



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO:

**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO AL
CLIENTE EN EL HOTEL EL MOLINO PERIODO 2018.**

***PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL***

Autora

Odalys Jazmín Espinoza Fernández

Tutor

Ing. Rene Abdón Basantes Ávalos Ph.D

**Año
2019**

INFORME DEL TUTOR

En calidad de tutor, y luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborada por la Srta. Odalys Jazmín Espinoza Fernández, tengo a bien informar que el trabajo indicado cuyo título es, “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL EL MOLINO, PERIODO 2018”, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el tribunal designado.

Riobamba, 27 de mayo de 2019



Ing. Rene Basantes A



CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL EL MOLINO, PERIODO 2018. Proyecto de investigación para la obtención del título de Ingeniera Comercial.

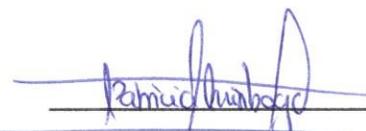
Ing. Rene Basantes
TUTOR

10
Nota


Firma

Ing. Patricia Chiriboga
MIEMBRO 1

10
Nota


Firma

Ing, Alexander Vinueza
MIEMBRO 2

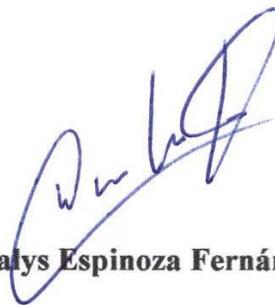
10
Nota


Firma

NOTA 10 (SOBRE 10)

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Odalys Jazmín Espinoza Fernández, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Odalys Espinoza Fernández

0604076232

DEDICATORIA

A mis angelitos que desde el cielo me cuidan y guían siempre mi camino.

A mis padres Vini y Rosita por ser el mayor ejemplo de vida, por su sacrificio, por su amor incondicional, por sus consejos y enseñarme que, con esfuerzo, sin importar las adversidades, se puede salir adelante.

A mi hermano, por ser el mejor amigo y mi más grande amor. Por estar siempre conmigo dándome su mano y sobre todo su cariño.

A Stiven, por ser la razón de mis sonrisas, por apoyarme incondicionalmente, y ser el principal espectador de mis logros. Por las tristezas y las alegrías, y por ser parte de mis más grandes sueños.

Odalys E.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Chimborazo y los docentes de la carrera de Ingeniería Comercial por cada enseñanza impartida, por permitirme formar profesionalmente en sus aulas, donde adquirí los conocimientos necesarios para conseguir un futuro exitoso.

Al Hotel El Molino y todas las personas que conforman su empresa, por brindarme todas las facilidades para la realización de este proyecto.

A mis amigas por cada locura compartida, por hacer que esta etapa de mi vida sea una de las mejores. Por su valiosa amistad y sobre todo por su cariño. Y por cada momento que quedará grabado por siempre en mi mente.

Odalys E.

INDICE DE CONTENIDOS

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	PROBLEMA	3
1.2	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	4
1.3	OBJETIVOS.....	5
1.3.1	GENERAL	5
1.3.2	ESPECIFICOS	5
2	ESTADO DEL ARTE	6
2.1	ANTECEDENTES.....	6
2.2	FUNDAMENTACIÓN TEORICA	8
2.2.1	HOTEL “EL MOLINO”	8
2.2.2	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	15
2.2.3	CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE.....	20
3	METODOLOGIA	28
3.1	MÉTODO	28
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	28
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA	29
3.4.1	POBLACIÓN.....	29
3.4.2	MUESTRA.....	30
3.5	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	30
3.5.1	TÉCNICAS	30
3.5.2	INSTRUMENTOS	30
4	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	31
4.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS AL PERSONAL DEL HOTEL “EL MOLINO”	31

4.2	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS RELIZADAS A LOS CLIENTES DEL HOTEL “EL MOLINO”	32
4.3	PROPUESTA MODELO SERVQUAL	37
5	<i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	39
5.1	CONCLUSIONES.....	39
5.2	RECOMENDACIONES.....	40
6	<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	41
7	<i>ANEXOS</i>	44
7.1	CUESTIONARIO ENCUESTA	44
7.2	CUESTIONARIO ENTREVISTA	46

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Organigrama Estructural del Hotel El Molino.....	11
Tabla 2 Cuestionario de Control Administrativo.....	18
Tabla 3 Cuestionario de Control Administrativo.....	19
Tabla 4 Fórmula de medición de la eficiencia.....	21
Tabla 5 Fórmula de medición de la eficacia.....	22
Tabla 6 Fórmula de medición de la eficacia.....	23
Tabla 7 Población Recursos Humanos del Hotel El Molino.....	29
Tabla 8 Cuestionario Expectativa.....	32
Tabla 9 Cuestionario Percepción.....	33
Tabla 10 Medición de resultados.....	34
Tabla 11 Resultados Valor esperado “Expectativas”.....	35
Tabla 12 Resultados Valor experimentado “Percepciones”.....	35
Tabla 13 Modelo Servqual de servicio para el Hotel El Molino.....	37

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 Ubicación del HOTEL	8
FIGURA 2 Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio	24
FIGURA 3 Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio	25
FIGURA 4 Escala de Medición y Porcentaje de Importancia.....	27
FIGURA 5 Escala de Medición y Porcentaje de Satisfacción.....	27

RESUMEN

La presente investigación analiza la relación que existe entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente en el “Hotel El Molino”, en la Ciudad de Riobamba; ésta posee grandes atractivos y existe una gran cantidad de turistas locales, nacionales e internacionales, es por ello que en este caso de estudio se determinará la importancia de la aplicación de estándares de calidad y el buen manejo de la gestión, para obtener un mayor nivel de excelencia en el servicio, con la finalidad de que la realización de las actividades administrativas proceda de manera más eficiente y brindar un mayor grado de satisfacción a los huéspedes.

La gestión administrativa a través de sus 4 fases, permite optimizar los recursos escasos para conseguir los objetivos deseados, de esta manera se obtiene un manejo eficiente de las actividades administrativas de una empresa. Por otro lado, la calidad del servicio al cliente en esta investigación, se mide a través del Modelo Servqual para poder determinar las expectativas y percepciones de los clientes en su tiempo de estancia en el Hotel. Se utilizaron dos poblaciones, interna y externa, para poder determinar la efectividad de ambas variables y para ello se aplicaron encuestas y entrevistas para recopilar la información necesaria para la realización de este proyecto. Por último, se analizan los datos obtenidos a través de cuadros. Finalmente se procede a las conclusiones y recomendaciones del caso de estudio para determinar el cumplimiento de los objetivos planteados.

Palabras clave: gestión, estándares de calidad, procesos, satisfacción, servicio al cliente.

ABSTRACT

This research work analyzes the relation existing between the Administrative Management and the Quality of Service to Customers in “El Molino” hotel, located in Riobamba; this one has great attractions and there is a large number of local, national and international tourists, for this reason, in this case study the importance of the application of quality standards and good management will be determined in order to obtain a higher level of excellence in the service, so that the accomplishment of administrative activities progress more efficiently in order to provide guests with a greater satisfaction degree.

The administrative management through its four phases, allows to optimize the scarce resources in order to achieve the objectives proposed, in this way an efficient management of the administrative activities of a company is obtained. On the other hand, the quality of customer service in this research is measured through the Servqual model for determining the expectations and perceptions of customers during their stay in this hotel. Two populations were used, they were internal and external, they helped to determine the effectiveness of both variables, and for this purpose, surveys and interviews were applied in order to gather the necessary information for the development of this project. Finally, the data obtained through charts were analyzed, and the conclusions and recommendations of the case study in order to determine the fulfillment of the proposed objectives were established.

Keywords: management, quality standards, processes, satisfaction, customer service.



Reviewed by: Armas Geovanny, Mgs.
Linguistic Competences Professor



1 INTRODUCCIÓN

En la actualidad la gestión administrativa con la que se maneja a las organizaciones se ha considerado como uno de los puntos más importantes en el mundo de los negocios y toma un papel protagónico en las empresas de todo tipo que buscan generar un mejor bien/servicio a sus clientes, surgiendo de esta manera la gestión y la calidad en las organizaciones (Ayaviri, Chucho, Romero, & Quispe, 2017).

Entendiéndose de esta manera a la gestión administrativa como la mejor forma de manejar los recursos existentes dentro de una organización para el buen funcionamiento y el adecuado logro de metas y objetivos planteados. Sin embargo, para Pizzo (2013) la calidad en el servicio es de trascendental importancia ya que busca generar hábitos en las entidades para complacer a sus clientes y al mismo tiempo generar mayores ingresos con menores costos.

En función de estos términos, las empresas hoteleras han emprendido un sinnúmero de estrategias y tácticas que permita disponer de mayor acogida por parte de las personas y así incrementar sus ganancias. Según Majó, Moya, & Vall (2018) en Ecuador el turismo se ha convertido en una fuente generadora de riqueza para nuestro país, pues los ingresos que esta actividad genera entes reactivadores de la economía nacional.

Para Arguello, Arguello, & Saltos, (2017) específicamente el cantón Riobamba se ha transformado en un punto de partida para explorar el centro, sur y norte del país, lo cual le ha caracterizado en lugar de paso obligado para turistas nacionales y extranjeros lo que ha hecho que la infraestructura hotelera incremente notablemente en un 5% con respecto al año 2016, sin embargo los servicios que se ofertan en muchos casos no satisfacen las expectativas de los turistas.

