



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

**CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACION TURÍSTICA Y
EMPRESAS DE RECREACIÓN**

TEMA

**GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL
HOTEL INGLÉS, UBICADO EN EL CANTÓN QUEVEDO,
PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2013**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:
INGIENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y EMPRESAS
DE RECREACIÓN**

AUTORA

ALEXANDRA MIREYA ZAMBRANO BRIONES

DIRECTORA

LCDA. NUVIA ZAMBRANO BARROS. M.S, c.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **ALEXANDRA MIREYA ZAMBRANO BRIONES**, declaro que el trabajo que aquí describo es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional: y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondiente a este trabajo, según establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por su Reglamento y por normatividad institucional vigente.

ALEXANDRA MIREYA ZAMBRANO BRIONES

CERTIFICACIÓN

La suscrita, **LCDA. NUVIA ZAMBRANO BARROS. M.S, c.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo certifica, que la Egresada **ALEXANDRA MIREYA ZAMBRANO BRIONES**, realizó la Tesis de Grado previo a la obtención del título de administración turística y empresas de recreación.

Con la tesis de grado titulado **GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL HOTEL INGLÉS, UBICADO EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2013**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

LCDA. NUVIA ZAMBRANO BARROS. M.S, c.
DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE:
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y EMPRESAS DE RECREACIÓN

TEMA

“GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL HOTEL INGLÉS, UBICADO EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2013”

Presentado al Consejo Académico como requisito previo a la obtención del título de: INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y EMPRESAS DE RECREACIÓN:

Aprobado:

PRESIDENTE DE TRIBUNAL

MIEMBRO DE TRIBUNAL

MIEMBRO DE TRIBUNAL

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios, ya que gracias a él, he podido superar toda dificultad, que se me han presentado para lograr mis objetivos.

A las autoridades de esta noble institución ya que me abrieron sus puertas para lograr cumplir mis metas propuestas.

A mis padres, quienes han sido pilares fundamentales en mi carrera y proceso educativo.

A los docentes, quienes me brindaron sus conocimientos para mi formación profesional.

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de vivir, dándome las fuerzas necesarias que se requiere para alcanzar nuestras metas.

A mis padres quien me apoyaron en la educación, y culminar con éxito mis estudios.

A mi familia y amigos, quienes han sido la fuente de inspiración para culminar esta etapa de mi vida como profesional y en lo posterior es un ejemplo para ellos.

Mireya

INDICE

CONTENIDO	Pag.
TITULO DE PORTADA	I
DECLARACIÓN AUTORÍA DE TESIS	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	III
CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
INDICE GENERAL	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XI
ABSTRACT	XII
CAPITULO I	
MARCO CONTEXTUAL	1
1.1. Introducción	2
1.2. Planteamiento del problema	3
1.2.1. Formulación del Problema	4
1.2.2. Sistematización Del Problema	4
1.3. Delimitación del Problema	4
1.3.1. Espacial	4
1.3.2. Temporal	4
1.4. Justificación	5
1.5. Objetivos	6
1.5.1. General	6
1.5.2. Específicos	6
1.6. Hipótesis	6
1.6.1. General	6
1.6.2. Variables	6
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACION	7

2.1.	Fundamentación Teórica	8
2.1.1.	Calidad de servicio y hotelería	8
2.1.2.	El servicio y la calidad	9
2.1.3.	Objetivos de Calidad en el sector turístico	11
2.1.4.	Deficiencias en la calidad de los servicios	12
2.1.5.	Modelos derivados de la gestión de la calidad	13
2.1.6.	Normativa de la Calidad ISO 9001	13
2.2	Fundamentación Conceptual	17
2.2.1.	Definición de gestión de calidad	17
2.2.2.	Servicio al cliente	17
2.2.3.	Hotel	18
2.2.4.	Clasificación de Hoteles	18
2.2.5.	Hotel Sistemas de clasificación	20
2.2.6.	Beneficios y retos de la clasificación hotelera	21
2.3.	Fundamentación Legal	23
2.3.1.	Organización mundial de Turismo	23

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	25	
3.1	Localización de la Investigación	25
3.2.	Materiales y equipos	25
3.3.	Tipos de Investigación	26
3.3.1.	De Campo	26
3.3.2.	Bibliográfica o Documental	26
3.4.	Métodos	26
3.4.1.	Método de observación	26
3.4.2.	Método inductivo – deductivo	27
3.4.3.	Método analítico	27
3.4.4.	Método estadístico	27
3.5.	Fuentes	27
3.6.	Técnicas de la Investigación	28
3.6.1	Entrevista	28

3.6.2	Encuesta	28
3.7.	Población y muestra	29
3.8.	Procedimiento Metodológico.	31
CAPITULO IV		
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		33
4.1.	Organigrama estructural del Hotel Inglés	33
4.2.	Encuesta a los clientes del hotel inglés	34
4.3	Encuesta para los empleados	38
4.4.	Entrevista al gerente del “Hotel Inglés”	44
4.4.1.	Análisis de la entrevista	45
4.5.	Discusión	46
CAPITULO V		
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		48
5.1.	Conclusiones	48
5.2.	Recomendaciones	49
CAPÍTULO VI.		
PROPUESTA		50
6.1.	Título	51
6.2.	Justificación	51
6.3.	Alcance	51
6.4.	Base legal	52
6.5.	Objetivos	52
6.6.	Importancia	52
6.7.	Ubicación sectorial	53
6.8.	Factibilidad	53
6.9	Desarrollo de la propuesta	53
6.9.1.	Guía estratégica	53
6.9.2.	Motivación del personal	54
6.9.3	Guía de estratégica de gestión de calidad	55
6.9.4.	Guía de estratégica de atención al cliente	56

6.9.5.	Guía de valoración del desempeño	62
--------	----------------------------------	----

CAPÍTULO VII.

BIBLIOGRAFÍA	65
---------------------	----

6.1.	Bibliografía	65
------	--------------	----

6.2.	Internet	66
------	----------	----

CAPÍTULO VII

ANEXOS	68
---------------	----

7.1.	Cuestionario de Preguntas para Aplicar Encuestas	68
------	--	----

7.2.	Encuesta dirigida a los empleados	70
------	-----------------------------------	----

7.3.	Entrevista al gerente de la empresa	73
------	-------------------------------------	----

7.4.	Organigrama estructural del Hotel Inglés	75
------	--	----

7.5.	Fotos	76
------	-------	----

7.6.	Plano de Quevedo señalando la ubicación del hotel	78
------	---	----

7.7.	RUC del Hotel Inglés	79
------	----------------------	----

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de determinar la gestión de la calidad en el servicio al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el cantón Quevedo, provincia de los Ríos, año 2013, para de este modo diseñar una estrategia de mejoramiento en la calidad de atención en el hotel.

El tipo de investigación utilizado fue cuantitativo y cualitativo, además es de campo, ya que se realizó en las instalaciones del Hotel, como instrumento de recolección de datos se utilizó la encuesta, con su respectivo cuestionario, el mismo que constó con ítems con diferentes opciones de respuesta. También se realizó la entrevista al gerente del Hotel, los resultados permitieron establecer parámetros para la comprobación de la hipótesis.

El estudio realizado con los empleados del hotel mostró significativamente, que el 80% consideran que existen dificultades en la calidad de atención a los clientes del hotel, mientras el 20% manifiestan que pocas veces han tenido dificultades, esto se debe a varios factores; entre ellos, la falta de conocimientos en relación a la calidad de servicio.

Los resultados de este estudio permitieron comprobar que se presentan limitaciones en la gestión y planificación, por lo que se recomienda implementar estrategias que mejoren estas dificultades en estas áreas.

ABSTRACT

The present investigation was conducted to determine the quality management in customer service English Hotel, located in Quevedo canton, Los Rios province, year 2013, to thereby develop a strategy for improvement in the quality of care in the hotel.

The research used was quantitative and qualitative; it is also field because it was held in the Hotel, as an instrument of data collection survey was used, with their respective questionnaire, the same as consist it with items of different options response. The interview was also conducted the manager of the Hotel, the results allowed to establish parameters for testing the hypothesis.

The study of hotel employees significantly showed that 80% consider that there are difficulties in the quality of care for hotel guests, while 20% say they rarely have struggled, this is due to several factors; including the lack of knowledge regarding the quality of service.

The results of this study allowed verify that limitations in the management and planning are presented, so it is recommended to implement strategies to improve these difficulties in these areas

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Las cadenas hoteleras y los hoteles se han desarrollado vertiginosamente durante los últimos años convirtiéndose en una muy importante fuente de ingresos para los países alrededor del mundo, la cadena hotelera activa la producción y rentabilidad para las personas que están inmersos en esta actividad.

La hotelería en Ecuador ha logrado un avance significativo durante la última década, han aparecido una serie de establecimientos de alojamiento de calidad internacional, que ha sido adquirido por las cadenas hoteleras del mundo, llegaron hoteles como el Radisson, Marriot, Sheraton, entre otras, que sin duda cambian la imagen de las ciudades principales y el entorno donde están ubicados.

Los hoteles actualmente ofrecen a los usuarios varios servicios adicionales que complementan la exigencia de los visitantes, de tal manera que quien elige un hotel está contratando calidad y servicio que garantiza su estabilidad y seguridad durante su estadía.

En la Ciudad de Quevedo, se encuentra el hotel Inglés, que se creó en el mes de abril del año 2010 como uno de los hoteles de primera categoría, brindando servicio de confort para el huésped y sobre todo aportando para el desarrollo económico y turístico del cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos. Su inicio se dio en lo que era un edificio de infraestructura vetusta, ubicado en las calles 7 de Octubre entre Décima Primera y Décima Segunda de Quevedo.

Este proyecto pretende determinar la gestión de la calidad en el servicio al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos. Durante el año 2013.

1.2. Planteamiento del problema

Ecuador tiene enormes potenciales naturales y culturales, para el desarrollo turístico y es considerado como uno de los países para desarrollar el Ecoturismo, Turismo de Aventura, Agroturismo, Turismo Comunitario y otras formas más, donde la naturaleza se conjuga con sus montañas, cascadas, ríos, valles etc.

La problemática que presentan los hoteles se encuentra en la deficiencia de los servicios, esto está asociado con el sistema de gestión de calidad, existe poco control del proceso enfocado en el óptimo servicio que espera los visitantes.

Los resultados de una deficiente calidad de atención se refleja en la competencia y en el flujo de clientes insatisfechos, por esta razón se debe analizar, el tiempo, recursos, personal, etc.

El hospedaje en el Hotel, es muy conocido por su buen ganado renombre, pero estas cualidades han venido siendo opacados por la falta de innovaciones y renovaciones en la calidad de servicio, la poca capacitación y experiencia de los empleados representa un costo significativo.

