



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

TEMA:

“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA, CANTÓN VENTANAS, AÑO 2014”

AUTORA:

ALVARADO YONG YOMAIRA GISSELA

DIRECTORA:

ING. ELSYE COBO LITARDO MSc.

QUEVEDO – ECUADOR

2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previo a la obtención del
título de Ingeniera en Gestión
Empresarial.

TEMA:

**“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU RELACIÓN CON LA
CALIDAD DE LOS SERVICIOS DEL CLUB CAMPESTRE
TARIRA, CANTÓN VENTANAS, AÑO 2014”**

AUTORA:

ALVARADO YONG YOMAIRA GISSELA

DIRECTORA:

ING. ELSYE COBO LITARDO MSc.

QUEVEDO– ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Ing. ELSYE COBO LITARDO MSc. directora del Proyecto de Investigación
CERTIFICO: Que la egresada ALVARADO YONG YOMAIRA GISSELA, realizó
el Proyecto de Investigación titulado “**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU
RELACIÓN CON LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DEL CLUB
CAMPESTRE TARIRA, CANTÓN VENTANAS, AÑO 2014**” bajo mi dirección,
habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el
efecto.

Ing. ELSYE COBO LITARDO MSc..
DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Presentado a la Comisión Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales
como requisito previo a la obtención del Título de: **INGENIERA EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

Aprobado por:

ECON. ROGER YELA BURGOS, MSC.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

ING. GINA RENDON GUERRA, MGE.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

ING. JUAN CANO INTRIAGO, MSC.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – ECUADOR

2015

AUTORÍA

Yo, ALVARADO YONG YOMAIRA GISSELA declaro que soy autora exclusiva del presente proyecto de investigación, es original, autentico y personal.

Todos los efectos académicos y legales que se desprenden del presente proyecto de investigación son de nuestra exclusiva responsabilidad.

ALVARADO YONG YOMAIRA GISSELA
C.I. 1206689760

DEDICATORIA

Primero quiero darle gracias a Dios por permitirme seguir en todo este camino cumpliendo con mis objetivos y metas propuestas. A mis padres y mi esposo, que mediante su apoyo, me enseñaron que debo seguir cumpliendo los objetivos que me he propuesto en el camino, para de esta manera ser útil a la sociedad.

A mis familiares y amigos, que mediante su cariño y amor me ayudaron a seguir luchando en este camino académico que me permitió llegar a la realización de mis aspiraciones a ellos les dedico este trabajo, que he culminado con mucho esfuerzo.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento a los diferentes docentes de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, que me supieron guiar en toda esta etapa de aprendizaje impartiendo sus conocimientos.

También un muy afectuoso agradecimiento, a todo el personal que el Club Campestre Tarira, que con su excelente colaboración pude realizar este proyecto de Investigación.

A la directora del proyecto de investigación, Ing. Elsy Cobo, que sin su ayuda no hubiese sido posible el desarrollo de la investigación.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación estuvo ubicado en el kilómetro 23 vía Quevedo- Ventanas, en las instalaciones del *club campestre TARIRA*.

Los objetivos principales a investigar fueron los siguientes la gestión administrativa y su relación con la calidad de los servicios, ya que se considera un notable cambio en estos últimos años en la empresa, debido a la disminución de clientes que esta ha tenido.

El propósito que persigue esta investigación es establecer cuál es la relación que tiene el analizar la gestión administrativa en la calidad de los servicios que brinda el *club campestre TARIRA*.

Las hipótesis de la investigación planteadas establecerán si la gestión administrativa, tiene relación entre la calidad de los servicios y si esta está teniendo falencias debido a la gestión administrativa que ellos manejan.

La metodología descriptiva permito analizar hechos y sucesos, que existe entre la gestión administrativa y la relación con la calidad de los servicios, que se ofrecen en el *club campestre TARIRA*, todo esto fue posible mediante un proceso analítico de investigación, el mismo que acoge diferentes métodos para la realización de este trabajo de investigación.

