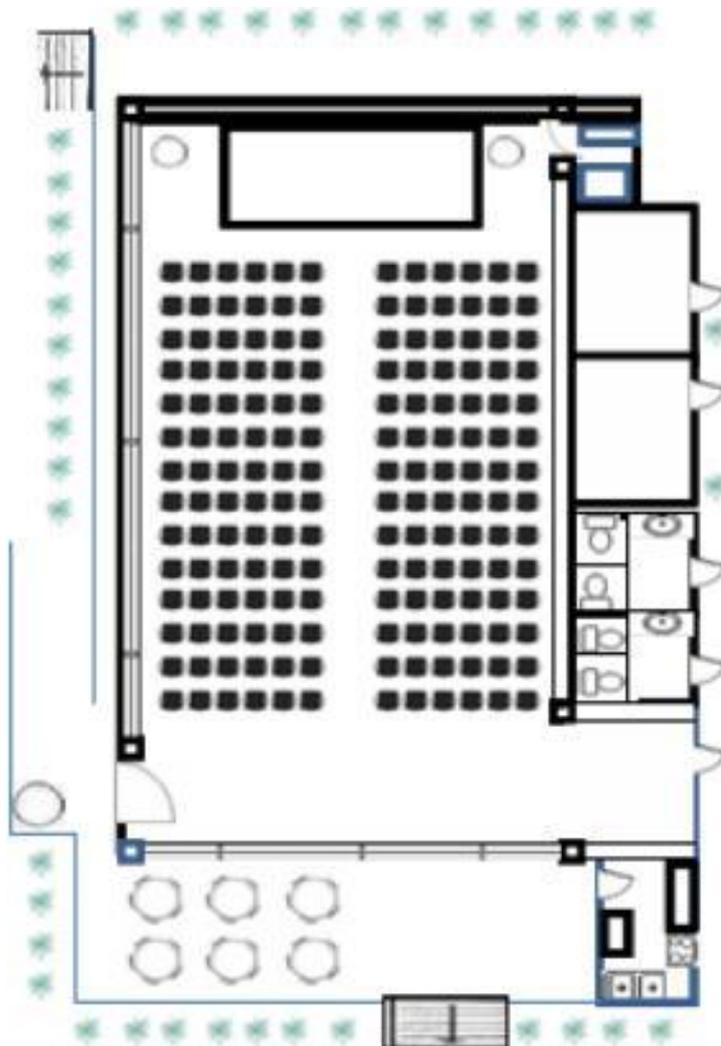
**ANEXO N.8**

**COSTO DE ALQUILER (SALON EL PAMBILAR)**

**Tarifas 2011**

<b>Alquiler del salón / día</b>	<b>150 USD + 12% IVA</b>
<b>Refrigerio ejecutivo / pax</b>	<b>3 USD + 12% IVA</b>