Los empleados que trabajan en el Hotel Inglés presentan limitaciones en la parte operativa ya que no cuentan con un proceso o planificación adecuada que les permitan realizar sus actividades en forma eficiente y confiable, la atención al cliente es informal, la información que requiere los clientes es limitada.

Los estándares de calidad y el servicio no es suficientemente bueno para atender las demandas de los clientes, el personal se limita a realizar las actividades con poca actitud de entrega y sin una dirección que lidere el proceso, lo que hace que cometan varios errores en el trato con los clientes.

1.2.1. Formulación del Problema

¿Cómo influye la calidad de gestión en el servicio al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos, año 2013?

1.2.2. Sistematización Del Problema

¿Cuál es la situación actual de la calidad de servicio al cliente del Hotel Inglés?

¿De qué manera influyen los indicadores de gestión de calidad en la eficiencia y eficacia en el servicio al cliente del Hotel Inglés?

¿Cuáles son las estrategias de gestión de calidad, que ayuden en el servicio al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el Cantón Quevedo?

1.3. Delimitación del problema

1.3.1.- Espacial

Objeto de estudio. Gestión de Calidad en el servicio al cliente.

Campo: Administración.

Área: Administración y turismo

Lugar: Hotel inglés, ubicado en el cantón Quevedo

Tiempo: año 2013

1.3.2.- Temporal

Año 2013

1.4. - Justificación

Para lograr estos objetivos, se requiere adoptar una estrategia integral de mejoramiento y desarrollo del servicio, en la cual el entrenamiento del personal de los distintos equipos de trabajo, se constituyen en la principal herramienta de servicio de nuestros fines.

Una adecuada planificación, partiendo del compromiso y la participación activa de los directivos (Supervisores, Gerentes, Jefes, etc.), debe ser iniciado con la propuesta de una imagen objetivo o visión que represente el nuevo nivel de servicio que deseamos lograr; y luego analizar el actual nivel de servicio, de modo de identificar aspectos en los que se debe intervenir para su mejora; para finalmente determinar cómo hacerlo en forma sustentable y proceder a implementar las estrategias y evaluar los resultados.

La prestación de un servicio de calidad constituye un factor clave de éxito en una empresa orientada al consumidor, ya que genera confianza en el consumidor hacia el establecimiento que presta dicho servicio. Para que así sea, es imprescindible que los servicios adicionales o periféricos que acompañan al servicio básico o central sean de calidad, de ese modo, el consumidor perciba a la empresa diferente de la competencia.

La implementación de un sistema de gestión de calidad a corto o largo plazo, presenta un mayor beneficio en la recepción de clientes porque se cumplirán las exigencias y la demanda de los usuarios. Un servicio de calidad garantiza el flujo de clientes y esto incide en el desarrollo económico del hotel, la empresa no se limita solamente a cumplir con los requerimientos sino a conseguir calidad total hacia el cliente basándose en el control de los procesos y el cumplimiento de objetivos.

La proyección de esta propuesta, es factible porque se cuenta con el apoyo incondicional del gerente propietario y además, tiende a garantizar la seguridad de los usuarios, ya que les ofrece garantías y seguridad.

1.5. Objetivos

1.5.1.- General

Crear una guía de estrategias de gestión de la calidad, para el mejoramiento del servicio al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos. Durante el año 2013.

1.5.2.- Específicos

- 1.- Identificar la situación actual de la calidad de servicio al cliente del Hotel Inglés.
- 2.- Aplicar los indicadores de gestión de calidad que identifiquen la eficiencia y eficacia en el servicio al cliente del Hotel Inglés.
- 3.- Establecer la guía de estrategias de gestión de calidad, que ayuden en el servicio al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el Cantón Quevedo.

1.6. Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

La poca gestión de la calidad, influye desfavorablemente en el servicio al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el cantón Quevedo, Provincia de los Ríos. Durante el año 2013.

1.6.2.- Variables de la hipótesis

1.6.2.1. Variable Independiente: Gestión de calidad

1.6.2.2. Variable Dependiente: Servicio al cliente del Hotel Inglés

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Fundamentación Teórica

El concepto de calidad ha evolucionado hasta convertirse prácticamente en sinónimo de satisfacción del cliente: la introducción de un sistema de gestión de la calidad en una organización, pone al cliente como el foco de toda su actividad.

Este concepto, está en los orígenes de la "International Organization for Standardization" (I.S.O.) que define la calidad como el "grado en que un conjunto de características inherentes (a un producto o servicio) cumple con los requisitos", destacando que dentro de estos requisitos, las necesidades y expectativas de los clientes cobran un rol fundamental. **ISO, (2014)**

2.1.1.- Calidad de servicio y hotelería

La calidad de servicio debe abarcar a todos los miembros de la empresa hotelera se debe enfocar en la atención de forma integral que involucre tiempo, financiamiento y capacitación profesional del personal. **Gonzales, (2009).**

La calidad es un nivel de confiabilidad de bajo costo, debe ayudar a permanecer en el mercado a proteger la inversión generar ganancias y asegura los empleos.

Para conseguir una mayor calidad es mejorando el servicio y reduciendo la variación en los procesos con la adecuada implementación del diseño y calidad del producto para satisfacer las necesidades de los clientes.

La calidad apunta al éxito con el cumplimiento de los requerimientos y entendidos como la principal motivación de la empresa para conseguir sus objetivos desde su organización hasta su gestión se debe incluir los costos y el aseguramiento del producto final

2.1.2.- El servicio y la calidad

“Quien define la calidad de servicio es el cliente, con base en la satisfacción de aquellas necesidades que desea cubrir, de sus deseos y expectativas en relación al producto, lo cual depende de su percepción y lo que él espera del producto y también como desea recibirlo”. **Keith, (2006)**.

La percepción del cliente sobre la calidad de servicio resulta de la comparación que haga entre lo que recibe realmente y sus expectativas, tiene que ver con lo que el cliente cree que está recibiendo. En consecuencia, si la percepción del cliente es inferior a sus expectativas, con seguridad su grado de satisfacción será bajo. Por el contrario, si su percepción es superior a sus expectativas, entonces será un alto grado de satisfacción.

Se define el servicio como: “la combinación de una conducta humana con objetos y procesos específicos, cuya finalidad es ayudar al cliente a satisfacer necesidades continuas e inmediatas”. **Keith (2006)**.

También, es un proceso fundamentado en el requerimiento de una realización por medio de la participación de un empleado y un cliente. La prestación de un servicio de calidad constituye un factor clave de éxito en una empresa orientada al consumidor, ya que genera confianza en el consumidor hacia el establecimiento que presta dicho servicio.

Los procesos que cotidianamente ejecutan las organizaciones están orientados al desarrollo de productos, pendiente a satisfacer las necesidades de los diversos mercados consumidores.

“Un producto es todo aquello que se puede ofrecer al mercado para ser adquirido, usado o consumido; permite satisfacer algunas necesidad o deseo y puede incluir objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”. **Gonzales, (2009)**.

En la definición presentada, el producto no se limita solo a los bienes sino integra al factor servicios. Por tal razón, para fines de estudios, dicho término será aplicable en ambos elementos.

En virtud de lo anterior, diferentes autores han estudiado las discrepancias existentes entre los bienes y los servicios, tal es el caso específico de Kotler, quien a través de su clasificación de los productos, explica las características de ambos. **Gonzales, (2009).**

La primera categoría la integran todas aquellas adquisiciones que no incorporan servicios, como por ejemplo, los artículos de limpieza.

La siguiente categoría agrupa aquellos productos donde el objeto de venta es el bien tangible y junto a él se ofrece un servicio adicional, tal es el caso de las empresas que venden electrodomésticos.

Con relación a la tercera categoría, el objeto de venta es intangible pero es complementado con bienes tangibles, ejemplo de este tipo, los servicios que ofertan un hotel o restaurante. En lo que se refiere a la última categoría, se constituye por aquellas adquisiciones que no cuentan con algún soporte tangible adicional, en este grupo se ubican los despachos de consultorías.

La clasificación presentada muestra los dos tipos de servicios, aquellos que van acompañados de un bien y los que sólo integran actuaciones que se traducen en beneficios para otras personas **OMT, 2014.**

“En el servicio se identifican los aspectos tangibles: lugar geográfico, ambiente físico, manejo de tiempos, etc. y los intangibles: predisposición del personal, ambiente psicológico, empatía, etc. Ambos componentes configuran una estrecha relación en la expresión actual del concepto servicio. Tal situación ha generado que los especialistas del tema adopten ciertas posturas sobre su tangibilidad”. **De la Torre (2008).**

En un establecimiento hotelero, los aspectos tangibles se integran por las instalaciones, el mobiliario y equipo, en cambio, los elementos intangibles representan todas aquellas acciones que la empresa hotelera realiza para satisfacer una necesidad del cliente, por ejemplo: la cortesía, la actitud del personal, la seguridad, el montaje del servicio, el entretenimiento, el acceso a los servicios, la ambientación, entre otros factores. **Gonzales, (2009).**

Dichos aspectos son considerados puntos determinantes en la valoración global de los servicios. Los turistas clientes tienen diversas apreciaciones sobre la calidad de un servicio, algunos se inclinan más por lo tangible (las condiciones de la habitación, las áreas públicas del hotel, etc.), mientras que otros le dan más peso a las formas de otorgar el servicio (las actuaciones del personal).

2.1.3.- Objetivos de Calidad en el sector turístico

Una adecuada gestión en la calidad de servicios turísticos debe tener varias características como ser coherente entre la producción y consumo, esto significa tener en cuenta la calidad específica de los servicios. **De la Torre, (2008).**

Dentro de los objetivos es proporcionar un servicio que satisfaga las exigencias de los clientes que atienda sus expectativas y se analice los resultados para mejorar permanentemente.

La continua exigencia del sector turístico debe incorporar aspectos relacionados con el desarrollo sostenible respetando la conservación del medio ambiente y la conservación del entorno. **OMT, 2014.**

Los principios se concretan en la accesibilidad de los clientes, la garantía de su bienestar y la responsabilidad con el medio ambiente, por lo que deben ser evaluados para verificar su cumplimiento. **OMT, 2014.**

Los servicios hoteleros deben ofrecer a sus clientes el mejor servicio, seguridad y buen trato, para esto debe contar con todas las medidas necesarias en la calidad de servicio que permita la satisfacción del cliente para lograr esto se debe:

- Mejorar en todas las áreas de servicio
- Implicación de todo el personal.
- Fomentar la autosuficiencia y autonomía de cada área de servicio.
- Formar una organización capaz de adaptarse a las necesidades de los clientes
- Desarrollar un servicio de calidad orientado a la excelencia del mismo
- Respeto al medio ambiente, orientado a reducir el impacto negativo del mismo.
- Aportar y recibir la información y formación adecuada para asegurar y mejorar el nivel del servicio prestado.