Adem todo me fue útil todas las técnicas de investigación teniendo como resultados la recopilación de la información ventajosa de esta investigación. Para descifrar conceptos y definir teorías, sobre todo la fundamentación teórica, conceptual y legal, con la finalidad de tener todos los conocimientos a mi alcance para el desarrollo de la investigación.

Y por último se aplicó el muestro probabilístico, que consistía en determinar el tamaño de la muestra a encuestar.

EXECUTIVE SUMMARY

This present research was located at kilometer 23 via Quevedo- Ventanas in *Club Campestre TARIRA*.

The main objectives were to investigate the following administrative management and its relationship to quality of services, since it is considered a significant change in recent years with the company, due to declining customer that this has had.

The purpose pursued this research is to establish what is the relationship of the administrative management analyze the quality of the services provided by the *Club Campestre TARIRA*.

The research hypothesis raised establishes whether the administration has relationship between service quality and if this is having shortcomings due to the administration that they handle.

The descriptive methodology allow analyzing facts and events, between the administration and the relationship with the quality of services offered at the *Club Campestral TARIRA*, all this was made possible through an analytical research process, the same that welcomes different methods for conducting this research.

Besides all I was helpful all research techniques having as result the collection of information from this research advantageous. To decrypt define concepts and theories, especially the theoretical, conceptual and legal basis, in order to have all the knowledge I can to the development of research.

And finally the probability sampling, consisting of determining the size of the survey sample was applied.

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
1	Título / Title	M	Gestión administrativa y su relación con la calidad de los servicios del club campestre Tarira, cantón ventanas año 2014.
2	Creador / Creator	M	Alvarado Yong Yomaira Gissela, Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
3	Materia / Subject	M	Gestión Empresarial
4	Descripción / Description	M	<p>La investigación realizada, estuvo ubicada en el kilómetro 23 vía Quevedo- Ventanas, en las instalaciones del club campestre TARIRA.</p> <p>En la presente investigación se procura, realizar un análisis a la gestión administrativa, y mediante esto poder dar solución a los inconvenientes presentados anteriormente.</p> <p>Esta investigación se intenta dar soluciones a los inconvenientes presentados en el club campestre TARIRA, con la finalidad de dar aceptación a la factibilidad del proyecto de investigación para mejorar la calidad de los servicios basándome en la relación que se tiene en la administración, para facilitar el óptimo rendimiento, en áreas donde hay falencias.</p>
5	Editor / Publisher	M	FACEMP; Carrera, Ing. en Gestión Empresarial; Alvarado Yomaira.
6	Colaborador / Contributor	O	Ing. Elsy Cobo Msc.
7	Fecha / Date	M	09/04/2015
8	Tipo / Type	M	Proyecto de Investigación, Artículo.
9	Formato / Format	R	.doc MS Word 97; .pdf.
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteg.edu.ec
11	Fuente / Source	O	Albert, D. M. (2012.). <i>Gestión organizacional: guía del estudiante</i> . . Cuba: Editorial Universitaria.

			<p>Arias, H. (2010). <i>La Esencia de la Administración Estratégica</i>. México: Prentice Hall.</p> <p>Baldwin, C. (2010). <i>Gestión empresarial</i>. FIRMAS Press.</p> <p>Membrado, J. (2013). <i>Metodologías avanzadas para la planificación y mejora: Planificación estratégica</i>.</p> <p>Morillo, E. M., & Ortega, E. (2011). <i>Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias</i>. <i>Documentación De Las Ciencias De La Información</i>, 34, 333-347. Retrieved from .</p> <p>Navajo, P. (2011). <i>Planificación estratégica en las organizaciones no lucrativas: guía y participación basada en valores</i>.</p>
12	Idioma / Language	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	M	<p>Esta investigación permitió plasmar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en gestión empresarial, para de esta manera poder llevar, de lo teórico a lo práctico, las técnicas y métodos impartidos.</p> <p>La finalidad del presente proyecto de investigación, es dar a conocer a los respectivos propietarios del <i>Club Campestre TARIRA</i>, la importancia que tiene, la realización de un análisis a la gestión administrativa, para de esta manera poder establecer parámetros en los cuales se puedan dar solución a los inconvenientes que se presenten a futuro.</p>
15	Derechos / Rights	O	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Proyecto de investigación