El hotel “El Molino”, como parte importante del sector hotelero en la Ciudad Bonita, busca solucionar desde su organización la problemática existente; simultáneamente anhela renovar los conocimientos de gestión administrativa que se aplican en la actualidad, al igual que desea disponer de un personal altamente capacitado e incrementar los ingresos como el reconocimiento del hotel a nivel nacional e internacional; detectando de esta manera las causas y efectos que han llevado a una inadecuada gestión administrativa en el hotel El Molino de Riobamba.

Efectuando un breve diagnóstico, se logró detectar una serie de problemas que vienen caracterizando en el diario desarrollo de las actividades del hotel, tales como: la atención telefónica por parte del personal es homogénea y monótona, en la recepción del hotel se presenta ausencia mínima por parte del personal y desconocimiento de algunos servicios que incluye al momento de hospedarse. El personal en ocasiones desconoce las actividades a desempeñar en casos eventuales que se presentan, ocasionando poca atención de calidad a los huéspedes y minimizando la llegada de los mismos.

Al indagar sobre las funciones y procedimientos a realizarse en cada puesto de trabajo plasmado en documentos, se evidenció la inexistencia de estos, simultáneamente se indagó sobre las metas, políticas y planes programados al año, observando la no existencia en la organización. Estas eventualidades percibidas han generado un bajo nivel de productividad del personal, pérdidas económicas, incumplimiento de las metas-políticas y planes, conflictos internos por falta de comunicación e ineficiencia en todas las actividades.

En este contexto el presente trabajo de investigación tiene por objetivo principal evaluar la incidencia de la gestión administrativa en la calidad del servicio al cliente del hotel El Molino, correspondiente al periodo 2018, misma que permite la creación de una cultura de excelencia alcanzando la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, por tal motivo, la tarea de los niveles directivo y gerencial es crear una ventaja competitiva que permitan resultados satisfactorios a corto, mediano y largo plazo.

1.1 PROBLEMA

En el país existe una gran inversión hotelera en las diferentes regiones a raíz del potencial turístico que dispone nuestro territorio, creándose de esta manera entidades que mejoren y regulen la calidad de la actividad turística de alojamiento en el Ecuador. Desde esta perspectiva, el Ministerio de Turismo y la Federación de Cámaras de Turismo del Ecuador, han buscado unir esfuerzo para incentivar la inversión en este sector; tanto nacional como extranjera; ajustándose a estándares mundiales.

Chimborazo, como provincia localizada en el centro-sur del país, dispone de diversos lugares turísticos que vuelven atractivo a cualquier visitante, además de su gastronomía y cultura ha hecho que muchos turistas opten por visitarla en sus diferentes cantones. En esta línea, los viajeros buscan alojarse en hoteles, hostales, hosterías y haciendas que le permitan sentirse como en casa, permitiendo crear esta actividad en una fuente de ingresos directa e indirectamente para la población de dicha provincia. Unas de las vicisitudes localizadas en los diferentes hoteles de la provincia se centran en la atención que se les brinda a los visitantes, enraizada en la poca gestión administrativa enfocada a brindar un mejor servicio a los huéspedes, lo que ha conllevado a ser empresas empíricas e inestables. A pesar del esfuerzo con los cuales se ha venido trabajando en el cabildo riobambeño en el sector hotelero, los ingresos generados no se han visto reflejado en su situación económica, provocado por el desconocimiento y actualización en la administración y la limitada atención del servicio.

En la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, se fundó el hotel “El Molino”, el 17 de febrero del 2008, dedicado al servicio de alojamiento prestado por hoteles. La empresa hotelera inició sus actividades enfocada en aportar un nuevo servicio a la ciudad, considerando todas las exigencias en el área de la construcción de un hotel de talla internacional.

El problema que se identificó en el hotel “El Molino” es una desactualización en su sistema organizacional, ya que las faltas del cumplimiento de los principios de gestión administrativa han provocado el desplazamiento de responsabilidades, promoviendo a un incorrecto funcionamiento, perjudicando a sus propietarios y clientes.

En torno a esta problemática existente, es preciso encajar nuevas herramientas estratégicas enfocadas a mejorar los procesos administrativos que conlleve a la mejora del servicio al cliente, para obtener una mejor percepción del servicio prestado. Se identifica como principales factores causales del problema de estudio a:

- La falta de capacitación continua acerca de Gestión Administrativa, del personal del hotel “El Molino” ha provocado un nivel de productividad bajo y por ende un personal desmotivado.
- La debilidad de los procesos administrativos en el servicio repercute en el incumplimiento de metas, políticas y planes.

Un inadecuado servicio al cliente genera un conflicto interno provocando pérdida de tiempo y dinero y por ende un servicio no eficiente.

1.2 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La gestión administrativa en El Hotel el molino es muy importante ya que la óptima aplicación de los procesos administrativos permitirá la reducción del tiempo empleado para cada actividad de trabajo y además un camino eficiente hacia el logro de los objetivos y metas planteadas.

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar la incidencia de la gestión administrativa en la calidad del servicio al cliente, dada su incipiente aplicación para los procesos de la organización, lo que representa una debilidad para la prestación de un servicio de calidad. En este caso lo que se busca es determinar el grado de satisfacción que los clientes tienen sobre su estancia en el Hotel El Molino y mediante ello establecer estrategias que mejoren su funcionamiento y su situación actual.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 GENERAL

Determinar de qué manera la gestión administrativa incide en la calidad del servicio al cliente en el hotel El Molino, periodo 2018.

1.3.2 ESPECIFICOS

- Diagnosticar la situación actual de los procesos administrativos del Hotel El Molino y su aceptación en la Ciudad de Riobamba.
- Analizar la importancia de la gestión administrativa en la calidad del servicio al cliente.
- Identificar el grado de satisfacción de los clientes a través de indicadores que muestren la calidad del servicio que brinda el Hotel El Molino.

2 ESTADO DEL ARTE

2.1 ANTECEDENTES

El presente trabajo investigativo, se fundamenta con datos bibliográficos, que permita adquirir aportes de investigaciones realizadas, argumentando la propuesta a realizarse. A continuación, se presenta la información seleccionada:

Según Guashpa (2018) en su tema de tesis “La calidad de servicio de las cooperativas de taxis de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la satisfacción de los consumidores, período 2015-2016” determina los parámetros para mejorar el servicio del mediante encuestas aplicadas a los taxista, donde se determinó la necesidad de un programa de capacitación en la calidad del servicio.

En Perú, Tipian (2017) en su investigación de tesis sobre “Gestión Administrativa y la Calidad de Servicio a usuarios de la Dirección General de Protección de Datos Personales del Minjus”, manifiesta como objetivo principal establecer la relación entre las dos variables mediante enfoque cuantitativo con diseño no-experimental, de carácter transversal y nivel correlacional. La información recolectada mediante encuesta; una vez validado los instrumentos, determino mediante la comprobación de hipótesis que entre el nivel de la gestión administrativa y la calidad de servicio a usuarios inciden significativamente.

Por su parte Parra (2017) en su documento titulado “La fidelidad de los usuarios en la cooperativa de transporte Sangay y su incidencia en la calidad del servicio en la Provincia de Chimborazo, Ciudad de Riobamba, período 2016” manifiesta que para mantener la aceptación de los usuarios es necesario realizar periódicamente capacitaciones al personal y medir la satisfacción del cliente mediante indicadores.

Para Reyes (2015) en la investigación “Gestión administrativa y su incidencia en la calidad de los servicios a los usuarios de la Cooperativa Interprovincial de Transporte de Pasajeros La Maná, periodo 2013”, concluye que la calidad en el servicio es un factor primordial en la empresa, lográndose mediante la sincronización de cada uno de los procesos de la administración; planeación, organización, dirección y control; donde se podrá obtener un alto grado de satisfacción otorgado por el usuario de las unidades.

De acuerdo a la información expuesta anteriormente por diversas investigaciones similares, se puede sintetizar que para una buena gestión en una organización; y que este aporte al buen servicio por la cual fue creada; es necesario aplicar de forma ordenada los procesos administrativos midiendo la satisfacción a través de indicadores, además de la importancia que incurre la capacitación periódica en los colaboradores de la empresa. En base a la información recolectada se puede disponer de una perspectiva al trabajo a realizarse en el Hotel El molino y la importancia que este conlleva para la organización.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEORICA

UNIDAD I

2.2.1 HOTEL “EL MOLINO”

2.2.1.1 GENERALIDADES

Hotel el Molino, una empresa de origen riobambeño fundada por el Sr. Héctor Di Donato quién actualmente se desempeña como gerente general de la misma. Su padre el Sr. Héctor Di Donato Chiriboga desde hace aproximadamente 60 años, inicio con actividades de la construcción en la ciudad de Riobamba, razón por la cual edificó varios conjuntos habitacionales e incluso urbanizaciones que favorecieron a miles de familias de la localidad. (Blacio & Chiriboga, 2012)

Ya con el ejemplo de emprendimiento y la experiencia de su familia el Sr. Di Donato decide llegar a un mercado diferente como es el de hotelería en la ciudad, tomando en consideración sus orígenes turísticos y sus continuas actividades de negocios, creando el Hotel El Molino. Edificación que se la hizo tomando en consideración todas las especificaciones técnicas y los mejores adelantos tecnológicos existentes para hacer de dicho lugar un centro de hospedaje con los últimos estándares de calidad tanto en espacios físicos como en los servicios que ofrecen. (Blacio & Chiriboga, 2012)

El Hotel El molino se encuentra ubicado en la Provincia de Chimborazo, ciudad Riobamba, parroquia Lizarzaburu, calles Duchicela 42-13 y Av. Unidad Nacional.