2.1.4. Deficiencias en la calidad de los servicios

Se denomina deficiencia a la percibida por los clientes, representa la discrepancia entre el punto de vista de los clientes, el servicio que espera y el servicio que recibe esto define la calidad de atención. **González, (2007).**

Si los directivos no comprenden las necesidades y expectativas de los clientes, desconocerán las necesidades del valor del servicio será difícil impulsar y desarrollar acciones para la satisfacción de sus expectativas. **González, (2007).**

No basta con conocer solamente las expectativas, la calidad de servicio no será posible si no se cumplen las políticas internas sujetas a las normas y procedimientos. **Ayala, (2011).**

Los incumplimientos tienen diferentes causas como falta de capacitación a los empleados, falta de recursos una inadecuada planificación de gestión. Una de los factores por parte de los clientes es la comunicación que deben estar acompañadas con una calidad en la prestación de servicios con una correcta coordinación de la prestación.

2.1.5. Modelos derivados de la gestión de la calidad

“La implantación de un sistema de la calidad en la empresa turística se ve facilitada por el empleo de una serie de herramientas que persiguen la mejora de procesos”. **González, (2007)**.

Resaltamos brevemente algunas de ellas:

Círculos de calidad. Es un pequeño grupo de voluntarios que desarrolla actividades de control de calidad dentro de un área de trabajo concreta.

Además, este pequeño grupo es una organización con continuidad, actuando dentro de las actividades de control de calidad de la compañía, para el propio desarrollo mutuo, el control del proceso y las mejoras dentro de un centro de trabajo utilizando técnicas de control de calidad con plena participación de todos sus miembros. **González, (2007)**.

Grupos de mejora. Están constituidos por especialistas elegidos por la dirección para abordar los grandes problemas de la organización.

Están formados por personas de diferentes departamentos y niveles. Su duración es temporal; una vez resuelto el problema, se disuelven.

2.1.6. Normativa de la Calidad ISO 9001 (control y mejora de los procesos)

Las normas constituyen herramientas para que una organización pueda mejorar la calidad de sus productos o servicios, permitiéndole mantener y

actualizar los estándares alcanzados a lo largo del tiempo, de forma tal de obtener la constante satisfacción de las necesidades del cliente, e incluso superar las expectativas de estos. **Gómez, (2012).**

Una norma es un documento ordenador de una cierta actividad, elaborada voluntariamente con el consenso de las partes interesadas, que contiene especificaciones técnicas extraídas de la experiencia y de los avances de la tecnología; es de público conocimiento; y, en razón de su conveniencia o necesidad de aplicación extensiva, puede ser aprobada como tal por un organismo acreditado al efecto.

Las normas ISO describen los requerimientos que debe satisfacer los recursos necesarios para su gestión, considerando que la calidad incluye la totalidad de los aspectos y características de un producto o servicio que le confieren aptitud para satisfacer las necesidades del cliente, sean éstas establecidas o implícitas. **Gómez, (2012).**

El modelo de un sistema de gestión de la calidad basado en procesos, tal como se muestra en la siguiente figura, muestra que los clientes juegan un papel significativo para definir los requisitos como elementos de entrada.

El seguimiento de la satisfacción del cliente requiere la evaluación de la información relativa a la percepción del cliente acerca de si la organización ha cumplido sus requisitos.

Entre las normas de mayor aplicación se encuentran las ISO series 9.000 y 14.000. La primera motivación esencial de estas familias de Normas, es la de proveer a la empresa una filosofía, y en igual medida, una metodología para el mejoramiento de la calidad y de la eficiencia de los procesos productivos. Pero también juegan un rol esencial como documento base para utilizar en una relación contractual entre proveedor y cliente.

La familia de normas ISO 14.000 para Sistemas de Gestión Ambiental asegura el cumplimiento con estándares de gestión y desempeño ambiental. Contiene más de veinte estándares, guías y otras publicaciones, sobre una gran variedad de temas como la gestión de bosques y el ciclo de vida de los productos. Establece lo que la organización necesita para alcanzar sus metas de eficiencia ambiental.

Fuente: Norma IRAM 30.400. Guía para la interpretación de la norma ISO 9001:2000 en servicios turísticos.

El grupo de Normas ISO 9.000, cuya primera edición data del año 1987, proporciona a las organizaciones una metodología para el mejoramiento de la calidad y de la eficiencia de los procesos productivos. Han sido adoptadas por más de setenta países como normas de calidad nacional; en Argentina comenzaron a certificarse en el año 1982.

Los fundamentos y la terminología utilizada por la IRAM-ISO 9001, fue revisada y modificada para ser ampliamente comprendida evidenciando que todos sus requisitos son genéricos y se pretende que ellos sean aplicables a todas las organizaciones con independencia del tipo, tamaño o producto suministrado.

No obstante su carácter genérico, hay sectores o actividades con características tan específicas que han expresado la necesidad de contar con cierto tipo de guías para la interpretación de esta norma y lograr una implementación adecuada y eficaz. Es así como IRAM decidió desarrollar la Norma 30.400 "Guía de Interpretación de la IRAM-ISO 9001 en servicios turísticos". **Gómez, (2012).**

Esta norma tiene por objetivo proveer lineamientos para comprender la IRAM-ISO 9001 en el ámbito de las organizaciones que prestan servicios turísticos, atendiendo sus particularidades y su amplia gama de prestaciones.

Esta norma consigue estandarizar la gestión de los procesos sobre los servicios que se ofrecen, consiguiendo un mayor control sobre ellos.

Permite implantar el círculo de la mejora continua dentro de la empresa y a cumplir con la legislación vigente.

Implantar un sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001, asegura cumplir con los requisitos necesarios y así demostrar la capacidad de su empresa para satisfacer los requerimientos de sus clientes.

Con un sistema de calidad ISO 9001, se asegura la implantación de las actividades encaminadas a conseguir los objetivos marcados, lo que permitirá garantizar el éxito de su empresa.

La familia de normas **ISO 9000**, es un conjunto de normas de calidad establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), que se pueden aplicar en cualquier tipo de organización (empresa de producción, empresa de servicios, administración pública...). Sin embargo están especialmente indicados para el sector servicios. **Gómez, (2012)**.

Su implantación, aunque supone un intenso trabajo inicial, ofrece una gran cantidad de ventajas para la empresa.

Los principales beneficios son:

- Reducción de reclamaciones en la prestación del servicio.
- Aumento de la productividad.
- Reducción de costes por la mejora de los procesos.
- Mayor compromiso con los requisitos del cliente.
- Facilita la mejora continua. Evita la improvisación.
- Diferenciación de la competencia.
- Inspira confianza y genera fidelidad en los clientes.
- Mejora la imagen de la empresa.

2.2. Fundamentación Conceptual

2.2.1.- Definición de gestión de calidad

"La gestión de la calidad es una gestión que asegura eficacia máxima dentro de la empresa y afianza el liderazgo comercial mediante la puesta en funcionamiento de procesos y de sistemas que favorecen la excelencia, al tiempo que impiden los errores y aseguran que todas las metas de la firma se logren sin despilfarrar esfuerzos" **Gómez, (2012)**.

La calidad está constituida por una responsabilidad corporativa, donde están implicados todos los puestos de trabajos, además de cada uno de los aspectos y procesos que la actividad de la empresa incorpora.

2.2.2.- Servicio al cliente

Servicio es en primer lugar un proceso, es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. **Ayala, (2011)**.

Constituye la mejor forma de aumentar las ventas, como también de hacerse una clientela fiel que al tener una experiencia de servicio legendaria (positiva, increíble, superior, se recuerda con agrado), se convertirá en "apóstol" o promotor de su hotel/restaurante y comentará a sus amistades acerca de lo bien que fue atendido. ¿Qué ocurrió? **De la Torre, (2008)**.

Simplemente que, en cualquier hotel o restaurante donde se practique el "servicio superior", se entregara al huésped más de lo que él espera. Incluso una sonrisa y un tono de voz agradable son una delicia cuando uno se ha enfrentado todo el día con rostros mal agestados y respuestas pocos corteses.

2.2.3.- Hotel

En un establecimiento hotelero, los aspectos tangibles se integran por las instalaciones, el mobiliario y equipo, en cambio, los elementos intangibles representan todas aquellas acciones que la empresa hotelera realiza para satisfacer una necesidad del cliente, por ejemplo: la cortesía, la actitud del personal, la seguridad, el montaje del servicio, el entretenimiento, el acceso a los servicios, la ambientación, entre otros factores **Gómez, (2012)**.

El objetivo principal de un hotel es la oferta y el desarrollo de un producto turístico. La combinación con la calidad de servicio de forma estricta aumenta los valores corporativos como política de comercialización

Asegura no solamente una estancia completa y agradable a cada visitante sin aumentar el efecto positivo desde esa primera estancia por una más prolongada.

La misión de un hotel condiciona las actividades y proporciona sentido en la toma de decisiones. Es necesario que la misión de sentido a las actividades de las personas que forman la empresas porque en ella se consolidan los valores y principios de la empresa.

2.2.4.- Clasificación de Hoteles

Los Sistemas de clasificación de Hotel son ampliamente utilizados en el sector del alojamiento como un medio de proporcionar un indicador tanto para los consumidores y los intermediarios en las normas para ser encontrado en los establecimientos individuales. **OMT (2012)**

Por otra parte, las clasificaciones de hoteles pueden proporcionar comercialización útil plataformas para hoteles individuales y para los destinos que deseen promover la calidad de su oferta.

Sin embargo, la existencia de múltiples sistemas en todo el mundo es un desafío. Existen al menos cinco enfoques diferentes, y dentro de cada enfoque puede haber diferentes prácticas y procesos. Esto puede confundir al consumidor, sobre todo en un mercado global.

Los criterios de clasificación en 4 y 5 estrellas hoteles de 30 destinos europeos y 6 destinos mundiales con miras a determinar las tendencias generales y proporcionar directrices para los destinos que deseen revisar existente o establecer nuevos sistemas de clasificación de hoteles que cumplen con la necesidades de los consumidores, los hoteles, los intermediarios y los destinos.

La comparación de la recurrencia de los criterios de clasificación en 4 y hoteles de 5 estrellas en los grupos globales y europeos revelaron que a pesar de la existencia de muchos tipos de clasificación sistemas, hay muchas más similitudes que diferencias, tanto entre los grupos geográficos y entre la estrella y las categorías. **Ayala, (2011).**

Con respecto a la comparación geográfica, la proporción de criterios asignados a diferentes departamentos del hotel es casi idéntica en los grupos europeos y mundiales, aunque las diferencias son más prominentes entre los destinos individuales y subregiones.