ÍNDICE

PORTADA.....	i
HOJA EN BLANCO.....	ii
COPIA DE PORTADA	iii
CERTIFICACIÓN.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AUTORÍA.....	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
EXECUTIVE SUMMARY	x
CAPITULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	4
1.2.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2.2. Pronóstico del problema	5
1.2.3. Control del pronóstico del problema	6
1.2.4. Formulación del problema	7
1.2.5. Sistematización del problema	7
1.3. Justificación.....	8
1.4. Objetivos.....	9
1.4.1. Objetivo general	9
1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.5. Hipótesis	10
1.5.1. Hipótesis general.....	10
CAPITULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11

2.1.	Fundamentación Teórica	12
2.1.1.	Introducción a la gestión	12
2.1.2.	Funciones de la administración	12
2.1.3.	FODA	14
2.1.4.	Principios organizacionales	14
2.1.4.1.	Misión	14
2.1.4.2.	Visión	15
2.1.4.3.	Valores	15
2.1.4.4.	Objetivos	15
2.1.5.	Gestión administrativa	16
2.1.6.	Propósito de la gestión administrativa	16
2.1.7.	Balanced Scorecard	16
2.1.8.	Características del análisis de la gestión administrativa	17
2.1.9.	Ventajas de la gestión administrativa	17
2.1.10.	Desventajas de la gestión administrativa	17
2.1.	Gestión del personal	18
2.1.1.	La gestión de la calidad de los servicios	18
2.1.2.	Proceso de la gestión administrativa	19
2.1.3.	Estructura organizacional	21
2.1.4.	Necesidades y expectativas de la calidad del servicio	22
2.1.4.1.	Calidad del servicio CS	22
2.1.4.2.	Servicio y la misión	23
2.1.5.	El cliente como agente activo	23
2.1.6.	Modelos de gestión de calidad	23
2.1.7.	Balanced Scorecard	24
2.1.8.	Cultura de la calidad	24

2.2.	Gestión de calidad en etapas.....	25
2.2.1.	La organización staff.....	26
2.2.2.	La dirección y la gestión del factor humano	26
2.2.3.	El control de la calidad	27
2.2.4.	Calidad como estrategia fundamental	27
2.2.5.	Estrategias de calidad DR. J.M JURAM.....	28
2.3.	Gestión de servicios	29
2.3.1.	Expectativas del Cliente.....	29
2.3.2.	Percepción del cliente	29
2.3.3.	Satisfacción del cliente.....	31
2.4.	Fundamentación Conceptual	32
2.4.1.	Administración	32
2.4.2.	Planificación	33
2.4.3.	Organización	34
2.4.4.	Dirección.....	34
2.4.4.1.	Liderazgo.....	35
2.4.5.	Control.....	35
2.4.6.	Calidad.....	35
2.4.7.	Control.....	36
2.5.1.	Necesidades	36
2.5.2.	Expectativas.....	36
2.5.3.	Estilo.....	36
2.5.4.	Cultura.....	36
2.5.5.	Tangibles	37
2.5.6.	Fiabilidad	37
2.5.7.	Capacidad	37

2.5.8. Seguridad	37
2.5.9. Empatía.....	37
2.6. Fundamentación legal	38
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.1. Métodos y técnicas utilizados en la Investigación	44
3.1.1. Método Analítico.....	44
3.1.2. Método inductivo	44
3.1.3. Método deductivo	44
3.1.4. Método sintético	44
3.2. Tipo de investigación	45
3.2.1. Bibliográfica.....	45
3.2.2. De campo	45
3.2.3. Descriptiva.....	45
3.3. Diseño de la investigación	45
3.4. Población y muestra	46
3.4.1. Población.....	46
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
4.1. Resultados.....	48
4.2. Discusión.....	87
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
5.1. Conclusiones.....	90
5.2. Recomendaciones.....	91
CAPITULO VI. BIBLIOGRAFÍA	92
Bibliografía	93