FIGURA 1 Ubicación del HOTEL



Fuente: Google Maps (2019)

2.2.1.2 Misión

Según Hellriegel, Jackson y Slocum (2013), la misión de una empresa es una herramienta de direccionamiento estratégico que hace referencia a un enunciado que mantiene una combinación mediante la cual se pretende expresar la actividad principal de la compañía y poner en conocimiento del mercado, dando énfasis en el trabajo que realiza para satisfacer las necesidades del cliente objetivo.

David (2014), en su publicación establece que la misión hace referencia a “las expresiones duraderas de los propósitos que distinguen a una empresa de otras similares. La misión identifica el alcance de las operaciones en términos del producto o servicio y del mercado”. Para que esta expresión se encuentre bien estructurada debe contestar a las siguientes preguntas:

- ✓ “el ¿por qué de su existencia?,
- ✓ ¿a qué negocio se refiere? y
- ✓ ¿cómo se desarrolla el mismo?”

De tal manera la misión que el Hotel el Molino (2012) ha diseñado es:

Ser líderes en la comercialización de servicios de hospedaje para la zona central, capturando nuevos segmentos de mercado, atendiendo altos estándares de servicio y logrando la total satisfacción y fidelidad de nuestros huéspedes, consolidando la reputación de la empresa y la marca de HOTEL EL MOLINO a nivel regional.

2.2.1.3 Visión

Amaya (2009), indica que la visión de una empresa marca el horizonte hacia donde se pretende llegar en un límite de tiempo, englobando en esta frase los objetivos globales de la compañía, es decir la meta por la que cada uno de los departamentos deberá trabajar.

De la misma forma en que la misión cuenta con características esenciales, la visión cuenta con elementos indispensables estos son: posición, alcance y negocio. En el caso del Hotel El Molino la visión es la siguiente:

Ser una empresa que venda servicios de hospedaje, con un alto compromiso de sus miembros, con agresividad y conocimientos, para lograr una total satisfacción de nuestros clientes, consiguiendo de esta manera una adecuada rentabilidad, todo esto dentro de un

marco de honestidad y compromiso con la sociedad, lo que permitirá la vigencia y crecimiento de la empresa y su equipo de trabajo en esta línea de negocio.

2.2.1.4 Objetivos

David (2014), en su libro de Administración estratégica establece que “los objetivos proporcionan dirección, permiten la sinergia, ayudan en la evaluación, establecen prioridades, reducen la incertidumbre, disminuyen al mínimo los conflictos, estimulan la ejecución y ayudan tanto en la distribución de los recursos como en el diseño de trabajos”

De tal manera los objetivos que el hotel del Molino (2012) ha planteado, como parte de su direccionamiento estratégico son:

1. Mediano plazo
 - a) Cumplir con el presupuesto de ventas.
 - b) Reducir y optimizar los costos.
 - c) Mejorar los resultados en la encuesta de clima laboral.
2. Largo plazo
 - a) Mejora continua basándose en las normas de calidad total
 - b) Mantener un flujo de caja positivo

2.2.1.5 Principios y Valores

De acuerdo a Amaya (2009), los principios y valores institucionales establecen medidas mediante las cuales la empresa establece un complemento a las actividades que normalmente realiza, y por las que el personal puede fortalecer sus aptitudes innatas para la mejora de un servicio.

Los principios que el Hotel el Molino tiene son:

- ✓ “Calidad en el servicio”
- ✓ “Satisfacción del cliente”
- ✓ “Comunicación”
- ✓ “Espíritu de trabajo en equipo”

(Blacio & Chiriboga, 2012)

Por otro lado, los valores de la empresa son:

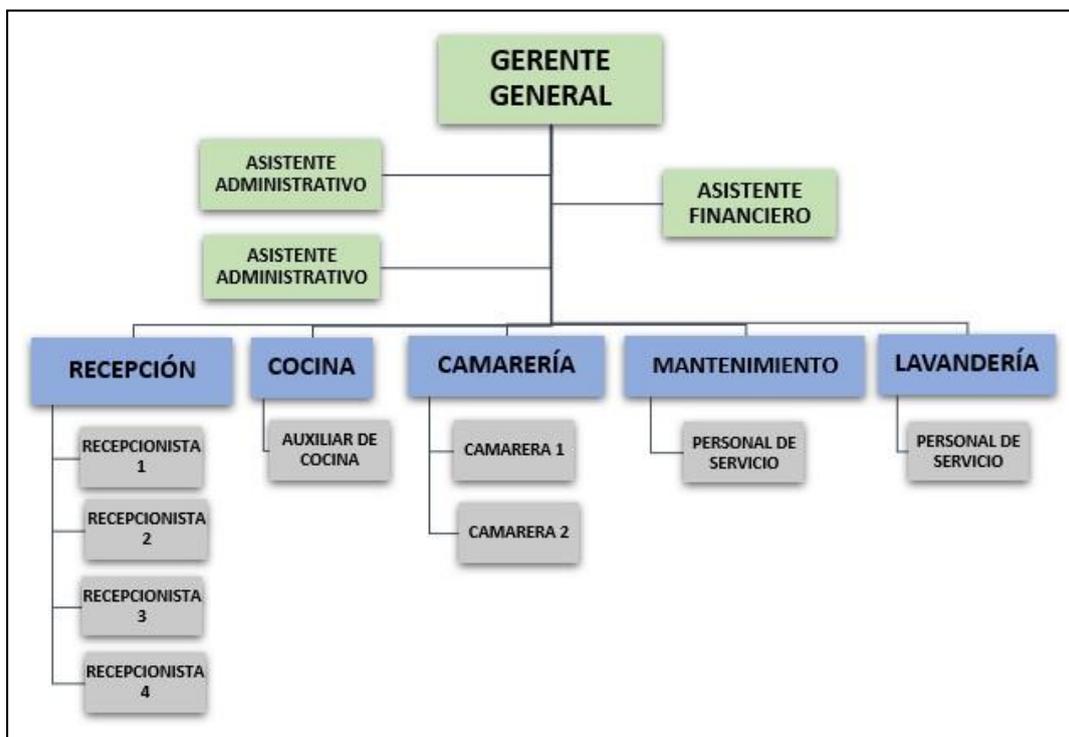
- ✓ Respeto
- ✓ Honestidad
- ✓ Compromiso social
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Confianza

(Blacio & Chiriboga, 2012)

2.2.1.6 Organización estructural

Vainrub (2006), define a la organización estructural como un modelo mediante el cual una empresa detalla los diferentes niveles jerárquicos existentes y la relación de los mismos entre unos y otros; de esta manera los miembros de la compañía se encuentran en capacidad de distinguir su posición dentro de esta, y también conocer cuál es su superior directo, es importante establecer que estas posiciones no necesariamente son visibles de forma física.

Tabla 1 Organigrama Estructural del Hotel El Molino



Fuente: Hotel el Molino

Elaborado por: Elaboración propia

2.2.1.7 Manual de Competencias

De igual manera el organigrama funcional establece al responsable de cada área de trabajo, en este caso es el siguiente:

a) Gerente general

Designar todos los puestos de trabajo; realizar evaluaciones periódicas; planear y desarrollar objetivos con presupuestos anuales; crear y mantener buenas relaciones con los clientes; dar solución a problemas en el caso de que estos existan; firmar cheques para pagos de empleados y proveedores; proveer de las herramientas e insumos necesarios para el correcto funcionamiento de todas las áreas del hotel; supervisar el cumplimiento de las funciones de los empleados; llevar un control de la chequera y caja chica y controlar los Voucher mediante los cierres diariamente. (Blacio & Chiriboga, 2012)

b) Asistente Administrativo

Llevar una agenda ordenada y cronológica de las actividades que debe realizar el gerente del hotel, controlar las transacciones realizadas sobre las cuentas bancarias; revisar pagos y realizar cruce de cuentas, realizar depósitos, cruzar pagos de voucher a los estados de cuenta, realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el gerente general. (Blacio & Chiriboga, 2012)

c) Asistente Financiero

Realizar retenciones de las facturas de compras; llevar un registro magnético y ordenado de las compras y ventas mensuales del hotel; elaborar liquidaciones de compras y sus respectivas retenciones; archivar todos los documentos receiptados en los respectivos folders; realizar comprobantes de egreso de cada una de las facturas de compras; archivar los estados de cuenta de las diferentes tarjetas de crédito; recuperar retenciones de las facturas de ventas a crédito; tener listo los registros de compras y ventas a inicio de cada mes para la respectiva declaración de impuestos y con su respaldo magnético. (Blacio & Chiriboga, 2012)

d) Recepción

Realizar un voucher de garantía el momento que ingresa el cliente percatándose de los tres últimos dígitos de la tarjeta ubicados en la parte posterior de la misma sin que el

cliente note este paso. Al momento de la salida del cliente devolver el voucher realizado; registrar reservaciones: registrar diariamente a todo cliente que ingrese en las hojas; realizar comandas de las diferentes facturas de consumo que hayan solicitado los clientes; emitir y entregar la factura a todo cliente sin excepción, antes de cobrar la cuenta; abrir código a clientes nuevos; antes de que el cliente abandone el Hotel comunicarse por radio con las camareras para que informen cualquier novedad de la habitación; informar a las camareras los números de habitaciones que ya pueden ingresar para hacer la limpieza (turno de la mañana); solicitar al cliente la devolución de las tarjetas/llaves de las habitaciones y realizar el check out correspondientes en el sistema I'clock (logging management). (Blacio & Chiriboga, 2012)

e) Cocina

Preparar y servir desayunos requeridos para los clientes sean estos en el área de restaurante o a la habitación; atender y servir cordialmente al huésped; reportar diariamente por escrito los insumos requeridos de acuerdo a las necesidades de su área; ser responsable y reportar cualquier desperfecto de los equipos, mueblería y menaje a su cargo; llevar un control de inventario; lavar y pulir los utensilios de cocina que se hayan utilizado en el desarrollo de sus actividades; mantener el correcto aseo e higiene del área a su cargo; cuando existan algún evento en el hotel, preparar los platos buffet y cerciorarse que los mismos estén en perfecto estado al momento de servir; reportar a recepción el número de desayunos y platos entregados con cargo a cada habitación. (Blacio & Chiriboga, 2012)