"Habitación" es el departamento de la parte superior en términos de proporción de criterios en todos los destinos que se evalúan. En cuanto a la comparación de las categorías de la estrella, en la gran mayoría de los casos, los criterios de clasificación en criterios de 5 estrellas catálogos. **Ayala, (2011).**

También se refleja en cierta medida en 4 estrellas criterios catálogos. Por otra parte, para los criterios de clasificación más recurrentes en 5 estrellas. Criterios de catálogos, hay poca o ninguna diferencia en la tarifa de recurrencia en 4 estrellas criterios catálogos.

Las conclusiones del informe indican también que más regular críticas de los sistemas de clasificación de hotel pueden ser útiles con el fin de mantenerlos al día con la rápida evolución de las necesidades del consumidor, en particular con respecto a la tecnología y la accesibilidad.

2.2.5.- Hotel Sistemas de clasificación

La clasificación del Hotel es el ranking de los hoteles, por lo general se lo realiza mediante el uso de la nomenclatura tales como estrellas (o diamantes), con una estrella que denotan servicios básicos y estándares de confort y cinco estrellas que denotan lujo en instalaciones y servicios. **Ayala, (2011)**.

El objetivo es informar a los clientes con la intención de antemano en lo que se puede esperar con el fin de reducir la brecha entre esperado y de instalaciones experimentadas y la prestación de servicios. Los términos 'clasificación', 'rating', "clasificación" y "número de estrellas 'se utilizan para referirse al mismo concepto, es decir, para clasificar hoteles por sus instalaciones y las normas.

Sistemas de clasificación tradicionales: Estos consisten objetivo obligatorio criterios, a veces en combinación con criterios adicionales voluntarias.

El cumplimiento de los criterios es verificado por los auditores o inspectores. Estas inspecciones son realizadas por inspectores calificados. Alemania (Hotel stars Unión) y la India están entre las naciones que utilizan el sistema tradicional.

Los sistemas de clasificación con inspectores certificados ISO: El francés sistema de clasificación se compone sólo de criterios obligatorios

- **Clasificación incluyendo la garantía de calidad:**

Sistemas incluidos aseguramiento de la calidad consiste en dos elementos: los criterios objetivos y la evaluación de la entrega de calidad en algunos de estos criterios. El hotel no está necesariamente otorgado por el número de instalaciones, sino por la calidad de los servicios ofrecidos, el control es ejercido por los asesores (asesores), que guían a los hoteleros para mejorar su producto. Escocia, Islandia y Australia son entre los países que incluyen el elemento de calidad en su clasificación. **OMT (2012)**

Los sistemas de clasificación que incluyen comentarios de los huéspedes:

Lo central de estos sistemas es la inclusión de opiniones de los huéspedes, además a los criterios obligatorios. Los hoteles son controlados a través inspecciones en todos los criterios. Noruega invitado previamente incluido Opiniones en la evaluación total y el Abu Dhabi tiene recientemente puesto en marcha el sistema de clasificación que incorpora comentarios de huéspedes.

Confiar en sistemas basados: se utilizan dichos sistemas, por ejemplo, en Eslovaquia y consistirá en una serie de criterios, donde los hoteles sí evaluar el cumplimiento de los criterios y sin cualquier auditoría o control.

2.2.6.- Beneficios y retos de la clasificación hotelera

Los principales beneficios y desafíos de la clasificación hotelera devengarán principalmente, pero no exclusivamente, a los consumidores (invitados), los proveedores de alojamiento, agencias de viajes y la aplicación de agencias. **Ayala, (2011).**

En términos de beneficios, además de proporcionar comparables información a través de símbolos fácilmente transmisibles y porción como justificación de las tasas, la clasificación también proporciona hoteles una herramienta de benchmarking que a su vez puede ayudar a priorizar inversiones.

Cinco principales beneficios de la clasificación son:

1.- Aliviar las preocupaciones del consumidor por primera vez. A diferencia del sector del comercio minorista, un invitado no puede probar los productos antes de su la compra. Clasificación ofrece una indicación de lo que está por esperar, contribuyendo así a la confianza del consumidor antes, durante y después de su / su estancia. **Ayala, (2011).**

2.- Proporcionar un marco común para todos los intermediarios, tales como operadores turísticos y agencias de viajes, para utilizar en su procesos y negociaciones, preparación de la compra catálogos y personalización de paquetes.

3.- Proporcionar un punto de referencia para las plataformas Opinión clientes en línea, mediante la colocación de las revisiones dentro de un contexto adecuado (por ejemplo, una opinión en un hotel de una estrella es probable que se base en diferentes las expectativas de una revisión en un hotel de cinco estrellas). Esto a su vez ayuda a reducir la brecha entre las expectativas de los consumidores y experiencia.

4.- Servir como una herramienta de marketing y promoción. Al mostrar sus estrellas, los hoteles son en efecto la promoción de su específica característica y servicios adicionales, en el marco del sistema de clasificación correspondiente. En este sentido, los gobiernos a menudo reformar sus sistemas de clasificación en un esfuerzo por mejorar la calidad de su oferta turística nacional.

5.- Proporcionar la hotelería con un marco coherente que hace que sea posible evaluar de una manera consistente una muy diversa gama de tipos de alojamiento, muchos de que son microempresas.

Entre los mayores desafíos relacionados con la clasificación sistemas es el gran número de diferentes sistemas de todo las múltiples clasificaciones

independientes de viajes online del mundo y agentes y Comentarios sitios, así la necesidad de mantener criterios de hasta al día con la evolución de las expectativas del consumidor y comportamiento.

2.3. Fundamentación Legal

2.3.1.- Organización mundial de Turismo

Derecho al turismo

1.- La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta. La participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno.

2.- El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales

3. Los turistas y visitantes gozarán de los mismos derechos que los ciudadanos del país que visiten en cuanto a la confidencialidad de los datos sobre su persona, en particular cuando esa información se almacene en soporte electrónico.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización

Se lo realizó en el Hotel Inglés, que está ubicado en la calle 7 de Octubre del Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos.

3.2. Materiales y equipos

Los Materiales y Equipos que se utilizaron son:

MATERIALES

Descripción	Cantidad
Hojas papel INEN A/4 (hojas)	500
Lapiceros	4
Carpetas	4
Anillados	6
Tinta de impresora (cartuchos color y negro)	3
Copias	500
Empastados	6
Cds.	3

EQUIPOS

Computadora	1
Pent. drive	1
Impresora	1
Calculadora	1
Copiadora	1
Cámara fotográfica	1
Celular	1

3.3. Tipo de investigación

El presente proyecto es un estudio que utilizó los siguientes tipos de investigación:

3.3.1 De campo

Se visitó las instalaciones del Hotel Inglés, ubicado en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, para observar y plantear la temática de este proyecto en base a los problemas encontrados relacionado con la calidad de atención. Esta clase de investigación se apoyó en informaciones que provienen de otras fuentes, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

3.3.2. Bibliográfica o Documental

Se utilizaron diferentes referencias bibliográficas como fuente de información. Estos son revistas, folletos, libros, internet, y más, que ayudaron alcanzar los resultados de la investigación sustentada.

3.4 Métodos

Los métodos que se utilizaron para esta investigación son los siguientes:

3.4.1.- Método de observación

Permitió observar detenidamente como es el servicio que se está brindando en el Hotel Inglés, para determinar la problemática y plantear diferentes alternativas de solución. Además se utilizó este método en todo el proceso de investigación.

3.4.2.- Método inductivo – deductivo

Estos métodos de inferencia basados en la lógica y relacionados con el estudio de hechos, nos ayudaron a determinar cómo se realiza la atención y el servicio hotelero y su incidencia en la administración turística del Hotel Inglés, del cantón Quevedo, para esto se utilizaron encuestas y entrevistas realizadas.

3.4.3.- Método analítico

Este método se utilizó para analizar y determinar la calidad del servicio hotelero que presta el Hotel Inglés, del cantón Quevedo; en base a los resultados obtenidos permitió comprobar la hipótesis de la presente investigación.

3.4.4.- Método estadístico

Permitió recopilar, elaborar, interpretar datos numéricos que se aplicaron en el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos obtenidos en las encuestas y entrevista en la investigación.

3.5. Fuentes

La presente investigación se efectuó mediante la recopilación de información de fuentes bibliográficas provenientes de los siguientes lugares:

3.5.1.- Fuentes Primarias

Proviene de las entrevistas y encuestas a usuarios, empleados del Hotel Inglés.

3.5.2.- Fuentes secundarias:

La información se obtuvo de la revisión de artículos científicos, textos, libros, blogs, colecciones, revistas, documentales e internet.

3.6. Técnicas de la investigación

Las técnicas utilizadas son:

3.6.1 Entrevista.

Se lo realizó de forma directa con el gerente del hotel Inglés, ya que es importante como fuente de información directa en esta investigación para determinar la calidad del servicio hotelero y su incidencia en la administración turística del Hotel Inglés, del Cantón Quevedo.

3.6.2 Encuesta

Se aplicó un cuestionario con un conjunto de preguntas que se entregaron a 292 personas que son todos los involucrados en ésta investigación, con el propósito de obtener información del criterio acerca de la calidad del servicio hotelero del Hotel Inglés.

3.7. Población y muestra

3.7.1 Población

El universo de la población para el estudio se lo registra a través del siguiente cuadro:

CUADRO N° 1. Población del Hotel Inglés

PERSONAL	POBLACIÓN	MUESTRA
Gerente	1	1
Administrador	2	2
Usuarios año 2013	920	279
Empleados	10	10
TOTAL	933	292

Elaboración: Mireya Zambrano Briones

En la presente investigación se consideró como muestra al grupo de personas que prestan los servicios de atención en el hotel inglés y a los usuarios (clientes) que utilizan las instalaciones.

3.7.2. Muestra

Se aplicó la fórmula estadística para determinar la muestra.

Así tenemos:

n= tamaño de la muestra.

N= población a la investigación

E= índice de error máximo admisible= 0,05%

Se la calcula con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{(E)^2(N-1) + 1}$$

Aplicando la fórmula tenemos:

$$n = \frac{920}{(0,05)^2(920-1) + 1}$$

$$n = \frac{920}{(0,0025 \cdot (919)) + 1}$$

$$n = \frac{920}{2,2975 + 1}$$

$$n = \frac{920}{3,2975}$$

$$n = \frac{920}{278,99924} = 279$$

279 personas fueron encuestadas

3.8. Procedimiento Metodológico.

En primer lugar se planteó el problema de investigación, dando lugar al tema, se definieron los objetivos y en base a esto se realizó las hipótesis en donde se encuentran las variables. De acuerdo al planteamiento básico de la investigación, se realizó la revisión bibliográfica y se elaboró el Marco teórico.

Posteriormente se planteó la metodología a utilizarse, los métodos aplicados son cuantitativos y cualitativos por las características de la investigación, es decir se realizó entrevistas y encuestas a los empleados y usuarios del Hotel Inglés; luego se realizó la tabulación de datos interpretando y analizando cada una de las preguntas, lo que generó de los resultados la discusión de la hipótesis confrontándola con algunos autores.