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Pag.
1	TIEMPO DE VISITA DEL CLUB	48
2	VISITA CON FRECUENCIA EL CLUB DESPUÉS DE SU PRIMERA VISITA	49
3	SEGURIDAD DE LOS USUARIOS PARA CON SUS HIJOS	50
4	LA OPINIÓN ACERCA DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA, POR PARTE DE LOS USUARIOS	51
5	CALIDAD EN LA ATENCIÓN DEL CLUB POR PARTE DEL PERSONAL QUE LABORA EN EL MISMO	52
6	ASISTENCIA FRECUENTEMENTE POR PARTE DE LOS USUARIOS AL CLUB, SI EXISTIESEN NUEVOS SERVICIOS	53
7	TIPO DE ATRACCIÓN QUE EL USUARIO RECOMIENDA PARA EL CLUB	54
8	SI ES DEL AGRADO DEL USUARIO LA ALIMENTACIÓN QUE SE OFRECE EN EL CLUB CAMPESTRE TARIRA	55
9	LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO QUE BRINDA EL CLUB CAMPESTRE TARIRA	56
10	LAS CONDICIONES EN INFRAESTRUCTURA QUE SE ENCUENTRA EL CLUB	57

11	LA SEGURIDAD ADECUADA QUE OFRECE EL CLUB CAMPESTRE TARIRA	58
12	EL PRECIO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL INGRESO AL CLUB	59
13	TIEMPO DE ANTIGÜEDAD TIENE EL NEGOCIO	60
14	LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	61
15	EL DESEMPEÑO DE SUS SERVICIOS	62
16	TOMA DE DECISIONES	63
17	LOS CLIENTES SON EL PILAR FUNDAMENTAL PARA QUE EL NEGOCIO SEA EXITOSO	64
18	TÉCNICA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES, POR LOS SERVICIOS Q UD. PRESTAN	65
19	MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA	66
20	CALIFICA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA	67
21	CONDICIONES SE ENCUENTRA LA INFRAESTRUCTURA DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA	68
22	IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS PERMITIRÁ MEJORAR LA ESTRUCTURA DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA	69
23	CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS ÁREAS RECRATIVAS	70
24	TENDRÍA DIFICULTADES PARA MEJORAR LOS SERVICIOS	71
25	CAMBIO EN LOS SERVICIOS QUE PRESTAN	72

CAPITULO I.
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

El presente tema investigativo se desarrolló en el club campestre Tarira con el objetivo principal de mejorar la calidad de los servicios que se ofrece y que de esta manera puedan seguir mejorando, es indudable la importancia de los servicios que se brindan ya que de esto depende mucho la supervivencia del Club Campestre Tarira.

El Club Campestre Tarira es un complejo turístico, que tiene mucha acogida ya que es conocido entre el sector de ventanas y zonas aledañas, este club tiene piscinas, sauna, hidromasaje, pista de baile entre otros servicios que ofrece, sin embargo debido a una gestión administrativa inadecuada se han suscitado ciertos hechos que han puesto en declive al club.

Para el análisis de la gestión administrativa y la calidad de los servicios, se tuvo que medir la satisfacción del cliente parte importante del club campestre, es así como se realizó un direccionamiento estratégico, elaborando la misión que es la razón de ser de la empresa, la visión donde la empresa quiere llegar, los valores con lo que se identifica la organización, y los objetivos estratégicos.

El capítulo uno de este tema investigativo se encuentra todo el marco contextual de la investigación que abarca la parte introductoria, la problematización y sistematización del problema de investigación, también se encuentra la estructuración de los objetivos, general y específicos, la justificación la misma que está redactada en por qué y para que de la investigación, y finalmente la hipótesis planteada.