- Auxiliar de cocina

Lavar, secar y pulir los utensilios de cocina utilizados caso contrario estos se manchan; preparar los insumos necesarios para complementar el desayuno (mantequilla, mermelada, sal, pimienta, cubertería); servir los desayunos a los clientes; recoger los utensilios de la mesa y llevarlos a la cocina; preparar menaje de cocina y ordenar todos los alimentos que se van a utilizar, preparar las cafeteras, jugueteras, además tener listo leche, jamón, yogurt, mermeladas, mantequillas que van a ser servidas en los desayunos; por la noche, atender y despachar los pedidos de cenas de los clientes. De igual forma el menaje utilizado lavarlo, secarlo y pulirlo; limpiar la recepción (vitrales frontales) durante

el turno de la noche; cumplir la función de botones cuando sea necesario; realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada. (Blacio & Chiriboga, 2012)

f) Camarería

Suministrar y colocar en sus respectivos lugares el menaje designado para cada habitación; supervisar que todas las habitaciones se encuentren en perfectas condiciones de orden e higiene; llenar los armarios de abasto de cada piso; reportar a gerencia cualquier novedad, daño o pérdida ocasionado por los clientes o camareras; realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada. Limpiar baños, puertas, espejos, ventanales, escritorios, muebles y accesorios de las habitaciones; arreglar camas y realizar el recambio de menaje requerido; recoger, enfundar, y colocar la basura en sus respectivos depósitos; sacar útiles y mercancías olvidadas; entregar a la jefa de camareras los objetos olvidados; comprobar que las habitaciones mantengan los estándares de calidad, comunicando a la jefa de camareras las posibles novedades o averías; limpiar las aéreas de circulación como: pasillos y escaleras. (Blacio & Chiriboga, 2012)

g) Personal de Servicio

Realizar la limpieza total de hall de recepción, oficinas, cafetería, restaurante, salón social y de eventos; limpiar los vitrales frontales de áreas de cafetería, recepción, restaurante y cocina; preparar los salones de acuerdo a los requerimientos estipulados en los contratos de cada evento; estar pendiente que el generador mantenga un correcto desempeño en su funcionamiento; informar y solicitar a gerencia la provisión de inventarios requeridos; proveer a la jefa de camareras los insumos necesarios entregando los mismos en el sitio designado, o donde disponga la jefa de camareras. (Blacio & Chiriboga, 2012)

h) Personal de Servicio

Lavar sábanas, cobijas, cubre almohada y toallas utilizando el equipamiento entregado para el objeto; planchar las sábanas perfectamente, doblar y ubicar en las gavetas correspondientes para su traslado; solicitar los suministros necesarios para lavandería; utilizar correctamente y sin desperdicio los detergentes y demás suministros entregados para el cumplimiento de sus funciones; informar a gerencia cualquier anomalía o daño que exista en su área; mantener perfecto aseo e higiene del área física y maquinarias asignadas para el lavado y planchado del menaje del hotel. (Blacio & Chiriboga, 2012)

UNIDAD II

2.2.2 GESTIÓN ADMINISTRATIVA

2.2.2.1 Concepto de Gestión Administrativa

Según Almeida (2013), “la gestión administrativa consiste en coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización”. (pág. 63)

Por su parte Montana (2013) trata de profundizar un poco más e indica que la gestión administrativa no se trata de otra cosa que de un proceso mediante el cual las empresas aplicarán la planificación, la organización, la dirección y el control, como herramientas de desempeño con la finalidad de lograr los objetivos planteados mediante la optimización de los recursos.

Por lo tanto, se puede decir entonces que la gestión aplicada a un nivel administrativo consiste en proporcionar un soporte para los diferentes procesos que se llevan a cabo dentro de una compañía, con la finalidad de lograr los objetivos planteados permitiéndole así establecer un sinfín de oportunidades y mejorar de la competitividad dentro del mercado.

2.2.2.2 Características

La gestión administrativa posee características muy importantes para su desarrollo dentro de una administración, en este sentido Chiavenato (2017, pág. 326), establece las siguientes:

- **Universalidad:** La gestión administrativa es universal, puesto que es libre de aplicarse en cualquier empresa independientemente de su giro del negocio, es decir, hospitales, hoteles, fábricas, entre otros.
- **Valor instrumental:** La gestión administrativa es un instrumento mediante el cual los directivos de una compañía buscan lograr la consecución de sus objetivos, es decir la meta no es aplicar la gestión sino utilizarla para obtener los mejores resultados.
- **Unidad temporal:** La gestión administrativa deberá ser incluida en cada una de las etapas que forman parte del proceso dentro de la empresa.
- **Amplitud de ejercicio:** El proceso de gestión deberá ser aplicado en todos los

niveles jerárquicos con los que cuenta la empresa.

- **Especificidad:** La gestión es específica, es decir sus características la hacen única dentro del proceso administrativo de la empresa.
- **Interdisciplinariedad:** La gestión administrativa tiene relación directa con aquellas ciencias que determinan la eficiencia en los procesos.
- **Flexibilidad:** Al igual que la gestión administrativa se adapta a cualquier tipo de empresa, de igual manera lo hace con los sistemas sociales adaptándose a las necesidades de los usuarios.

2.2.2.3 Proceso administrativo

A. Planeación

Según Ramírez (2013), la planificación es el primer paso de aplicación de la gestión administrativa, ya que mediante esta los directivos de una empresa realizarán el planteamiento de los objetivos que se desean alcanzar, y además se definen los recursos con los que cuenta la compañía para la ejecución de los mismos en un período de tiempo determinado, a su vez, se deberá establecer los indicadores, estrategias y políticas mediante los cuales se realizará la medición y control de las actividades realizadas.

Pérez (2010), establece que la planificación en lo referente a los procesos de atención al cliente, “debe cubrir una serie de etapas que permitan la consecución de los objetivos de calidad propuestos por la empresa” (pág. 34)

De tal manera entonces se debe mencionar que la planificación es el escalón más importante para el inicio de la gestión administrativa, ya que mediante su aplicación se realizan las determinaciones necesarias para el inicio del proceso y el desempeño óptimo de la gestión administrativa dentro de una empresa.

B. Organización

Al momento de definir la organización dentro del proceso de gestión administrativa, Chiavenato (2017), establece que se trata de un paso mediante el cual la organización pretende definir los responsables para la ejecución de los procesos definidos en la consecución de los objetivos planteados.

Su objetivo es determinar una estructura actualizada de organización y distribución del trabajo que deberá cumplir cada uno de los miembros de la empresa con la idea de mantener la una vía específica de lo que se desea lograr en un período.

De tal manera, la organización consiste en realizar un distributivo del personal, los recursos que estos utilizarán, la distribución de equipos o departamentos y tareas, para de esta manera trabajar todos en conjunto por el logro de los objetivos antes planteados.

C. Dirección

La dirección corresponde al tercer paso de la puesta en marcha de la gestión administrativa, y es el momento en el cual se pondrá en marcha todo lo que se ha planificado anteriormente y además de acuerdo a la organización fijada en el paso dos; y consiste en influir o guiar al personal para que se realicen los pasos ya establecidos y además que se ejecute la utilización de recursos tal como se lo espera y de esta manera se puedan lograr las metas y objetivos empresariales fijados anteriormente. (Ramirez, 2013)

D. Control

Chiavenato (2017) determina que el control es la última pero más importante escala para la gestión administrativa, y esto debido a que en esta etapa se deberá realizar un monitoreo exhaustivo de todo lo que se ha realizado anteriormente, con la finalidad de llevar un registro de todas las actividades planificadas, ejecutadas, cumplidas y por cumplir. Por lo mencionado el autor indica que la fase de control debe establecer las siguientes características:

- 1 Establecer estándares de desempeño
- 2 Medir los resultados presentes
- 3 Comparar estos resultados con normas establecidas
- 4 Tomar medidas correctivas cuando se detectan desviaciones

E. Control Administrativo

El control administrativo de una compañía es un elemento muy importante ya que implica factores como la supervisión y el control, y que tienen como objetivo evaluar los procesos que se elaboran dentro de la empresa y de esta manera verificar y validar los resultados de los mismos en un período de tiempo determinado. (Muñiz, 2013)

El autor (Muñiz, 2013, pág. 72) define el control administrativo como “el conjunto de procedimientos necesarios para asegurar el cumplimiento y la eficacia de las operaciones que realiza la empresa, la validez de todos los informes contables-financieros y el cumplimiento de las normas y leyes de la legislación vigente”

En necesario aplicar un cuestionario de control administrativo para evaluar varios aspectos, mediante los cuales se podrá determinar de forma específica la eficiencia de los procesos. Se presenta un ejemplo de un cuestionario aplicado a una empresa comercializadora de servicios, donde **SI** equivale a **1** (uno) y **NO** equivale a **0** (cero).