Seguidamente y en base a los resultados se pudo concluir y recomendar acciones que ayuden al mejoramiento en la organización del Hotel Inglés.

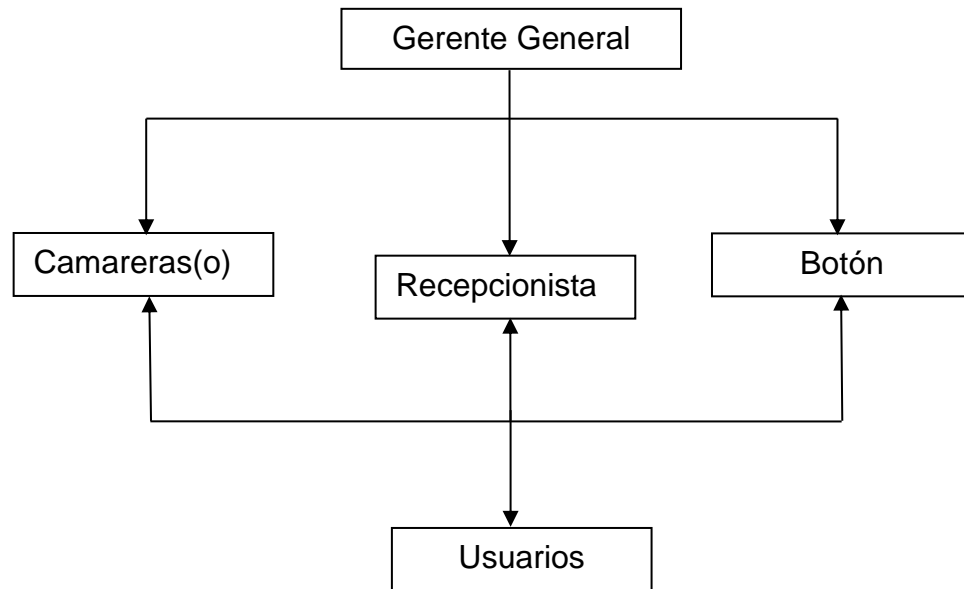
Finalmente se realizó la propuesta de una guía de estrategias de gestión de calidad que permitan mejorar la atención del servicio al cliente en el Hotel Inglés de la ciudad de Quevedo.

CAPITULO IV.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Organigrama estructural del Hotel Inglés.

El hotel se encuentra organizado estructuralmente de la siguiente manera.



4.2. Encuesta a los clientes del hotel inglés

1.- ¿Con que frecuencia se ha hospedado en hoteles de primera categoría en la ciudad de Quevedo?

Cuadro 1.- Frecuencia de hospedaje

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	120	43
A veces	134	48
Nunca	0	0
a veces	25	9
TOTAL	279	100

Fuente: Clientes del Hotel Inglés

Elaborado: Mireya Zambrano Briones.

Según el cuadro N° 1, las respuestas en su mayor porcentaje refieren que se ha hospedado por primera vez en hoteles de primera categoría en la ciudad de Quevedo, la minoría manifestó que a veces

2. ¿Según el servicio que ha recibido en el hotel, indique si la atención fue?

Cuadro 2.- Atención en el Hotel Inglés

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Muy satisfactoria	0	0
Satisfactoria	223	80
Poco satisfactoria	56	20
Nada satisfactoria	0	0
TOTAL	279	100

Fuente: Clientes del Hotel Inglés

Elaborado: Mireya Zambrano Briones.

En el cuadro N°2, el mayor porcentaje responden que es satisfactorio el servicio que ha recibido en el hotel, y un menor porcentaje considera que es poco satisfactorio.

3. ¿El personal que le atendió se presentó ante usted de qué forma?

Cuadro 3.- Atención del personal en el Hotel Inglés

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Muy cordial	0	0
Cordial	256	92
Poco cordial	20	7
Nada cordial	3	1
TOTAL	279	100

Fuente: Clientes del Hotel Inglés

Elaborado: Mireya Zambrano Briones.

Según estas respuestas, demostradas en el cuadro N° 3, los encuestados consideran en mayor porcentaje que el personal que le atendió se presentó de forma amable y en menor porcentaje que fueron poco amables.

4.- ¿El valor que canceló, por los servicios en el hotel Inglés a través de la factura fue?

Cuadro 4.- Valor por servicios en el Hotel Inglés

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Muy económico	0	0
Económico	189	68
Poco económico	90	32
Nada económico	0	0
Total	279	100

Fuente: Clientes del Hotel Inglés

Elaborado: Mireya Zambrano Briones.

Cuadro 4.- Los encuestados en su mayoría consideran que el valor que canceló, por los servicios en el hotel Inglés a través de la factura fue económico y una mínima cantidad afirma que es poco económico.

5.- ¿Utilizaría las instalaciones del Hotel Inglés para hospedarse con frecuencia?

Cuadro 5.- Instalaciones del Hotel Inglés

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Siempre	23	8
A veces	256	92
Nunca	0	0
TOTAL	279	100

Fuente: Clientes del Hotel Inglés

Elaborado: Mireya Zambrano Briones.

Cuadro 5.- Las respuestas en su totalidad expresaron que tal vez utilizarían en una próxima vez las instalaciones del Hotel Inglés para hospedarse

6.- ¿Se encuentra satisfecho con la calidad de servicio del Hotel?

Cuadro 6.- satisfacción con la calidad de servicio del Hotel Inglés

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Satisfecho	0	0
Un poco satisfecho	223	80
Nada satisfecho	56	20
TOTAL	279	100

Fuente: Clientes del Hotel Inglés

Elaborado: Mireya Zambrano Briones.

Cuadro 6.- Las personas entrevistadas en su totalidad respondieron que se encuentra satisfecho con la calidad de servicio del Hotel, y en menor porcentaje que no se encuentra nada satisfecho con la atención

7.- La gestión de la información que le brinda el hotel Inglés es

Cuadro 7.- Gestión de la Información en el Hotel Inglés

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Muy Buena	20	7
Buena	56	20
Mala	203	73
Regular	0	0
TOTAL	279	100

Fuente: Clientes del Hotel Inglés

Elaborado: Mireya Zambrano Briones.

Cuadro 7.- Los encuestados en mayor porcentaje consideran que la gestión de la información que le brinda el hotel Inglés es mala y una mínima cantidad afirma que es buena.

8.- Confía Ud en los servicios que presta el Hotel.

Cuadro 8.- Confianza en los servicio en el Hotel Inglés

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Mucho	0	0
Poco	279	100
Nada	0	0
TOTAL	279	100

Fuente: Clientes del Hotel Inglés

Elaborado: Mireya Zambrano Briones.

Cuadro 8.- Las personas responden de forma unánime que son poco confiables los servicios que presta el Hotel Inglés.

4.3. Encuesta para los empleados

1.- ¿Durante su trabajo, usted ha tenido dificultades en la atención al cliente?

Cuadro 9.- Dificultades en la atención al cliente

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Siempre	0	0
A veces	7	70
Nunca	3	30
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones.

Cuadro 9.- Las respuestas obtenidas en su mayoría refiere que a veces han tenido dificultades en la atención al cliente, la minoría manifestó que nunca.

2. ¿Durante el año han recibido capacitación para mejorar su trabajo?

Cuadro 10.- Capacitación para mejorar su trabajo

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	0	0
A veces	2	20
No	8	80
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 10.- El mayor porcentaje responden que no han recibido capacitación para mejorar su trabajo, y un menor porcentaje considera a veces ha recibido charlas.

3. ¿Con que regularidad se dan cambios en la infraestructura del hotel para una mejor atención al cliente?

Cuadro 11.- Cambios en la infraestructura del hotel

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	0	0
A veces	1	10
No	9	90
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 11.- La mayoría de respuestas mencionan que nunca se dan cambios en la infraestructura del hotel para una mejor atención al cliente, un menor porcentaje que a veces.

4. ¿Cuándo un posible huésped entra al hotel usted que hace?

Cuadro 12.- Atención al huésped

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Lo atiende	0	0
Lo deja que observe	0	0
No dice nada	10	100
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 12.- La totalidad de respuestas corresponde a que cuando un posible huésped entra al hotel no hace nada y espera que solicite sus requerimientos.

5. ¿Le gusta la función que usted desempeña?

Cuadro 13.- Le gusta la función que usted desempeña

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	1	10
No	9	90
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 13.- Las respuestas corresponde que no le gusta la función que desempeña, y un menor porcentaje considera que sí.

6. ¿Cree usted que existe dificultades en la administración del Hotel?

Cuadro 14.- Dificultades en la administración del Hotel

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	8	80
No	2	20
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 14.- Referente a esta pregunta se observa que existen dificultades en la administración del Hotel, la minoría manifestó que no, por lo que es necesario que los administrativos cumplan con un perfil adecuado.

7. ¿Se aplican estrategias de calidad de gestión para mejorar la atención a los clientes del Hotel?

Cuadro 15.- Se aplican estrategias de calidad de gestión para mejorar la atención

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
si	3	30
a veces	6	60
No	1	10
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 15.- En su mayoría responden que pocas veces se aplican estrategias de calidad de gestión para mejorar la atención a los clientes del Hotel.

8. ¿Existen registros del manejo del personal?

Cuadro 16.- Registros del manejo del personal

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	3	30
No	7	70
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 16.- Lo encuestados consideran que no existen registros del manejo del personal, una mínima cantidad afirma que si existe esta información.

9. ¿Se supervisa constantemente el trabajo con relación a la calidad de atención al cliente del Hotel?

Cuadro 17.- Supervisión del trabajo con relación a la calidad de atención

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
si	4	40
A veces	6	60
No	0	0
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 17.- La mayoría de respuestas mencionan que poco se supervisa el trabajo con relación a la calidad de atención al cliente del Hotel, la minoría responde que en muchas ocasiones, por lo que es necesario realizar una guía en donde se proponga estrategias de supervisión.

10. ¿Ud, analiza los indicadores de calidad de gestión para mejorar el servicio en el Hotel Inglés?

Cuadro 18.- Indicadores de calidad de gestión

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	4	40
No	6	60
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 18.- Las respuestas denotan que no se analiza los indicadores de calidad de gestión para mejorar el servicio en el Hotel Inglés por desconocimiento, y un menor porcentaje considera que sí por indicaciones previas.

11.- ¿Le gustaría contar con un documento de gestión de calidad de servicio de atención al cliente?

Cuadro 19.- Documento de gestión de calidad

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	10	100
No	0	0
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 19.- Se observa que en su mayoría si le gustaría contar con un documento de gestión de calidad de servicio de atención al cliente, lo que sería de gran beneficio.

12. ¿Ud, aplica estrategias de gestión de calidad en el Hotel Inglés?