El capítulo número dos se encuentra todo lo referente a la fundamentación teórica el mismo que incluye todos los temarios utilizados para el trabajo de investigación, estructurando temas y subtemas de la gestión administrativa y la calidad de los servicios.

En el capítulo número tres se encuentra estructurada la metodología de la investigación, la misma que se encuentra compuesta por los métodos, técnicas y el diseño de la investigación, para así conocer todo lo que involucra el objetivo de la investigación e ir desarrollando diferentes partes del problema, aquí se centra en todo el conocimiento que se tenga en la parte documental así como también en la práctica.

En el capítulo número cuatro, se realiza la interpretación y a su vez se estudia o considera los resultados obtenidos mediante una encuesta realizada a los usuarios y otra a los administradores del club campestre Tarira, así como también en este capítulo contiene la discusión, la cual se realiza en base a los resultados obtenidos de la encuesta, para comprobar o desaprobado la hipótesis.

El en capítulo cinco, se encuentra la estructuración de las conclusiones y recomendaciones del tema de investigación el mismo que se realizó en base a los resultados de la encuesta realizada, para concluir y a su vez realizar sugerencias para que mejore la gestión administrativa y la calidad de los servicios que brinda.

Finalmente culminando con la investigación se encuentra la bibliografía y los anexos.

1.2. Problematización

La investigación realizada, estuvo ubicada en el kilómetro 23 vía Quevedo-Ventanas, en las instalaciones del club campestre TARIRA.

En la presente investigación se procura, realizar un análisis a la gestión administrativa, y mediante esto poder dar solución a los inconvenientes presentados anteriormente.

Esta investigación se intenta dar soluciones a los inconvenientes presentados en el club campestre TARIRA, con la finalidad de dar aceptación a la factibilidad del proyecto de investigación para mejorar la calidad de los servicios basándome en la relación que se tiene en la administración, para facilitar el óptimo rendimiento, en áreas donde hay falencias.

1.2.1. Planteamiento del problema

El club campestre TARIRA, podrá seguir con sus actividades laborales normales, pero no estará exento de problemas administrativos que por lo general se dan por actividades rutinarias.

Al no contar con lo antes estipulado, no se hace algo raro el encontrarse con faltas leves y graves, por parte del personal que labora en la entidad, y de esta manera perjudicar indirecta o directamente a la empresa, entonces:

Esta investigación fue orientada a conocer las funciones de la Gestión Administrativa del Club Campestre TARIRA, y la relación que tiene con la prestación de sus servicios a sus clientes, para determinar el grado de satisfacción de los mismos, entre los problemas que más se han suscitado a lo largo de la gestión del club campestre Tarira y que han afectado de manera directa con la prestación de los servicios que a continuación se citan:

Causas:

- No consumen alimentos
- Accidentes
- Aburrimiento
- Los clientes tienen inseguridad
- Clientes sean desatendidos

Efectos:

- Alimentos que se expiden
- No cubren las expectativas
- Poca líneas de productos
- Acondicionamiento de piscinas
- Falta de otros lugares recreativos
- Falta de seguridad en los parqueaderos
- Falta del personal capacitado

1.2.2. Pronóstico del problema

De no tomar las medidas necesarias para contrarrestar todas estas causas y efectos se tendría un pronóstico de lo que sucedería o que en otras palabras lo que ya está sucediendo en el Club Campestre TARIRA:

- Los usuarios vayan a otros balnearios
- Los usuarios no asistirán al Club Campestre TARIRA

- Dificultades en la gestión administrativa
- Falta de comunicación de todo el personal
- No saben dónde está ni a donde se dirige
- Decaimiento del Club Campestre TARIRA
- Cerramiento del Club Campestre TARIRA

1.2.3. Control del pronóstico del problema

Mediante este proyecto de investigación, se pretende, un mejor desenvolvimiento en los distintos procesos administrativos, en el club campestre TARIRA.

Lo que permitirá una administración clara y concisa, mediante la cual se obtendrán claras mejoras.