Tabla 2 Cuestionario de Control Administrativo

CUESTIONARIO DE CONTROL ADMINISTRATIVO					
DEPENDENCIA: Departamento contable					
AMBIENTE DE CONTROL					
Se pretende la evaluación de la existencia de control en las actividades realizadas en la empresa					
N	PREGUNTA	RESP.	P	CP	OBSERV.
1	El personal que labora en el departamento cuenta con los conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones	0	3%	0%	
2	El departamento cuenta con el personal necesario para realizar sus actividades de forma eficiente	0	4%	0%	
3	Existe en el departamento un manual de funciones, el cual determine el accionar de cada uno de sus miembros para la consecución de los objetivos planteados	0	4%	0%	
4	El departamento cuenta con un manual de procedimientos	0	5%	0%	
5	Se realiza periódicamente una evaluación sobre el desempeño del personal	0	3%	0%	
EVALUACIÓN DEL RIESGO					
N	PREGUNTA	RESP.	P	CP	OBSERV.
1	El personal cuenta con el acceso al sistema en el cual se realiza el control de inventarios	1	6%	6%	

Fuente: Muñiz (2013, pág. 72)

Elaborado por: Luis Muñiz

Tabla 3 Cuestionario de Control Administrativo

ACTIVIDADES DE CONTROL					
1	El control de inventarios se realiza mediante la aplicación de políticas de máximos y mínimos	0	5%	0%	
2	Dentro del departamento existe un encargado del registro de entradas y salidas de la mercadería de las bodegas	1	5%	5%	
3	Los inventarios físicos se realizan:				
	- Al final del ejercicio	0	6%	0%	
	- Periódicamente	1	3%	3%	
4	¿Existe un adecuado control de las mercaderías caducadas, en mal estado o de baja rotación?	1	5%	5%	
5	Existe un control adecuado de las mercaderías entregadas a clientes, bajo consignación	1	4%	4%	
6	El control de inventarios se lo realiza bajo algún método de valuación del mismo	1	5%	5%	
7	Existen restricciones en la bodega para el personal en general	0	6%	0%	
8	La mercadería que sale de la bodega para clientes internos se encuentra debidamente documentada	0	3%	0%	
12	Se emite un informe de la mercadería que se recibe para que se constate con las facturas entregadas por el proveedor	0	4%	0%	
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN					
1	Existe un sistema adecuado para la obtención de información sobre el control interno	0	3%	0%	
2	El personal que labora en el área de control de inventarios es consciente de las actividades y responsabilidades con las que cuentan dentro del mismo	0	4%	0%	
MONITOREO Y SUPERVISIÓN					
1	Existe un control de las actividades designadas al personal en un determinado período	1	3%	3%	
2	El nivel directivo realiza un monitoreo constante de las actividades a cumplir en el departamento	0	3%	0%	
3	Es establecen deficiencias encontradas en el departamento	0	3%	0%	
TOTAL			100%	44%	

Fuente: Muñiz (2013, pág. 72)

Elaborado por: Luis Muñiz

UNIDAD III

2.2.3 CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

2.2.3.1 Concepto de Calidad

De acuerdo a lo publicado por la Secretaría Central de ISO (2005) en su tomo de las ISO 9000: la calidad “es el conjunto de características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades del cliente”

Gutiérrez (2010) por su parte establece que el termino calidad hace referencia a “que un producto sea adecuado para su uso. Así, la calidad consiste en ausencia de deficiencias en aquellas características que satisfacen al cliente.”

Desde el punto de vista empresarial, la calidad tiene dos enfoques, el interno y el externo. El interno se refiere al cumplimiento de las especificaciones técnicas de un determinado producto o servicio; en cambio el externo se dirige a la satisfacción de las necesidades con las que cuenta el mercado objetivo. (Grima & Tort, 2015, pág. 9)

De tal manera, la definición de calidad es sencilla, puesto que se refiere directamente a la satisfacción de las necesidades de un grupo de posibles clientes de un mercado objetivo, mediante la implementación de un producto o puesta en marcha de un servicio que cumpla con dichas expectativas.

2.2.3.2 Concepto de Servicio

Grömroos (2004), establece que un servicio “es una actividad o una serie de actividades de naturaleza intangible que por regla general se establecen en una interacción que se produce entre el cliente y los empleados de servicios, que se proporcionan como soluciones a los problemas del cliente” (pág. 27)

2.2.3.3 Concepto de calidad del servicio

La calidad en el servicio permite “proporcionar un producto o servicio a los consumidores, que satisface plenamente las expectativas y necesidades de estos a un precio que refleja el valor real del producto o servicio que los provee” (Pérez, 2010, pág. 25)

2.2.3.4 Indicadores para medir la calidad del servicio

Rojas, Jaimes y Valencia (2017), los indicadores de medición de la calidad de los servicios son la eficiencia, la eficacia y la efectividad.

1. Eficiencia

La eficiencia de acuerdo a los autores (Rojas, Jaimes, & Valencia, 2017) es “el logro de un objetivo al menos costo unitario posible”, estableciendo la utilización de los recursos disponibles para el logro de los objetivos planteados.

Por otro lado, Bouza (2000), indica que la eficiencia es el momento en el cual la empresa ejecuta el máximo destino de los recursos para el logro de las metas propuestas.

La fórmula para medir la eficiencia es:

Tabla 4 Fórmula de medición de la eficiencia

EFICIENCIA	
$\frac{(RA / CA * TA)}{(RE / CE * TE)}$	
RANGOS	PUNTOS
Muy eficiente > 1	5
Eficiente = 1	3
Ineficiente < 1	1

Fuente: Rojas, Jaimes y Valencia (2017)

Elaborado por: Rojas, Jaimes y Valencia

Dónde:

R= Resultado; E= Esperado; C= Costo; A= Alcanzado; T= Tiempo.

2. Eficacia

La eficacia hace referencia a todos los resultados que se obtengan una vez que ha culminado el proceso para alcanzar las metas y objetivos organizacionales. “Para ser eficaz se deben priorizar las tareas y realizar ordenadamente aquellas que permiten alcanzarlos mejor y más” (Rojas, Jaimes, & Valencia, 2017)

La fórmula para obtener este indicador es:

Tabla 5 Fórmula de medición de la eficacia

EFICACIA	
RA / RE	
RANGOS	PUNTOS
0 – 20%	0
21 – 40%	1
41 – 60%	2
61 – 80%	3
81 – 90%	4
>91%	5

Fuente: Rojas, Jaimes y Valencia (2017)

Elaborado por: Rojas, Jaimes y Valencia

Dónde:

R= Resultado; E= Esperado A= Alcanzado

3. Efectividad

La efectividad es un término en cual se encuentra englobado lo referente a la eficacia y la eficiencia, pues se trata de un indicador que mide el impacto de las actividades realizadas para la consecución de los objetivos, es decir realiza una evaluación de los elementos como: “el nivel con que se proporcionan pruebas, procedimientos, tratamientos y servicios y el grado en que se coordina la atención”

Su fórmula es:

Tabla 6 Fórmula de medición de la eficacia

EFFECTIVIDAD
$\frac{\text{Puntaje eficiencia} + \text{Puntaje eficacia}}{2}$
Máximo puntaje
La efectividad se expresa en porcentaje (%)

Fuente: Rojas, Jaimes y Valencia (2017)

Elaborado por: Rojas, Jaimes y Valencia

2.2.3.5 Modelo SERVQUAL

Según Morales, Hernández y Blanco (2015), el modelo SERVQUAL tiene como objetivo la mejora de la calidad del servicio dentro de la empresa, en el cuestionario intervienen los siguientes elementos:

- Fiabilidad.
- Capacidad de respuesta.
- Seguridad.
- Empatía.
- Elementos tangibles.

Su diseño se encuentra basado en opciones de respuestas múltiples y su finalidad es conocer cuáles son las necesidades de los clientes, y de igual manera establecer las bases de mejoras que requieran aplicarse. (Alcazar, 2014)

El modelo Servqual es utilizado para conocer la diferencia entre el servicio percibido y esperado por el cliente, para medir lo que el cliente espera de la organización se considera

cinco aspectos esenciales: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, los cuales son expuestos en un cuestionario basados en los aspectos mencionados anteriormente, el resultado de este cuestionario será el Índice de Calidad del Servicio, y permitirá establecer las cinco brechas que pueden surgir entre el servicio esperado y percibido. (Nieto & Pacheco, 2016)

FIGURA 2 Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio

Dimensión de fiabilidad

- | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo debe cumplir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 2. Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 3. La empresa, debe desempeñar bien el servicio por primera vez. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. La empresa debe proporcionar sus servicios en el momento en que promete hacerlo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 5. La empresa debe insistir en registros libres de error. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

Dimensión de sensibilidad

- | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. La empresa debe mantener informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 2. Los empleados de la empresa deben dar un servicio rápido. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 3. Los empleados, deben estar dispuestos a ayudarles. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. Los empleados de la empresa, nunca deben estar demasiados ocupados para ayudarles. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

Dimensión de seguridad

- | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. El comportamiento de los empleados, debe infundir confianza en ud. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 2. El cliente debe sentirse seguro en las transacciones con la empresa. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 3. Los empleados, deben ser corteses de manera constante con uds. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. Los empleados de la empresa de publicidad, deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

Fuente: Revista Perspectivas

Elaborado por: Reina Matsumoto Nishizawa

FIGURA 3 Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio

Dimensión de empatía

1. La empresa debe dar atención individualizada a los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
2. La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal, a cada uno de los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
3. La empresa debe preocuparse de sus mejores intereses.	1	2	3	4	5	6	7
4. Los empleados deben entender las necesidades específicas de uds.	1	2	3	4	5	6	7
5. La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7

Dimensión de elementos tangibles

1. La empresa debe tener equipos de aspecto moderno.	1	2	3	4	5	6	7
2. Las instalaciones físicas de la empresa, deben ser atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
3. Los empleados de la empresa deben verse pulcros.	1	2	3	4	5	6	7
4. Los materiales asociados con el servicio, deben ser visualmente atractivos para la empresa de publicidad.	1	2	3	4	5	6	7

Fuente: Revista Perspectivas

Elaborado por: Reina Matsumoto Nishizawa

2.2.3.6 Brechas del modelo

Las brechas identifican cinco distancias que causan problemas en la entrega del servicio y que influyen en la evaluación final que los clientes hacen respecto a la calidad del servicio. (Nishizawa, 2014)

- Brecha 1: Entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos de la empresa difícilmente podrán impulsar y desarrollar acciones para lograr la satisfacción de esas necesidades y expectativas.
- Brecha 2: diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de las normas de calidad. El factor que debe estar presente para evitar esta brecha es la traducción de las expectativas, conocida a especificaciones de las normas de calidad del servicio.
- Brecha 3: discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio. La calidad del servicio no será posible si las normas y procedimientos no se cumplen.