Cuadro 20.- Estrategia de gestión de calidad

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	2	20
No	8	80
TOTAL	10	100

Fuente: Empleados del Hotel Inglés

Elaborado por: Mireya Zambrano Briones

Cuadro 20.- Los encuestados consideran que no aplica estrategias de gestión de calidad en el Hotel Inglés una pequeña cantidad manifestaron que si aplica cuando se lo requiere de acuerdo a las indicaciones que se lo den.

4.4. Entrevista al gerente del “Hotel Inglés”

1.- ¿Cuáles son sus metas empresariales?

El hotel Inglés pretende posicionarse como uno de los lugares de mayor afluencia en el cantón Quevedo, en la Provincia de los Ríos y a nivel Internacional.

2.- ¿Cree usted que para lograr la satisfacción del cliente es importante la atención que recibe dentro de su empresa?

La atención al cliente es el pilar fundamental para el crecimiento de los hoteles lograr la satisfacción de los clientes es una de las tareas que se debe ocupar la mayor parte del tiempo para satisfacer sus necesidades.

3.- ¿Cuáles son sus planes para mejorar la atención y servicios al cliente dentro de su empresa?

Las metas y planes se elaboran en medida de la exigencia de los clientes, existe proyecciones que pretendemos alcanzar en relación a la calidad de atención y tiene que ver con mejoras en el personal y la infraestructura.

4.- ¿Le gustaría contar con un documento de gestión de calidad de servicio de atención al cliente?

Este es un proyecto que estamos impulsando, existen lineamientos internos que direccionan las actividades que tiene que realizar el personal relacionado especialmente con la calidad de atención al cliente.

5.- ¿Cómo es la supervisión de la atención al cliente que realiza en el hotel?

La supervisión es permanente se lo realiza a través de la gerencia y de reporte de actividades diarias que realizan los empleados del Hotel Inglés de la ciudad de Quevedo.

6.- ¿Cuáles son las áreas del Hotel que le gustaría mejorar el servicio al cliente?

El Hotel Inglés es un lugar que cuenta con distintas áreas, pero lo que siempre estamos procurando mejorar es en la calidad de atención por parte de todo el personal.

7.- ¿Se realizan evaluaciones al personal relacionadas con la atención de servicio al cliente del Hotel?

Si se realizan y estas son permanentes para buscar mejoras en la problemática que se presente.

8.- Que estrategias le gustaría implementar en su hotel para la atención al cliente.

Se están aplicando varias estrategias de marketing, promoción, contamos con servicio computarizado, se buscará mejorar la estructura.

4.4.1. Análisis de la entrevista.

La entrevista con el Gerente del Hotel Inglés, permitió determinar la importancia en el mejoramiento de la calidad de atención según las respuesta este es un proyecto de gran impacto social, ya que contribuiría al desarrollo turístico y por ende a la promoción de servicio, no solo centrada en un negocio sino preocupado especialmente en el bienestar de los usuarios que acuden al hotel.

4.5. Discusión

El mejoramiento de la calidad de atención al cliente es el objetivo de este proyecto es capacitar para que puedan brindar una mejor atención a los huéspedes.

La calidad depende de cómo el cliente la aprecie, porque es el quien recibe el servicio. Como lo dice **Facchin, (2014)**, el cliente percibe el servicio bajo sus propias condiciones. Es el cliente quien paga la tarifa o no la paga por una razón o serie de razones que él o ella determinan.

Como menciona el autor, “La implantación de un sistema de la calidad en la empresa turística se ve facilitada por el empleo de una serie de herramientas que persiguen la mejora de procesos”. **González, (2007)**.

La calidad de atención está constituida por una responsabilidad corporativa, donde están implicados todos los puestos de trabajos, además de cada uno de los aspectos y procesos que la actividad de la empresa incorpora, como lo afirma el autor, de esta manera se cumple lo planteado en la hipótesis que es: La poca gestión de la calidad, influye desfavorablemente en el servicio al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el cantón Quevedo, Provincia de los Ríos. Durante el año 2013.

CAPITULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

La calidad de atención y de servicio del Hotel inglés especialmente en el área de atención del garaje no es buena.

De acuerdo a las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada, en mayor porcentaje los empleados coinciden que existen dificultades en la administración del Hotel.

Actualmente no se cuenta con una guía de estrategias de gestión de calidad, que ayuden en el servicio al cliente del Hotel Inglés

Según las respuestas obtenidas a los empleados del hotel en relación a la capacitación, el 80 % responden que no han recibido capacitación especialmente en calidad de atención al cliente, a pesar de esto los empleados procuran atender de mejor manera, aún esperan recibir capacitación por las tendencias tecnológicas de este mundo globalizado.

5.2. Recomendaciones

Mejorar la situación actual relacionada de la calidad de servicio especialmente en el área de garaje, a través de diferentes estrategias aplicadas en cada área del Hotel.

Implementar acciones que ayuden en la organización administrativa del Hotel Inglés.

Elaborar y aplicar una guía de estrategias de gestión de calidad, que ayuden en el servicio al cliente del Hotel Inglés

Establecer un programa de capacitación para los empleados del Hotel, especialmente en lo que se refiere a la calidad de atención al cliente, entre ellas acerca de herramientas tecnológicas que cada día son más sofisticados.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. Título

Guía de estrategias de gestión de calidad, que ayuden a mejorar el servicio y la atención al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el Cantón Quevedo.

6.2. Justificación

En un establecimiento hotelero, los aspectos tangibles se integran por las instalaciones, el mobiliario y equipo, en cambio, los elementos intangibles representan todas aquellas acciones que la empresa hotelera realiza para satisfacer una necesidad del cliente, por ejemplo: la cortesía, la actitud del personal, la seguridad, el montaje del servicio, el entretenimiento, el acceso a los servicios, la ambientación, entre otros factores.

Dichos aspectos son considerados puntos determinantes en la valoración global de los servicios. Los turistas clientes tienen diversas apreciaciones sobre la calidad de un servicio, algunos se inclinan más por lo tangible (las condiciones de la habitación, las áreas públicas del hotel, etc.), mientras que otros le dan más peso a las formas de otorgar el servicio.

6.3. Alcance

Esta propuesta pretende promocionar turísticamente al Hotel Inglés en el Cantón Quevedo y demás cantones de la provincia de los Ríos y a nivel nacional e internacional.

6.4. Base legal

El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales **OMT (2012)**

6.5. Objetivos

6.5.1 General.

Diseñar una guía estratégica de gestión de calidad, que ayuden a mejorar el servicio y la atención al cliente del Hotel Inglés, ubicado en el Cantón Quevedo.

6.5.2 Específicos

- Establecer los tipos de estrategias para plasmarlas en la guía que se va a desarrollar, especialmente en lo que se refiere a la calidad de atención al cliente
- Socializar la guía de estrategias de gestión de calidad, que ayuden en el servicio al cliente del Hotel Inglés.
- Proponer la guía de valoración de desempeño, para desde allí plantear temas de capacitación que permitan al personal desenvolverse eficientemente en la atención al cliente y brinde un servicio de calidad a los usuarios.

6.6. Importancia

La búsqueda de la excelencia es hoy la preocupación de los establecimientos turísticos, hoteleros y gastronómicos. Es importante que siempre estemos actualizando y procurando brindar un buen servicio para lo cual es necesario aplicar métodos y herramientas que nos ayuden a mejorar la calidad de servicio

Para lograr estos objetivos, se requiere una estrategia integral de mejoramiento y desarrollo de servicio, en donde el personal se constituirá en el principal referente de eficiencia y trabajo.

6.7. Ubicación sectorial

El Hotel Inglés se encuentra ubicado en las calles 7 de Octubre entre Décima Primera y Décima Segunda del cantón Quevedo, provincia de los Ríos.

6.8. Factibilidad

Los hoteles que brindan sus servicios en las ciudades más importantes del país, cumplen con la misión de permitir al turista que pueden elegir desde hoteles de lujo hasta los más sencillos, de acuerdo a sus necesidades y presupuesto.

La propuesta para el mejoramiento de la calidad de servicio en el Hotel Inglés, se realizó a partir de una entrevista previa a los empleados y usuarios del Hotel, con la finalidad de crear un instrumento que pueda ser de fácil manejo y que contenga las respuestas a las demandas que presentan los usuarios en general.

Los resultados de la encuesta revelaron que existe problemas en el área administrativa en el control del personal relacionado con la calidad de servicio, porque no han recibido capacitación acerca de ello, por lo que es necesario reestructurar estas falencias para mejorar el servicio.

Esta propuesta ayudará a direccionar estas acciones, se cuenta con la colaboración y la participación de los directivos y propietarios del Hotel Inglés, así como la disponibilidad del personal que labora en el hotel.

6.9. Desarrollo de la propuesta.

6.9.1.- Guía estratégica.

Una guía es algo que tutela, rige u orienta. A partir de esta definición, el término puede hacer referencia a múltiples significados de acuerdo al contexto. Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos para

encauzar una cosa o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico. Definición en la red (2015)

Se llevará esta guía tomando en cuenta los tipos de estrategias como: la motivación y capacitación del personal.

6.9.2.- Motivación del personal

Es bueno que cada cierto tiempo se refuercen los valores corporativos al igual que la filosofía del hotel con los empleados. Se intenta crear un vínculo de pertenencia y considerarlos como clave esencial dentro de la gestión y/o dirección general del hotel.

También compartir con ellos alguno de los posibles cambios que tenga para el hotel, como por ejemplo las nuevas políticas a implementar, mejoras o avances tecnológicos y hasta la información referente al progreso económico y comercial de la empresa.

Si los empleados se sienten participes del crecimiento empresarial, ellos también tomarán a este crecimiento como propio y fomentará aún más su motivación y la sensación de pertenencia e integración con el hotel.

Es recomendable, promover diferentes responsables de cada área o sector (empleados a los que les guste el trabajo en equipo), que hagan participar a todo el personal en las funciones y en algunas decisiones. El trabajo en equipo es fundamental para una mejor y productiva gestión del hotel.