Entre los cambios que se pretende llevar a cabo, en el club campestre "TARIRA", están los siguientes:

- Una gestión administrativa, clara y con excelente servicio, en el club campestre "TARIRA".
- Mejoras en las técnicas de recopilación de información.
- Mejoras en la estructura, económico-social del club campestre "TARIRA".
- Realización de un direccionamiento estratégico

1.2.4. Formulación del problema

¿De qué manera, el mejoramiento en la gestión administrativa incidirá en el incremento de los clientes del Club Campestre TARIRA año 2014-2015?

1.2.5. Sistematización del problema

¿Cuál es la situación del Club Campestre TARIRA año 2014-2015?

¿Cómo evaluar los aspectos filosóficos, que impulsan el desarrollo del Club campestre TARIRA año 2014-2015?

¿Cuáles serían las estrategias que se deben implementar en el club campestre TARIRA año 2014-2015?

1.3. Justificación

Por los motivos y razones expresadas, el presente trabajo se justificó en los siguientes procesos:

Esta investigación permitió plasmar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en gestión empresarial, para de esta manera poder llevar, de lo teórico a lo práctico, las técnicas y métodos impartidos.

La finalidad del presente proyecto de investigación, es dar a conocer a los respectivos propietarios del *Club Campestre TARIRA*, la importancia que tiene, la realización de un análisis a la gestión administrativa, para de esta manera poder establecer parámetros en los cuales se puedan dar solución a los inconvenientes que se presenten a futuro.

Para mejorar en la parte del direccionamiento estratégico, establecer la misión, visión y valores del *Club Campestre TARIRA* todo esto es necesario para establecer normas mejoradas, bajo un criterio tomado luego de haber realizado un análisis de todo lo que concierne al *Club* para mejorar la gestión administrativa, como parte fundamental de los servicios, ya que de eso dependen.

Para el desarrollo de este proyecto investigativo se ha tomado conceptos claros, precisos y concisos para tener una fundamentación teórica, y conceptual cabe recalcar que también se tomó en cuenta la reglamentación establecida en la COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización).

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la gestión administrativa y su relación con la calidad de los servicios del Club Campestre TARIRA en el cantón ventanas año 2014.

1.4.2. Objetivos específicos

- ✓ Evaluar la situación actual de la calidad de los servicios del Club Campestre TARIRA año 2014.
- ✓ Definir los aspectos filosóficos que impulsen el desarrollo del Club Campestre TARIRA año 2014.
- ✓ Diseñar estrategias que permitan mejorar la situación del servicio, para incrementar las visitas de los turistas al Club Campestre TARIRA año 2015.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

El alto índice de deficiencia en la gestión administrativa en el club campestre TARIRA incide negativamente la calidad de los servicios que brinda a los usuarios

- ✓ Variable dependiente: la calidad de los servicios los visitantes.

- ✓ Variable independiente: Gestión administrativa

CAPITULO II.
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Introducción a la gestión

(Albert, 2012.) Desde tiempos remotos los hombres han trabajado de conjunto para la caza, la pesca y otras actividades; esto demuestra la importancia de la Gestión en la consecución de determinados objetivos. Pero, no se empieza a describir la administración hasta los siglos XVIII y XIX cuando surge la Revolución Industrial en Inglaterra y los capitalistas necesitan organizar la producción de sus fábricas con una masa obrera nada instruida. Es así que surgen los distintos enfoques o tendencias de la administración como consecuencia de la lógica evolución histórica de la sociedad. ¿Ha estado alguna vez realizando una tarea sin ayuda de nadie? Si la respuesta es afirmativa, comprenderá que en una organización es importante trabajar con otras personas. Por ejemplo, suponga que tiene que dirigir la organización del trabajo del comedor de su centro, cuya razón de ser es dar un servicio de restauración a los trabajadores y/o estudiantes del centro. ¿Qué hace primero? Aquí empieza a funcionar el ciclo administrativo de dirección.