- Brecha 4: discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa. Para el Servqual, uno de los factores claves en la formación de las expectativas, es la comunicación externa de la organización proveedora. Las promesas que la empresa hace, y la publicidad que realiza afectaran a las expectativas.
- Brecha 5: es la brecha global. Es la diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones de ellos. (Nishizawa, 2014)

Para esta investigación se utilizó la brecha número 5 debido a que el estudio realizado se basa netamente en las expectativas, lo que los huéspedes esperan del servicio; y la experiencia suscitada en el tiempo de estancia en el Hotel El Molino.

2.2.3.7 Cuestionario Modelo Servqual

El cuestionario Servqual comienza con una breve descripción de los servicios que brinda la empresa para que el cliente cuantifique la percepción que tuvo sobre los servicios recibidos, este cuestionario se encuentra integrado por 22 preguntas que son distribuidas en cada una de las dimensiones con sus respectivos atributos, las dimensiones y los atributos son evaluadas por el cliente para obtener la importancia que tiene cada una de acuerdo a su criterio, este cuestionario es versátil ya que puede ser modificado para cada industria en el que se vaya aplicar haciendo mayor énfasis en las dimensiones en las que se encuentre el servicio brindado. (Nieto & Pacheco, 2016)

Para esta investigación se formuló dos cuestionarios con 10 preguntas. El primero “Cuestionario expectativas”, para medir la importancia de ciertos aspectos previo a la prestación del servicio. El segundo “Cuestionario Percepciones”, para medir el nivel de satisfacción de los usuarios durante el servicio brindado.

Se ha establecido 2 preguntas por cada dimensión por el tamaño de la muestra y, además para la medición de estos cuestionarios se utilizó la escala de Likert de 5 grados.

Para el Cuestionario de Expectativas:

FIGURA 4 Escala de Medición y Porcentaje de Importancia

1. Nada Importante	0% - 20%
2. Poco Importante	20% - 40%
3. Medianamente importante	40% - 60%
4. Importante	60% - 80%
5. Muy Importante	80% - 100%

Elaborado por: Elaboración propia

Para el Cuestionario de Percepciones o experiencias:

FIGURA 5 Escala de Medición y Porcentaje de Satisfacción

1. Totalmente insatisfecho	0% - 20%
2. Insatisfecho	20% - 40%
3. Ni satisfecho ni insatisfecho	40% - 60%
4. Satisfecho	60% - 80%
5. Muy satisfecho	80% - 100%

Elaborado por: Elaboración propia

3 METODOLOGIA

3.1 MÉTODO

- Método analítico

El método analítico es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos. (Lopera, Ramirez, Zuluaga, & Ortiz, 2010)

Mediante este método se busca conocer la realidad del hotel El Molino a través de las comparaciones, relaciones que identifiquen características o aspectos claves para la comprensión de las variables y resultados obtenidos por medio de la medición de indicadores de gestión en los procedimientos aplicados.

- Método deductivo

El método deductivo está basado en la descomposición del todo y sus partes. Va de lo general a lo particular y se caracteriza porque contiene análisis. (Stracuzzi & Pestana, 2012)

Este método permite partir de lo general a lo específico de la información recopilada, comprendiendo el nexo existente entre los antecedentes y lo concluido.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

- Investigación de Campo

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. (Stracuzzi & Pestana, 2012)

Mediante este tipo de investigación se busca recopilar datos en el Hotel El Molino, con el fin de acceder a una gran cantidad de información primaria e importante para esta investigación.

- Investigación Bibliográfica o Documental

Este tipo de investigación se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. (Stracuzzi & Pestana, 2012)

De la misma manera se procede al levantamiento de la información de textos, libros, artículos, informes y demás documentos relevantes que contribuyan a una mejor investigación.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

- Investigación No Experimental

La investigación no experimental es la que no manipula deliberadamente las variables a estudiar. Lo que hace este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto actual, para después analizarlo. En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes. (Cortés & Iglesias, 2004)

El diseño de esta investigación es de tipo no-experimental, ya que se requiere comprender la gestión en el proceso administrativo y su significancia en la calidad del servicio al cliente en el hotel El Molino en el año 2018.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

- INTERNA

La población interna de estudio en el hotel El Molino son 8 personas que forman parte de la gestión administrativa de la empresa.

Tabla 7 Población Recursos Humanos del Hotel El Molino

Estratos	PERSONAL
Gerente propietario	1
Financiero	1
Administración	2
Recepcionistas	4
Total	8

*Fuente: Hotel El Molino
Elaborado por: Elaboración propia.*

- **EXTERNA**

La población externa de estudio en el hotel El Molino se obtiene de la cantidad de clientes que frecuentan los servicios del Hotel, para esta investigación se tomó como referencia el mes de diciembre debido a que es el que posee más acogida por los usuarios al ser un mes de festividades a nivel mundial, obteniendo como resultado la visita de 96 huéspedes quienes son la población de esta investigación.

3.4.2 MUESTRA

No se aplica muestreo ya que se trabajó con el total ambas poblaciones.

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1 TÉCNICAS

- **Observación Directa:** Técnica que permite obtener información de un objeto observado en la realidad, permitiendo extraer información relevante e irrefutable.
- **Entrevista:** Técnica que está basada en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.
- **Encuesta:** Técnica de recolección de datos que permite medir la calidad de un servicio.

3.5.2 INSTRUMENTOS

- Guía de Observación
- Guía de Entrevista
- Cuestionario Modelo SERVQUAL

4 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS AL PERSONAL DEL HOTEL “EL MOLINO”

La información recopilada de las entrevistas realizadas al personal administrativo del Hotel El Molino dio como resultado que, existe un alto conocimiento acerca de la importancia de la gestión administrativa en las empresas ya que agilizan los procesos e involucra a todos los empleados, pero la falta de un modelo de gestión, dificulta la perfecta realización de las actividades dentro de la empresa.

La organización al formar parte del sector hotelero manifiesta que la calidad de servicio que brinda es su carta de presentación ante la sociedad, es así que garantizan la fidelidad de sus huéspedes, es por ello que se encuentran en constante capacitación conjuntamente con el Ministerio de Turismo, Fenedif y otras empresas que brindan cursos de atención y servicio al cliente. Además, que, a pesar de no contar con un presupuesto definido para la atención al cliente, El Hotel a través de sus recepcionistas entregan amenities en fechas especiales y al ingreso de sus nuevos clientes.

Sin duda consideran que la calidad en la atención al cliente, el buen trato y la buena gestión genera un alto rendimiento entre los trabajadores y sobre todo promueve mejoras en el ámbito laboral además de las relaciones interpersonales que deben manejarse dentro del trabajo diario, ya que con un buen modelo de gestión administrativa se puede seguir un control detallado de las actividades que se realizan, y de esta manera efectivizar el trato y la fidelidad de los clientes.

**4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS RELIZADAS A
LOS CLIENTES DEL HOTEL “EL MOLINO”**

Tabla 8 Cuestionario Expectativa

DIMENSIÓN	PREGUNTA	NADA IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	MEDIANAMENTE IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	TOTAL
Fiabilidad.	¿Los servicios brindados son atendidos en el menor tiempo posible?				10	86	96
	¿Existe predisposición para resolver los problemas?			5	9	82	96
Capacidad de respuesta-Sensibilidad	¿La respuesta ante inconvenientes es oportuna?				5	91	96
	¿La comprensión de necesidades específicas es efectiva?			2	7	87	96
Seguridad.	¿El hotel cuenta con instalaciones seguras, para evitar cualquier peligro?				3	93	96
	¿En las áreas comunes hay un ambiente seguro y agradable?			5	6	85	96
Empatía.	¿El personal del hotel siempre está atento para dar respuesta oportuna ante inconvenientes?				5	91	96
	¿El ambiente del hotel es cómodo y agradable?					93	96
Elementos tangibles.	¿El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía?				6	90	96
	¿La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para la estancia?				5	91	96

*Fuente: Hotel El Molino
Elaborado por: Elaboración propia*

Tabla 9 Cuestionario Percepción

DIMENSIÓN	PREGUNTA	MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO	TOTAL
Fiabilidad.	¿Los servicios brindados son atendidos en el menor tiempo posible?				9	87	96
	¿Existe predisposición para resolver los problemas?			3	8	85	96
Capacidad de respuesta-Sensibilidad	¿La respuesta ante inconvenientes es oportuna?				2	94	96
	¿La comprensión de necesidades específicas es efectiva?			1	4	91	96
Seguridad.	¿El hotel cuenta con instalaciones seguras, para evitar cualquier peligro?				1	95	96
	¿En las áreas comunes hay un ambiente seguro y agradable?				4	92	96
Empatía.	¿El personal del hotel siempre está atento para dar respuesta oportuna ante inconvenientes?				3	93	96
	¿El ambiente del hotel es cómodo y agradable?				1	95	96
Elementos tangibles.	¿El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía?				2	94	96
	¿La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para la estancia?				2	94	96

*Fuente: Hotel El Molino
Elaborado por: Elaboración propia*

Tabla 10 Medición de resultados.