La motivación será:

- Empleado del mes
- Remuneración económica de acuerdo a su desempeño
- Beneficios para su familia. Integración, paseos, salidas fuera de la ciudad
- Bonos mensuales

6.9.3.- Guía de estratégica de gestión de calidad para mejorar el servicio de atención al cliente

GUÍA DE ESTRATÉGICA DE GESTIÓN DE CALIDAD				
INDICADORES	GESTION	RESPONSAB LES	CONTROL	ACTIVIDADES
Dirección	Organizar y coordinar: se deberá designar un gestor de calidad con atribuciones específicas	Gerente Hotel	Mensual	Control Puntualidad asistencia de personal En horarios establecidos verificar estados financieros
Comercialización Y promoción	Controlar la información que aparece en guías, revistas y folletos comerciales sobre su establecimiento	Jefe del Área de Ventas	Mensual/ diaria	Publicaciones en diario la Hora, revista Cómplices, Tv ROQ.
Seguridad	Se deberán poner medios para asegurar la integridad de los empleados y clientes	Jefe del Área de seguridad	Diaria	Instalación de Cámara de seguridad, entrada y pasillos Guardianía 24 Horas
Limpieza y mantenimiento	Se establecen unos requisitos generales de limpieza y unos niveles mínimos de exigencia.	Área de mantenimiento	Diaria	Limpieza y aseo de habitaciones permanente. Cada habitación cuenta con jabón, papel higiénico, toallas, sábanas, planchadas y limpias Aseo de los baños revisión de

				calidad y óptimas condiciones
Acogida y estadía	En la normativa de atención al cliente, se establecen los requisitos relativos que el alojamiento debe cumplir con el cliente, desde la llegada hasta su salida.	Área de recepción	Diaria	Saludo y bienvenida Atención de acuerdo a los requerimientos del usuario Registrar sus datos Registrar el pago establecido Entregar llaves
Infraestructura y equipamiento	Mantenimiento del Hotel.	Área Operativa	Mensual /Diaria.	Reparaciones de tuberías, baños, instalaciones eléctricas, equipo digital.
Capacitación personal	Indicaciones generales permanentes	Área Operativa	Diaria.	Temas calidad de atención al cliente Relaciones humanas Valores y trabajo en equipo.
CONTROL DE GESTIÓN DE CALIDAD			TEMPORAL	

Observaciones.

.....

6.9.4.- Guía de estratégica de gestión de calidad para mejorar el servicio de atención al cliente

6.9.4.1. Área de gerencia

Dirección

La persona encargada de la dirección es el gerente administrativo quien cumple funciones de control del personal, establece los horarios de ingreso y salida, la puntualidad asistencia de personal Las 24 h. Además es el encargado de verificar los estados financieros.

Actividades.

- Las actividades que debe desarrollar el gerente del hotel Inglés Internacional son control de la personal hora de entrada y salida en los horarios establecidos de 07 h 00 a 15 h 00 el primer turno y de 15 h 00 a 23 h 00 el segundo turno.
- Además de controlar los estados financieros del hotel.
- Declaraciones de rentas, facturación

6.9.4.2. Área de venta

Comercialización Y promoción

- Periódicamente se realiza diferentes publicaciones en prensa como
- El diario la Hora,
- Revista Cómplices,
- Radio,
- TV ROQ. y Rey TV, Televisión local con el fin de promocionar los servicios del hotel Inglés

Publicidad para el diario la hora

HOTEL INGLES

SERVICIO DE HOTELERIA

- Precios cómodos
- Habitaciones con aire acondicionado
- TV/cable

Visita nuestras instalaciones

Calle 7 de Octubre y décima primera

Quevedo



6.9.4.3. Área de seguridad

Seguridad

Se cuenta con un sistema de vigilancia las 24 H00 la Instalación de Cámara de seguridad, en entrada y pasillos lo garantiza, además existe servicio de guardianía 24 Horas.

- Vigilancia con cámaras en los pasillos
- Guardia armado de 24 h 00 a 15 h 00 el primer turno y de 15 h 00 a 24 h 00 el segundo turno

- Ecu 911
- Alarma contra incendios

6.9.4.4.- Área de limpieza y mantenimiento

El mantenimiento de la limpieza y aseo de habitaciones es fundamental por lo que se realiza permanentemente. Cada habitación cuenta con

- Jabón
- Papel higiénico
- Toallas,
- Sábanas planchadas y limpias

El Aseo de los baños y la revisión de calidad de tuberías deben estar en óptimas condiciones se lo realiza en dos turnos 07 h 00 a 15 h 00 el primer turno y de 15 h 00 a 23 h 00 el segundo turno,

6.9.4.5.- Área de Recepción

Acogida y estadía

La persona encargada de la recepción debe tener alto conocimiento de relaciones humanas y calidad de servicio.

- Cuando una persona ingresa la recepcionista es la encargada de
- Brindar un cordial saludo y bienvenida
- Dar atención a los requerimientos del usuario.
- Registrar sus datos,
- Registrar el pago establecido.
- Entregar llaves

6.9.4.6. Área Operativa

Infraestructura y equipamiento

Es una persona especializada que será la encargada de revisar periódicamente que las instalaciones estén en óptimas condiciones para ello deberá:

- Reparaciones de tuberías, baños,
- Instalaciones eléctricas,
- Equipo digital.

Para esto se realizará una revisión permanente

6.9.4.7. Área de capacitación

- **Capacitación personal**

Es importante la capacitación del personal por eso el hotel debe capacitar en temas especialmente relacionado con la calidad de atención al cliente Relaciones humanas Valores y trabajo en equipo.

Es imprescindible brindar capacitaciones constantes. Organizar jornadas con el personal, en donde se puedan enseñarles aspectos nuevos sobre las tareas a desarrollar y como mejorar sus habilidades ya existentes (esto también beneficiara a su motivación).

Entonces, un gestor exitoso será quien defienda la filosofía de la cooperación y el desarrollo personal y profesional de sus empleados.

6.9.4.8.- Plan de capacitación

TEMA	ACTIVIDAD	TIEMPO / HORA	RESPONSABLE
Valores y trabajo en equipo	<p>Capacitación con profesional de psicología.</p> <p>Subtemas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los valores • Respeto • Solidaridad • El valor del trabajo • Ser positivo 	Sábado de 08h00 a 12h00	Profesional en Psicología
taller de calidad de atención	<p>Capacitación con profesional en marketing</p> <p>Subtemas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La atención y su importancia • El Valor del servicio • Atención de calidad 	Sábado de 08h00 a 12h00	Ing. en marketing




6.9.5.- Guía de valoración del desempeño de los empleados del Hotel Inglés.

Fecha: 01 al 31 de Marzo

Supervisor: Gerente.

Nombre Empleado.....

Valoración: x/20 puntos

ÍTEMS			
	TOTALMENTE	PARCIALMENTE	UN POCO
Cumple con las tareas encomendadas	✓		
Se muestra diligente a la solicitud de los clientes			✓
Es cordial y respetuoso con los clientes.	✓		
Muestra iniciativa en las tareas indicadas	✓		
Cumple con las horas de trabajo		✓	
Se ausenta con frecuencia y presenta justificación			✓

Antepone sus intereses a los objetivos del Hotel.		✓	
Se muestra violento y manifiesta conflicto en el trato	✓		
Trabaja en equipo		✓	
Está de acuerdo con los objetivos y la misión del Hotel.			✓
Total			

Valoración:

3 = 2 puntos

2 = 1 punto

1 = 0 puntos

Resultado Final.

.....

Observaciones.

.....

CAPITULO VII
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

AYALA, Luis. (2011). "Planeación y Administración Estratégicas". Consultado en noviembre 2014

CARRASQUERO, C Domingo. (2007). Consultado en noviembre 2014

DE LA TORRE Francisco, (2008) Administración Hotelera, Trillas Turismo - México. Segunda Edición. Consultado en noviembre 2014

FACCHIN, José (2014). ¿Cómo mejorar la calidad del servicio al cliente en nuestro hotel? Consultado en noviembre 2014

GÓMEZ, Paz Juan Carlos (2012), Calidad Total y recursos Humanos. Argentina, administracion10@hotmail.com. Consultado en noviembre 2014

GONZALES, Mario (2007). "Metodología de la Investigación Social" Aguacalra España. Primera Edición.

GONZALES Manuel, (2007) "hotelería y turismo" Aguacalra España Primera Edición. Consultado en noviembre 2014

HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista (2009) "Metodología de la Investigación" Mc Graw Hill México.

REGISTRO OFICIAL DEL ECUADOR. Glosario de términos turísticos. (Decreto N° 3400). Publicado en el registro oficial N° 726 del 17 de Diciembre del 2008. Reglamento General de Actividades Turísticas. Consultado en noviembre 2014

TORREJÓN Antonio (2009). Recopilación. Universidad Nacional de la Patagonia Glosario de términos turísticos. Consultado en noviembre 2014

Internet.

Disponible en ABC:

<http://www.definicionabc.com/social/hotel.php#ixzz3LWtKDdZb> Consultado en noviembre 2014

Disponible en: www.viajeros.com/.../903-clasificacion-de-hoteles-de-una-a-cinco-estrellas Consultado en noviembre 2014.

CAPÍTULO VII.
ANEXOS

7.1. Anexo 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL HOTEL INGLÉS PARA CREAR UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL HOTEL INGLÉS, UBICADO EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS. DURANTE EL AÑO 2013

1.- ¿Con que frecuencia se ha hospedado en hoteles de primera categoría en la ciudad de Quevedo?

- Siempre ()
- Primera vez ()
- Nunca ()
- A veces ()

2. ¿Según el servicio que ha recibido en el hotel, indique si la atención fue?

- Muy satisfactoria ()
- Satisfactoria ()
- Poco satisfactoria ()
- Nada satisfactoria ()

3. ¿El personal que le atendió se presentó ante usted de qué forma?

- Muy amable ()
- Amable ()
- Poco amable ()
- Nada amable ()

4.- ¿El valor que canceló, por los servicios en el hotel Inglés a través de la factura fue?

Muy económico ()

Económico ()

Poco económico ()

Nada económico ()

5.- ¿Utilizaría las instalaciones del Hotel Inglés para hospedarse con frecuencia?

Si ()

No ()

6.- ¿Se encuentra satisfecho con la calidad de servicio del Hotel?

Si ()

No ()

7.- La gestión de la información que le brinda el hotel Inglés es

Muy Buena ()

Buena ()

Mala ()

Regular ()

8.- Confía Ud en los servicios que presta el Hotel.

Poco ()

Mucho ()

Nada ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

7.2.- ANEXO 2.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DEL HOTEL INGLÉS PARA
CREAR UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD,
PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL HOTEL
INGLÉS, UBICADO EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.
DURANTE EL AÑO 2013**

1.- ¿Durante su trabajo, usted ha tenido dificultades en la atención al cliente?

Siempre ()

Nunca ()

A veces ()

2. ¿Durante el año han recibido capacitación para mejorar su trabajo?

A veces ()

Siempre ()

Nunca ()

3. ¿Con que regularidad se dan cambios en la infraestructura del hotel para una mejor atención al cliente?

Siempre ()

Nunca ()

A veces ()

4. ¿Cuándo un posible huésped entra al hotel usted que hace?

Lo atiende ()

Lo deja que observe ()

No dice nada ()

5. ¿Le gusta la función que usted desempeña?

Si ()

No ()

6. ¿Cree usted que existe dificultades en la administración del Hotel?

Si ()

No ()

7. ¿Se aplican estrategias de calidad de gestión para mejorar la atención a los clientes del Hotel?