2.1.2. Funciones de la administración

(Silva., 2015) Las funciones de la administración son las actividades básicas que deben desempeñar los administradores para alcanzar los resultados determinados y/o esperados por las organizaciones. Estas funciones, que constituyen el proceso administrativo son:

- Planeación: procedimiento para determinar los objetivos y las metas del desempeño futuro de la organización así como las tareas y los recursos que se usarán para alcanzarlos.
- Organización: proceso para asignar tareas, agrupar actividades en departamentos y destinar recursos a los departamentos.

- Dirección: influencia para que otras personas realicen sus tareas de modo que se alcancen los objetivos establecidos, lo cual incluye energizar, activar y persuadir a esas personas.
- Control: función que se encarga de comparar el desempeño real con los parámetros determinados previamente, es decir, con lo planeado.

Algunos investigadores se refieren a la función de la dirección llamándola liderazgo, como ocurre ahora en la mayoría de los libros estadounidenses. Sin embargo, debemos entender que el liderazgo es una condición de la dirección, una calificación de ella que no puede ser sustituido por dicha función. Es posible dirigir sin liderar, lo cual no representaría la mejor de las condiciones; se debe liderar y dirigir con aptitudes para que la función de dirección sea más eficaz.



F1. Relaciones de las funciones de administración

2.1.3. FODA

(Navajo, 2011) El análisis Dafo es una técnica que nos permite trabajar tanto con elementos internos como externo, presentes como futuros, lo que nos facilita obtener una visión global de la situación de la organización en relación con el entorno. Es quizás una de las herramientas más utilizadas para el análisis interno y externo, y en muchas ocasiones la única empleada. La palabra Dafo o Foda es el acrónimo de debilidades-amenazas-fortalezas-oportunidades.

(Membrado, 2013) Las amenazas serán todos aquellos factores externos que ponen en peligro los objetivos de la organización y que requerirán planes de contingencia o estrategias alternativas para evitarlos.

Las oportunidades son los factores externos que la organización puede explotar en beneficio propio y para los cuales deberá adaptar su estrategia.

Las fortalezas son aquellos puntos fuertes de la organización que convenientemente explotados ofrecen ventajas competitivas y que deben ser la base de los planes de futuro.

(Membrado, 2013) Las debilidades pueden hacer referencia a las áreas de mejora de la organización en relación al análisis interno realizado. Dicha áreas de mejoras, convenientemente agrupadas y priorizadas, darán lugar a planes de mejora en el contexto de la estrategia.

2.1.4. Principios organizacionales

2.1.4.1. Misión

(Rojas & Medina, 2011) La misión describe el concepto de la empresa, la naturaleza del negocio, la razón para que exista la empresa, la gente a la que le sirve y los principios y valores bajo los que pretende funcionar.

2.1.4.2. Visión

(Paredes & Diminguez, 2009) Elaborar la Visión: Otro elemento que se incluye en el modelo es la visión, la cual es una forma de compromiso con el futuro de la organización, la misma debe ser inspiradora y ser retadora, para contribuir al fortalecimiento ante la sociedad. ¿A dónde queremos llegar?, ¿Cómo queremos ser tal año?, ¿Cuál es la imagen que deseamos que tengan los clientes de nosotros?, ¿Qué valores caracterizarán a nuestros trabajadores y a la organización? Son preguntas a las que debe responder la visión, lo que para su estudio es necesario determinar: 1) Quienes participaron, 2) Si cumple los requisitos o aspectos a considerar para su valoración. 3) Si es conocida por todos los miembros de la organización. 4) Qué problemas presenta. 5) Posible propuesta.

2.1.4.3. Valores

(Paredes & Diminguez, 2009) Es imprescindible tenerlos presentes por su gran importancia para lograr un adecuado funcionamiento de la organización, deben formar parte de su filosofía de trabajo y estar presentes (los principales) en su misión. Es conveniente aclarar que los valores compartidos hay que tenerlos vigentes en todo el modelo propuesto ya que de una forma u otra influyen, pues le dan a la entidad una fuerza única y particular de carácter e identidad.