**ESQUEMA SALON PAMBILAR**



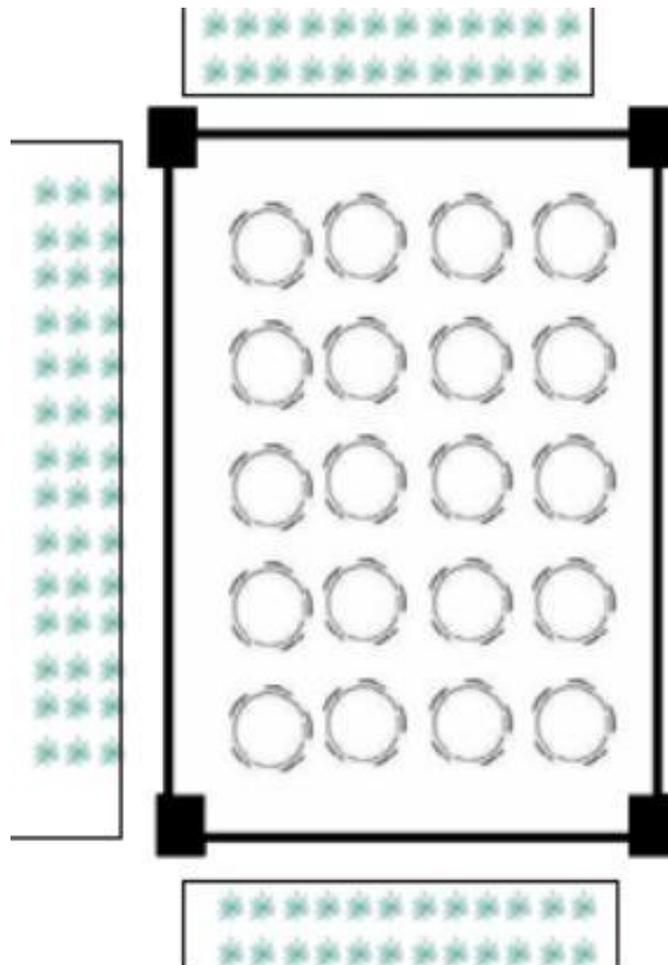
**ANEXO N.9**

**COSTO ALQUILER (ESPACIO CUBIERTO)**

**Tarifas 2011**

<b>Alquiler del espacio / día</b>	<b>80 USD + 12% IVA</b>
<b>Refrigerio ejecutivo / pax</b>	<b>3 USD + 12% IVA</b>

**ESQUEMA ESPACIO CUBIERTO**



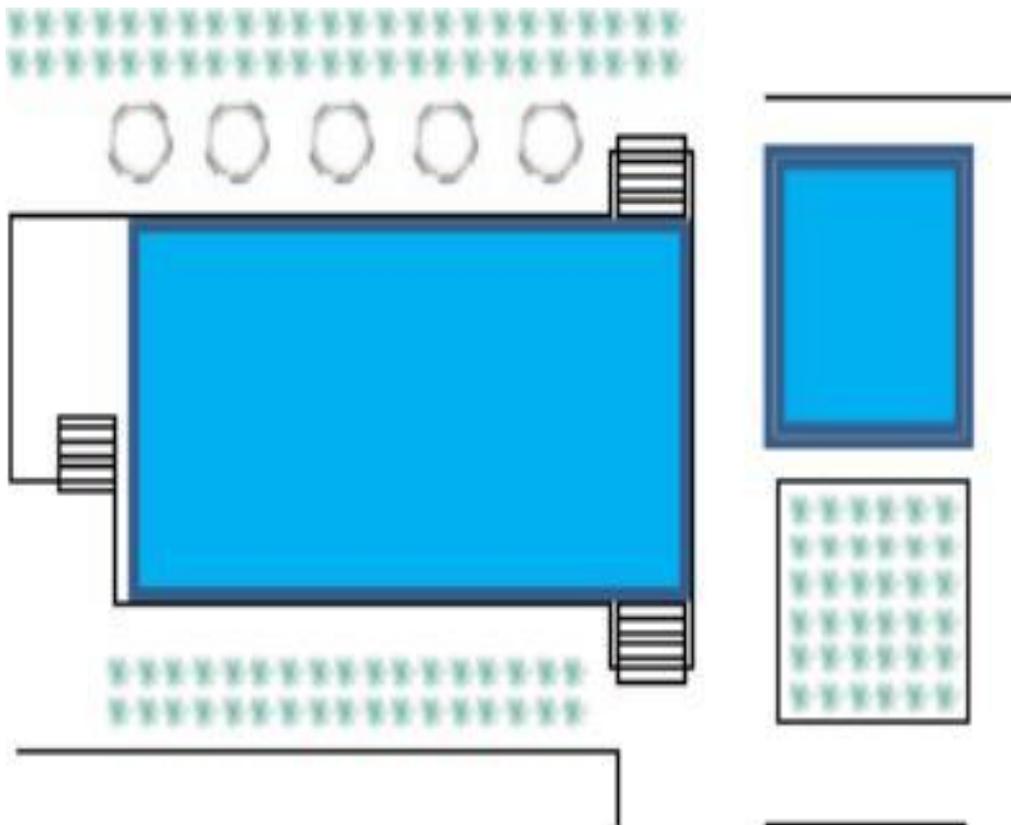
**ANEXO N.10**

**COSTO ALQUILER DE PISCINAS**

**Tarifas 2011**

<b>Piscina adulto</b>	<b>3 USD</b>
<b>Piscina niño</b>	<b>1,5 USD</b>

**ESQUEMA ÁREA DE ESPARCIMIENTO**



**ANEXO N.11**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**  
**ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR LA HOSTERÍA FINCA**  
**EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO**