Frecuentemente ()

Pocas veces ()

No se aplican ()

8. ¿Existen registros del manejo del personal?

Si ()

No ()

9. ¿Se supervisa constantemente el trabajo con relación a la calidad de atención al cliente del Hotel?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

10. ¿Ud, analiza los indicadores de calidad de gestión para mejorar el servicio en el Hotel Inglés?

Si ()

No ()

A veces ()

11.- ¿Le gustaría contar con un documento de gestión de calidad de servicio de atención al cliente?

De acuerdo ()

En desacuerdo ()

12. ¿Ud, aplica estrategias de gestión de calidad en el Hotel Inglés?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

7.3.- ANEXO 3.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

ENTREVISTA AL GERENTE DEL HOTEL INGLÉS PARA CREAR UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL HOTEL INGLÉS, UBICADO EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS. DURANTE EL AÑO 2013

1.- ¿Cuáles son sus metas empresariales?

.....
.....

2.- ¿Cree usted que para lograr la satisfacción del cliente es importante la atención que recibe dentro de su empresa?

.....
.....

3.- ¿Cuáles son sus planes para mejorar la atención y servicios al cliente dentro de su empresa?

.....
.....

4.- ¿Le gustaría contar con un documento de gestión de calidad de servicio de atención al cliente?

.....
.....

5.- ¿Cómo es la supervisión de la atención al cliente que realiza en el hotel?

.....
.....

6.- ¿Cuáles son las áreas del Hotel que le gustaría mejorar el servicio al cliente?

.....
.....

7.- ¿Se realizan evaluaciones al personal relacionadas con la atención de servicio al cliente del Hotel?

.....
.....

8.- Que estrategias le gustaría implementar en su hotel para la atención al cliente.

.....
.....

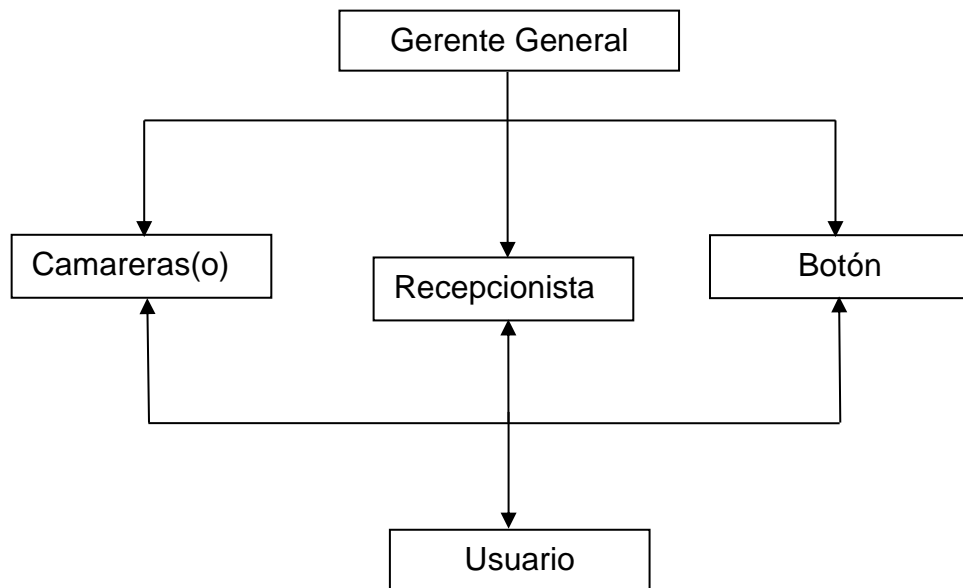
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

7.4.- ANEXO 4.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL HOTEL INGLÉS PARA CREAR UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL HOTEL INGLÉS, UBICADO EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS. DURANTE EL AÑO 2013

El hotel se encuentra organizado estructuralmente de la siguiente manera.



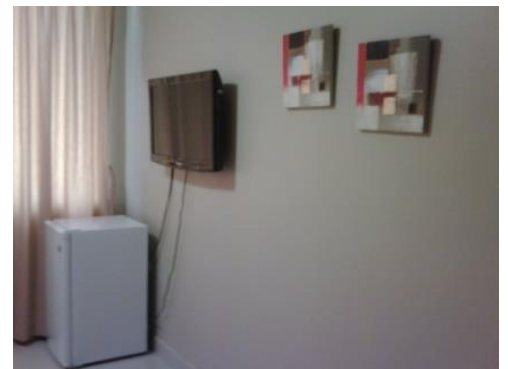
Fuente: hotel Inglés. Quevedo

7.5. ANEXO # 5. Fotos

Recepción del Hotel Inglés



1.- Habitación matrimonial del Hotel Inglés

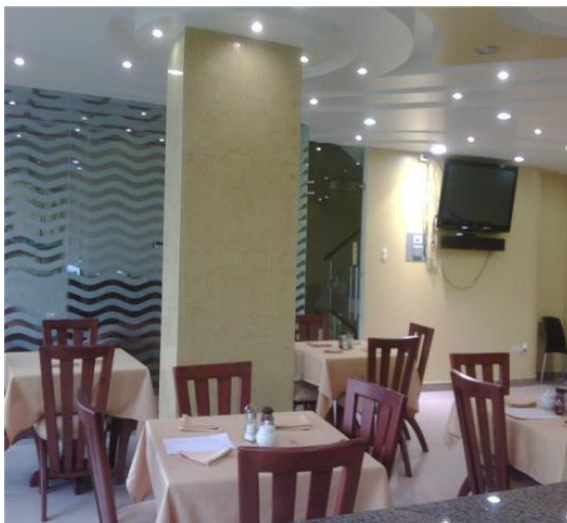


2.- Habitaciones dobles del Hotel Inglés



3.- Servicio de bebidas

4.- Restaurante del Hotel Inglés

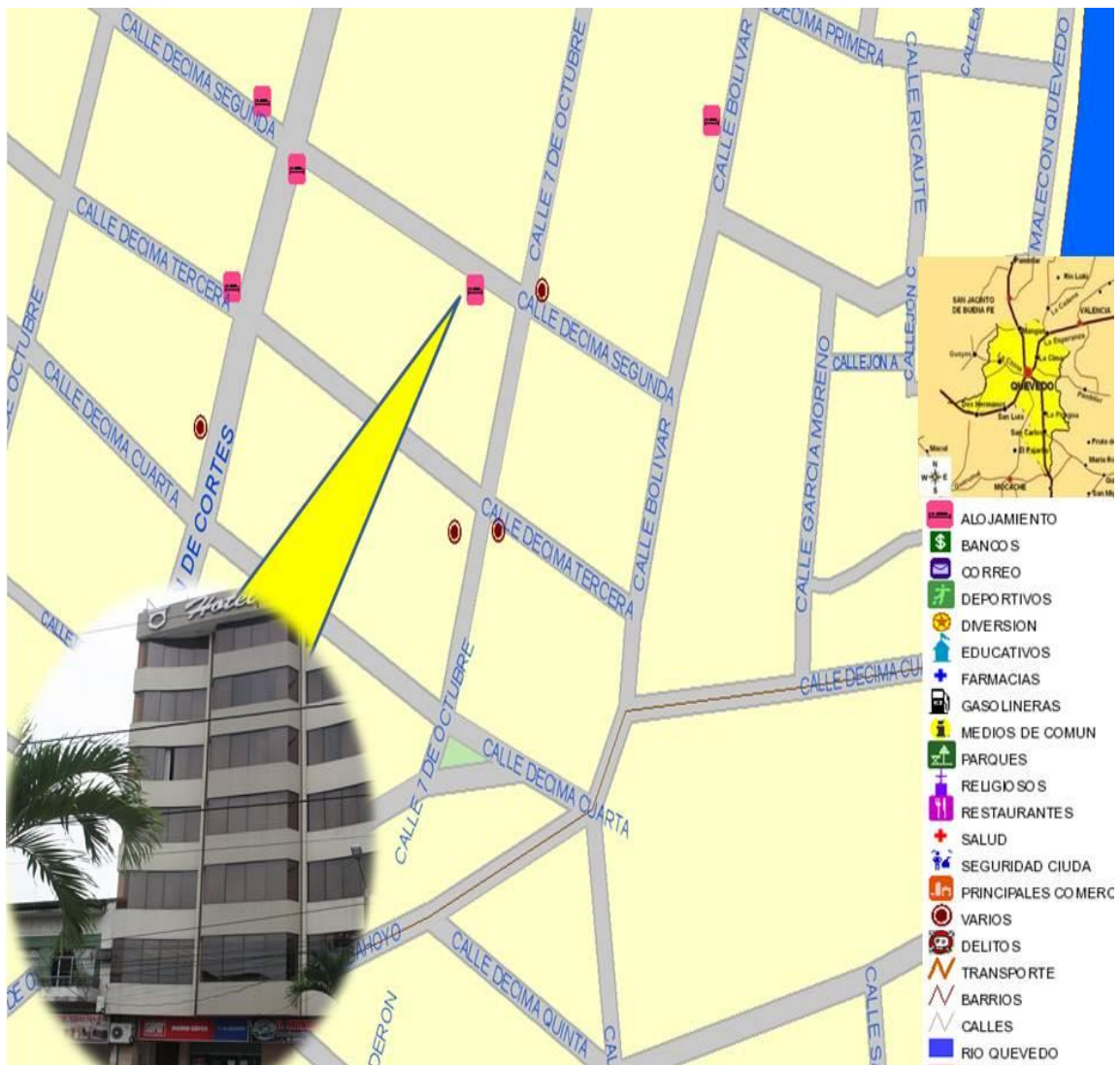


5.- Cafetería del Hotel Inglés



7.6.- Anexo 6

Plano de Quevedo señalando la ubicación del hotel



7.6.- Anexo 6 RUC del Hotel Inglés

SRI
...le hace bien al

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 1200796462001

APELLIDOS Y NOMBRES: ESPINOZA YUQUIS NELLY MERCEDES

NOMBRE COMERCIAL: HOTEL INGLES

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 25/09/1956 **FEC. ACTUALIZACION:** 12/04/2012

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 03/03/1997 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCIÓN: 07/03/1997 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOTEL

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: LOS RIOS Cantón: QUEVEDO Parroquia: QUEVEDO Calle: AV. 7 DE OCTUBRE Número: SOLAR 02 Intersección:
DECIMA SEGUNDA Referencia: A MEDIA CUADRA DE LA FARMACIA INGLESA Teléfono: 052751115 Email:
franklin_raul@live.com

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA
- * IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 002	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	\ REGIONAL LITORAL SUR\ LOS RIOS	CERRADOS:	1



Esposito Yuquis

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: GEMT140408 Lugar de emisión: QUEVEDO/CALLE BOLIVAR Y Fecha y hora: 12/04/2012 09:56:26

Página 1 de 2

SRI.gov