CALIDAD ESPERADA – CALIDAD PERCIBIDA

	VALOR ESPERADO	VALOR PERCIBIDO	BRECHA
FIABILIDAD	4.615	4.826	0.211
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4.042	4.520	0.478
SEGURIDAD	4.013	4.690	0.677
EMPATÍA	4.147	4.678	0.531
ELEMENTOS TANGIBLES	4.082	4.536	0.454
P1	2.283	2.329	0.046
P2	2.332	2.497	0.165
P1	2.000	2.134	0.134
P2	2.042	2.386	0.344
P1	2.010	2.264	0.254
P2	2.003	2.426	0.423
P1	2.033	2.357	0.324
P2	2.114	2.321	0.207
P1	2.026	2.289	0.263
P2	2.056	2.247	0.191

Fuente: Hotel El Molino

Elaborado por: Elaboración propia

Análisis Expectativas

De acuerdo con la escala utilizada tenemos como resultado de las 10 afirmaciones un 83,60%, lo que quiere decir que las expectativas de los huéspedes fueron altas para el servicio que presta el Hotel el Molino.

Tabla 11 Resultados Valor esperado “Expectativas”

FIABILIDAD	4.615	92,3%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4.042	80,84%
SEGURIDAD	4.013	80,26
EMPATÍA	4.147	82,94
ELEMENTOS TANGIBLES	4.082	81,64
Total, Promedio General	4,1798	83,60%

*Fuente: Hotel El Molino
Elaborado por: Elaboración propia*

Análisis Percepciones

De acuerdo con la escala utilizada tenemos como resultado de las 10 afirmaciones un 93%, lo que quiere decir que la percepción sobre la calidad de los servicios recibidos por parte del Hotel, supera las expectativas significativamente.

Este resultado es un aspecto positivo para el Hotel ya que demuestra que su índice de calidad de servicio es alto, tanto en sus instalaciones como el trato personalizado de sus trabajadores hacia los clientes.

Tabla 12 Resultados Valor experimentado “Percepciones”

FIABILIDAD	4.826	96,52
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4.520	90,4
SEGURIDAD	4.690	93,80
EMPATÍA	4.678	93,56

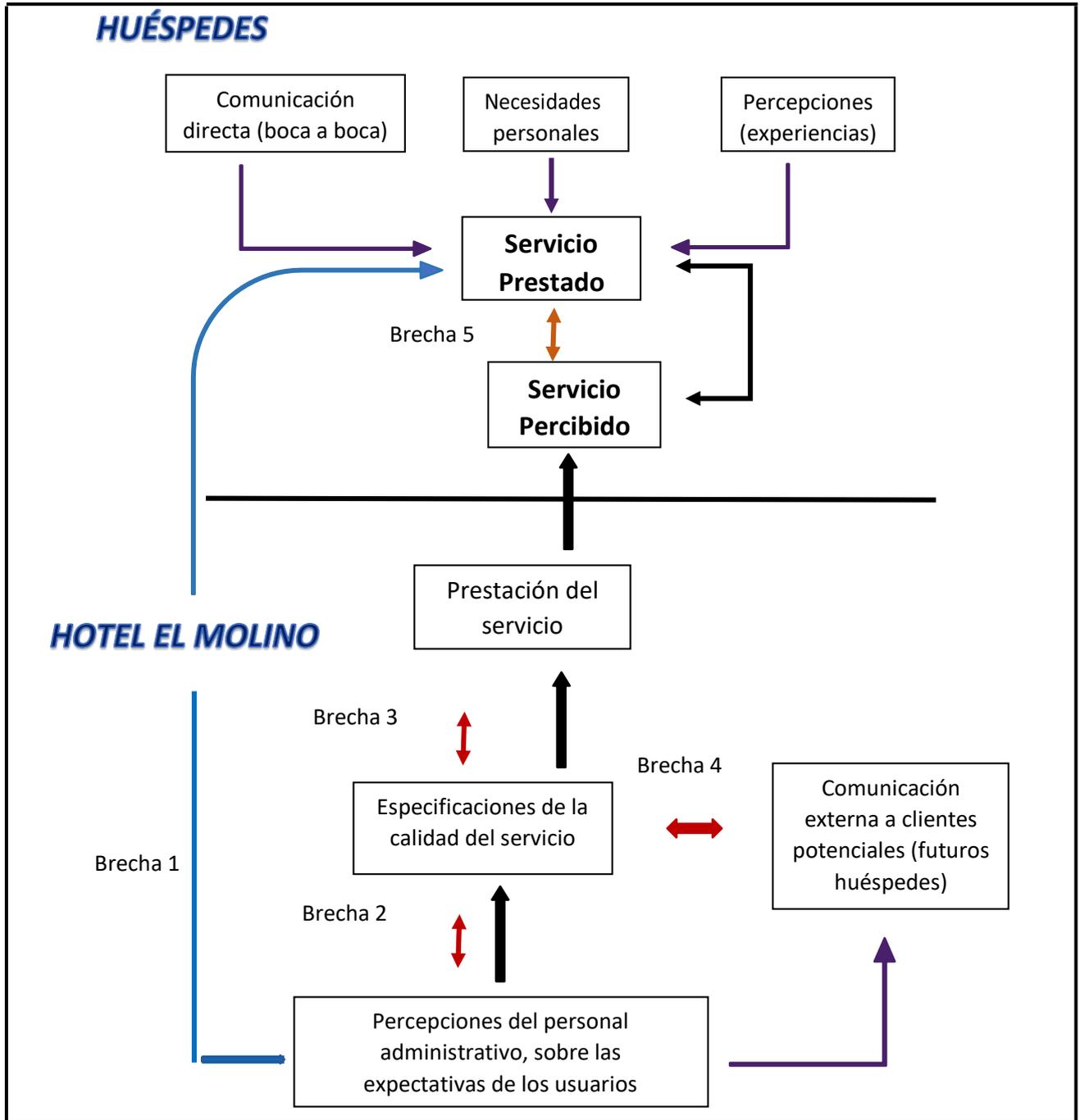
ELEMENTOS TANGIBLES	4.536	90,72
Total, Promedio General	4,65	93%

Fuente: Hotel El Molino
Elaborado por: Elaboración propia

4.3 PROPUESTA MODELO SERVQUAL

Se ha establecido un modelo servqual de servicio para el hotel el molino donde indica las brechas que existe entre la expectativa y la percepción de sus servicios.

Tabla 13 Modelo Servqual de servicio para el Hotel El Molino



Elaborado por: Elaboración propia

- BRECHA 1: La brecha numero 1 demuestra que el personal del Hotel El Molino conoce relativamente las necesidades de los clientes debido a la fuerte comunicación que se establece al momento de brindar el servicio.
- BRECHA 2: Esta brecha indica el nivel de atención que poseen los clientes en cuanto a requerimientos personales se refiere, de esta manera se cumple con las expectativas que tienen del Hotel.
- BRECHA 3: La brecha numero 3 contempla cada una de las actividades que se llevan a cabo dentro de la empresa, además verifica que se ejecuten de manera efectiva para poder agilizar los procesos y brindar un mejor servicio.
- BRECHA 4: Esta brecha permite tomar decisiones correctas y concretas. La publicidad que se maneja debe cautivar al cliente para que su fidelidad sea alta al momento elegir un servicio de hotelería. De esta manera el HOTEL El Molino ha conseguido una gran cantidad de clientes potenciales brindado nivel de satisfacción alta además de sus recomendaciones para próximos clientes.
- BRECHA 5: La brecha número 5 determina la diferencia porcentual que existe entre las expectativas y las percepciones de los clientes. Se pudo determinar que esta brecha es baja, lo que demuestra que el servicio que brinda el Hotel El Molino es satisfactorio; y además cumple con las expectativas de los huéspedes.

Las 5 brechas conjuntamente cumplen una determinada función, que es eliminar la diferencia que existe entre los deseos y las experiencias suscitadas en la prestación del servicio del Hotel El Molino.

El enfoque de este modelo es equilibrar las expectativas que posee la organización y los clientes, con las percepciones del servicio brindado. El objetivo es reducir las brechas existentes para conseguir el equilibrio mencionado que determina un servicio de calidad. Las brechas de la 1 a la 4 determinan la forma en que se presta el servicio mientras que la brecha 5 identifica la percepción que ha tenido el huésped acerca de su estancia en el Hotel.

La fidelización de los clientes será efectiva cuando la brecha entre el servicio esperado y percibido sea mínima, es importante resaltar que la satisfacción que obtiene el usuario del servicio prestado, será un resultado positivo para la empresa ya que mientras más satisfechos estén nuestros clientes, más recomendado será nuestro servicio.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- En la información recopilada mediante entrevistas al personal del Hotel el Molino se encontró que los procesos administrativos son primordiales para la óptima realización de las actividades diarias de trabajo y para cumplir con la total satisfacción de los clientes. Además, la aceptación que tiene de usuarios es positiva ya que supieron manifestar que su fidelidad es alta.
- De acuerdo al estudio realizado se determinó que la gestión administrativa es muy importante ya que permite agilizar los procesos de manera eficiente, a través de la buena planificación organización dirección y control de todos los directivos de una empresa, para de esta manera conseguir una excelente calidad en el servicio al cliente.
- A través del modelo Servqual se pudo identificar que el grado de satisfacción de los huéspedes del hotel el molino es significativamente alto, es por ello que le ha permitido colocarse entre los mejores de la Ciudad de Riobamba, además proyectarse para brindar un servicio de excelencia hacia futuros clientes.