**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 DEFINIDAS PARA CADA COLABORADOR?**
  
- 2) ¿EMPLEA UD. ALGÚN MÉTODO PARA MOTIVAR EL TRABAJO DE SUS COLABORADORES INTERNOS?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**3) ¿ESTUDIA UD. A SU COMPETENCIA PARA PLANIFICAR LOS SERVICIOS QUE VAN A SER OFERTADOS A LOS CLIENTES?**

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

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

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

**5)¿QUE CLASE DE ESTRATEGIAS UTILIZA UD EN LA HOSTERIA, PARA QUE LE AYUDEN A MEJORAR LOS SERVICIOS QUE ESTA BRINDA?**

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

**6) ¿QUE ÁREAS CONSIDERA UD QUE SE DEBEN MEJORAR EN LA HOSTERÍA?**

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

**7) ¿ESTARÍA UD. DISPUESTO A IMPLEMENTAR UN PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS DE LA HOSTERÍA?**

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

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN*

**ANEXO N. 12**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA**

**ESCUELA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL QUE LABORA EN LA**  
**HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO**

**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 correspondiente.

**NOTA:** La información obtenida en las encuestas es confidencial.

**SEXO:**

**MASCULINO**

**FEMENINO**

**EDAD:** .....

**CARGO:** .....

**1) ¿POSEE UD. TÍTULO UNIVERSITARIO ACORDE AL SERVICIO QUE ESTA PRESTANDO EN LA HOSTERIA?**

**SI**

**NO**

**2) ¿HABLA UD. OTRO IDIOMA?**

**SI**

**NO**

**3) ¿CREE UD. QUE LA ADMINISTRACIÓN DE LA HOSTERÍA LE ASIGNO SUS FUNCIONES LABORALES DE ACUERDO A SU CONOCIMEINTO?**

SI

NO

AVECES

**4) ¿CONOCE UD. LAS METAS Y OBJETIVOS QUE LA HOSTERÍA POSEE?**

SI

NO

AVECES

**5)¿RECIBE UD. INCENTIVOS QUE LE MOTIVEN A MEJOR EL DESEMPEÑO LABORAL DENTRO DE LA HOSTERÍA?**

SI

NO

**6) ¿LAS HERRAMIENTAS QUE LA HOSTERÍA LE PRPORCIONA SON LAS ADECUACDAS PARA BRINDAR UN SERVICIO DE CALIDAD A LOS CLIENTES?**

SI

NO

**7) ¿EL AMBIENTE LABORAL DENTRO DE LA HOSTERÍA ES?**

MALO

REGULAR

BUENO

MUY BUENO

**8)¿RECIBE UD CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO PROFESIONAL CONSTANTE QUE LE AYUDEN A MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DENTRO DE LA HOSTERÍA?**

**SI**

**NO**

**AVECES**

**9) ¿TOMA USTED EN CONSIDERACIÓN LAS SUGERENCIAS REALIZADAS POR LOS TURISTAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA HOSTERIA?**

**SI**

**NO**

**AVECES**

**10) ¿DE ACUERDO A SU CRITERIO, EN QUE ÁREAS DEBERIA MEJORAR LA HOSTERÍA?**

**ÁREA DE RESERVAS, VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE.**

**ÁREA ADMINISTRATIVA.**

**ÁREA DE COCINA**

**AREA DE RESTAURANTE.**

**AREA DE MANTENIMIENTO DE ESPACIOS VERDES.**

**ÁREA DE PISCINA**

**ÁREA DE SNACK**

**ÁREA DE LAVANDERÍA Y CAMARERÍA**

**ÁREA DE GUARDINIA**

**11) ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A COLABORAR CON IDEAS PARA LA PLANIFICACIÓN EN EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA HOSTERÍA?**

**SI**

**NO**

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN***

**ANEXO N.13**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA  
HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL DE LA CIUDAD DE PUYO**

**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.

**NACIONALIDAD:**

**SEXO:**

**MASCULINO**

**FEMENINO**

**EDAD:** .....

**1) ¿CUALES FUERON LOS MOTIVOS POR LOS QUE VISITÓ LA  
HOSTERÍA?**

**Ocio/placer**

**Religioso**

- Negocios
- Visita a amigos/familias
- Salud
- Eventos
- Cultura
- Otros

**2)¿LOS SERVICIOS TURISTICOSQUE UDRECIBIÓ EN LA HOSTERÍA FUERON?**

- MALO
- REGULAR
- BUENO
- MUY BUENO

**3) DE ACUERDO A SU CRITERIO ¿ES NECESARIO CAPACITAR A LAS PERSONAS QUE LABORAN EN LA HOSTERIA?**

- SI
- NO

**4) ¿A TRAVÉS DE QUE MEDIO RECIBIO USTED INFORMACIÓN DELA EXISTENCIA DE LA HOSTERÍA?**

- CORREO ELECTRÓNICO PERSONALIZADO
- TELÉFONO
- TELEVISIÓN
- RADIO
- PERIÓDICOS
-

**SITIO WEB**

**TELÉFONO MÓVIL**

**SKYPE**

**FACEBOOK**

**MY SPACE**

**TWITTER**

**REVISTAS**

**OTROS**

**5) EL GRADO DE PREDISPOSICIÓN QUE TUVO EL PERSONAL QUE LABORA EN LA HOSTERÍA PARA AYUDARLE EN SUS REQUERIMIENTOS, FUE?**

**MALO.**

**REGULAR.**

**BUENO.**

**MUY BUENO.**

**6) DE ACUERDO A SU CRITERIO, ¿CUALES SON LAS ÁREAS QUE NECESITAN CAPACITACIÓN PARA MEJORAR EL SERVICIO QUE OFERTA LA HOSTERÍA?**

**ÁREA DE RESERVAS, VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE.**

**ÁREA ADMINISTRATIVA.**

**ÁREA DE COCINA**

**AREA DE RESTAURANTE.**

**AREA DE MANTENIMIENTO DE ESPACIOS VERDES.**

**ÁREA DE PISCINA**

**ÁREA DE SNACK**

**ÁREA DE LAVANDERÍA Y CAMARERÍA**

**ÁREA DE GUARDINIA**

**7) ¿CREE UD QUE LA HOSTERIA NECESITA IMPLEMENTAR UN PLAN QUE MEJORE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE ESTA OFERTA?**

**SI**

**NO**

**8) ¿RECOMENDARÍA UD. LOS SERVICIOS QUE OFERTA LA HOSTERÍA A OTRAS PERSONAS?**

**SI**

**NO**

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN***

### **Bibliografía.**

- **ANDINO, Patricio.** Investigación Social, Teoría Métodos y Técnicas de Investigación, 2<sup>da</sup> Edición Quito 2009
- **ÁLVAREZ, I y GARCERÁN N,** Hotelería y Turismo de Calidad, Editorial Cultural S.A 2008.
- **ESTRADA VERA,** Williams, Servicio y Atención al Cliente. Editorial Prentice Hall 2009
- **EVANS,** James y **LINDSAY,** William. Administración y Control de la Calidad. México D.F Internacional Thomson Editores, S.A.(2008).
- **GARCÍA** Martínez, Fundamentos de Administración, Munch Galindo, Editorial Trillas (2008)
- **GOMEZ BRAVO,** Luis. Productividad: Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad. FIM, Cuarta Edición. (2009).
- **HARRINGTON, H.** James. Mejoramiento de los procesos de la empresa. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana, S.A. México. (2008).
- **JAMES A. F.,** Wankel Charles, Editorial Prentice Hall(2009)
- **Ley de turismo,** Ley N.97 RO/Sup 733,2007 Ecuador
- **LIMUSA,** Salvador, Administración Aplicada, Noruega Editores (2010)
- **MASAAKI** Imai, "Como Implementar el Kaizen en el Sitio de Trabajo". McGraw-Hill, (2008)
- **REYES PONCE,** Agustín, Administración de empresas, Editorial Prentice Hall(2009)

### **Linkografía.**

- <http://www.monografias.com>
- <http://www.gestiopolis.com>
- <http://www.es.hotels.estdeals.com>