5.2 RECOMENDACIONES

- Para un mejor manejo de los procesos administrativos en El Hotel El Molino, se recomienda aplicar un manual de funciones y procedimientos donde se detalle minuciosamente las actividades a realizarse para cada empleado. Además de la formulación de una planificación estratégica para poder cumplir a cabalidad con los lineamientos y objetivos de la empresa.
- La importancia de la buena gestión es indispensable sobre todo en los servicios de hotelería para contar con índices de calidad altos; es por ello que se recomienda seguir capacitándose en temas respecto a la atención de los usuarios y el buen trato a los mismo, de esta manera se podrá mantener una relación directa entre empleado y huésped y cumplir con todas las necesidades que puedan tener.
- Se recomienda administrar de manera óptima todos los procesos para que el servicio brindado sea de excelencia, de calidad, eficiente, eficaz y satisfactorio; de esta manera la fidelidad de los clientes será aún mayor de la que el Hotel ya posee. Asimismo, aplicar modelos para la medición de la calidad del servicio donde se establezca los deseos y experiencias que tienen los usuarios de su servicio prestado.

6 BIBLIOGRAFÍA

- Alcazar, C. (2014). *Modelo Servqual para el analisis de la percepción de la calidad del servicio*. Cartagena: Unidad Médica Cartagena de Indias.
- Almeida, A. (2013). *Manual de la administración*. Madrid: Editorial el Consultor.
- Amaya, J. (2009). *Gerencia: planeación y estrategia*. Colombia: Editorial de la Universidad Santo Tomás.
- Arguello, E. S., Arguello, E. M., & Saltos, A. W. (2017). La lealtad de los clientes de los hostales de la ciudad de Riobamba - Ecuador. *Industrial Data*, 20 (1), 51-57. , 51-57.
- Ayaviri, N. V., Chucho, M. D., Romero, F. M., & Quispe, F. G. (2017). Emprendimientos y clúster empresarial. Un estudio en la Provincia Chimborazo, Ecuador. *Perspectivas*, (40), 41-64.
- Blacio, M., & Chiriboga, M. (2012). *Evaluacion y Proyeccion financiera del Hotel El Molino de la ciudad de Riobamba con una propuesta de mejoramiento en su rentabilidad, periodo 2012 - 2014*. Riobamba: Hotel El Molino.
- Bouza, A. (2000). *Reflexiones acerca del uso de los conceptos de eficiencia, eficacia y efectividad en el sector de la salud*. La Habana: Rev Cubana Salud Pública.
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw Hill.
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Ciudad del Carmen, Mexico: Ana Polkey Gómez.
- David, F. (2014). *Administración estratégica*. México: Pearson Educación.
- Google Maps. (02 de 02 de 2019). *Hotel El Molino*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Avenida+Unidad+Nacional+%26+Duchicela,+Riobamba/@-1.667709,-78.6622498,18.5z/data=!4m5!3m4!1s0x91d307895f0eb9c5:0xb205ed0502359386!8m2!3d-1.6671376!4d-78.6617587>

- Grima, P., & Tort, J. (2015). *Técnicas para la gestión de calidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Grömroos, C. (2004). *Marketing y Gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Guashpa, C. M. (2018). *La calidad de servicio de las cooperativas de taxis de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la satisfacción de los consumidores, período junio 2015-junio 2016*. Riobamba.
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. México: Mc Graw Hill.
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2013). *Administración. Un enfoque basado en competencias*. México: Cengage Learning.
- Lopera, J., Ramirez, C., Zuluaga, M., & Ortiz, J. (2010). Método analítico como método natural. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*.
- Majó, J., Moya, D., & Vall, L. L. (2018). Impacto De Las Redes Sociales En Los Ingresos De Los Hoteles En Colombia, Ecuador y Perú. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, XXVI(1)*, 147-162.
- Montana, P. (2013). *Conceptos de Administración*. México DF: Mac graw hill.
- Morales, V., Hernández, A., & Blanco, A. (2015). *Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: adaptación del modelo servqual*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Muñiz, L. (2013). *Cómo implantar y evaluar un sistema de control de gestión*. España: Profit.
- Nieto, P., & Pacheco, L. (2016). "Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de cuenca; y, Propuesta de diseño del Modelo Servqual para; HOTEL ZAHIR 360", año 2015. CUENCA.
- Nishizawa, R. M. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa. *Perspectivas*, 181 - 209.

- Parra, L. J. (2017). *La fidelidad de los usuarios en la Cooperativa de Transporte Sangay y su incidencia en la calidad del servicio en la Provincia de Chimborazo, Ciudad de Riobamba, período 2016*. Riobamba- Ecuador.
- Pérez, J. (2010). *Procesos de producción a la vanguardia*. México: MacGraw Hill.
- Pizzo, M. (2013). *Servicio de excelencia*. Obtenido de Construyendo una definición de calidad en el servicio: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definición-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Ramirez, J. (2013). *Planeación Estratégica del Marketing XXI para destinos turísticos y empresas*. México: Universidad Autónoma de Baja California.
- Reyes, M. T. (2015). *Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad de los servicios a los usuarios de la Cooperativa Interprovincial de Transporte de Pasajeros La Maná, período 2013*. La Maná-Ecuador.
- Rojas, M., Jaimes, L., & Valencia, M. (2017). *Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo*. Medellín: Revista espacios.
- Secretaría Central de ISO. (2005). *Norma Internacional ISO 9000*. Suiza: ISO.
- Stracuzzi, S., & Pestana, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa 3era Edison*. Caracas: Fedupel .
- Tipián, E. S. (2017). *Gestión administrativa y la calidad de servicio a usuarios de la Dirección General de Protección de Datos Personales de Minjus*. Perú.
- Vainrub, R. (2006). *Nacimiento de una empresa*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

7 ANEXOS

7.1 CUESTIONARIO ENCUESTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los usuarios del Hotel El Molino.

NOTA: La información proporcionada será utilizada únicamente para la realización del trabajo de titulación **LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL EL MOLINO, PERIODO 2018.**

CUESTIONARIO EXPECTATIVA

SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO.

Con el objetivo de analizar el servicio esperado en el Hotel El Molino, por favor llenar la siguiente encuesta, de acuerdo a lo que usted espera recibir del hotel. Teniendo en cuenta la importancia de los siguientes aspectos, califique usted del 1 al 5 donde:

1. Nada Importante
2. Poco Importante
3. Importancia Media
4. Importante
5. Muy Importante

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
¿Los servicios brindados son atendidos en el menor tiempo posible?					
¿Existe predisposición para resolver los problemas?					
¿La respuesta ante inconvenientes es oportuna?					
¿La comprensión de necesidades específicas es efectiva?					
¿El hotel cuenta con instalaciones seguras, para evitar cualquier peligro?					
¿En las áreas comunes hay un ambiente seguro y agradable?					
¿El personal del hotel siempre está atento para dar respuesta oportuna ante inconvenientes?					
¿El ambiente del hotel es cómodo y agradable?					
¿El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía?					
¿La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para la estancia?					



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los usuarios del Hotel El Molino.

NOTA: *La información proporcionada será utilizada únicamente para la realización del trabajo de titulación LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL EL MOLINO, PERIODO 2018.*

CUESTIONARIO PERCEPCIÓN

SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO.

Con el objetivo de analizar el servicio prestado en el Hotel El Molino, por favor llenar la siguiente encuesta, de acuerdo a lo que usted percibió del hotel. Teniendo en cuenta la satisfacción de los siguientes aspectos, califique usted del 1 al 5 donde:

- 1) Muy Insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Ni satisfecho ni insatisfecho
- 4) Satisfecho
- 5) Muy Satisfecho

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
¿Los servicios brindados son atendidos en el menor tiempo posible?					
¿Existe predisposición para resolver los problemas?					
¿La respuesta ante inconvenientes es oportuna?					
¿La comprensión de necesidades específicas es efectiva?					
¿El hotel cuenta con instalaciones seguras, para evitar cualquier peligro?					
¿En las áreas comunes hay un ambiente seguro y agradable?					
¿El personal del hotel siempre está atento para dar respuesta oportuna ante inconvenientes?					
¿El ambiente del hotel es cómodo y agradable?					
¿El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de su estadía?					
¿La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para la estancia?					

7.2 CUESTIONARIO ENTREVISTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entrevista dirigida al sector administrativo del Hotel “El Molino”

NOTA: *La información proporcionada será utilizada únicamente para la realización del trabajo de titulación* **LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL EL MOLINO, PERIODO 2018.**

1.- DATOS GENERALES:

Cargo actual:

2.- DESARROLLO

- **¿Conoce usted los beneficios que otorga la gestión administrativa dentro de una empresa? Explique.**
- **¿Considera usted que la atención al cliente forma parte de los objetivos a cumplir dentro de la organización? ¿Por qué?**
- **¿Hubo un presupuesto establecido para la atención al cliente en el año 2018? ¿en qué consistió?**
- **¿Cuál es el nivel de capacitación acerca de la atención al cliente?**
- **¿Considera usted que, un modelo de gestión administrativo que establezca políticas de buen trato a los clientes, puede beneficiar a su empresa y la aceptación de sus usuarios?**