2.1.4.4. Objetivos

(Paredes & Diminguez, 2009) Determinación de los Objetivos: El estudio de los objetivos se determina con el fin de diagnosticar si estos constituyen metas claras que establecen lo que intenta lograr la organización, es decir, un punto hacia el cual se quiere llegar. Se trazan después de haber estudiado los problemas internos y externos y para todas las áreas vitales de la empresa. Los objetivos tienen que expresar una cantidad determinada (ser mensurables), tienen que tener una dimensión en el tiempo, ser tensos pero alcanzables.

2.1.5. Gestión administrativa

(Arias, 2010) Agrega también que la gestión se afirma y trabaja a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para obtener resultados.

2.1.6. Propósito de la gestión administrativa

(Uriepero & D, 2012) Proporcionar soluciones factibles a las irregularidades o deficiencias presentes en la entidad o en alguna unidad en específica, por lo cual se considera que el conocimiento de la misma es indispensable para el óptimo desempeño de las actividades y funciones inherentes de la entidad.

La globalización y la competencia han impulsado la imperiosa necesidad de alimentarse de herramientas y recursos que puedan garantizar la eficiencia, rentabilidad y éxito en cada una de las unidades de la entidad.

2.1.7. Balanced Scorecard

(Norton, 2010) El Balanced Scorecard promueve una visión sistémica y balanceada de la organización que le permite traducir la estrategia a través de objetivos operacionales y sus relaciones sistémicas de causa y efecto desde cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje, y crecimiento. Esto le permite medir la ejecución de su estrategia y actuar de conformidad con los resultados. El BSC identifica los proyectos estratégicos que se constituirán en los programas clave que generarán un alto impacto estratégico, llevando al cumplimiento de metas. La aplicación de esta metodología les ha permitido a diversas organizaciones transformarse en empresas focalizadas en la estrategia, obteniendo un desempeño excepcional.

2.1.8. Características del análisis de la gestión administrativa

(Uriepero & D, 2012) Dentro de las características más importantes del análisis de gestión administrativa se mencionan los siguientes:

- Es un sistema estructurado.
- Estudia y analiza la información.
- Evidencia áreas problemáticas dentro de la institución.
- Incluye la planificación para su aplicación y desarrollo.
- Formula programas de trabajo.
- Determina debilidades en los métodos o procedimientos administrativos.

2.1.9. Ventajas de la gestión administrativa

(Uriepero & D, 2012) Ciertas ventajas del análisis de gestión administrativa son las siguientes:

- Detecta las desviaciones en la administración de la empresa, revelando las causas y efectos que inciden en la toma de decisiones.
- Evalúa los controles internos de la organización.
- Facilita un patrón para el mejor aprovechamiento de los recursos disponibles en la organización como lo son el humano, técnico, financiero, materia prima y equipos.

2.1.10. Desventajas de la gestión administrativa

(Uriepero & D, 2012) Dentro de las desventajas del AGAD se mencionan las siguientes:

- La aplicación del AGAD requiere una gran cantidad de tiempo, por ello muchas organizaciones no lo aplican.
- El costo para realizar el AGAD, es muy costoso por tal motivos muchas organizaciones están en capacidad para aplicarlo.
- No existe una escala de valores precisas que permita medir el grado de eficiencia y eficacia, con el cual cumplen las funciones administrativas de que la calidad de esta evaluación dependa en gran parte del profesional que la realice.

2.1. Gestión del personal

Alfonso, Jiménez. Susana, Marcos. Enrique, Arce. Yolanda, Sánchez. Prologo Manuel Pimentel. (2013). No existe una única forma de gestionar personas, ya que la gestión de personas depende de las características del negocio, la cultura deseada y las condiciones del mercado laboral en que se opere.

En la gestión adecuada de personas encontraremos, casos, experiencias, ideas, de que en cada caso la clave del éxito está en la adecuada elección de una estrategia de gestión para las circunstancias en las que se encuentre el proyecto empresarial.

Alfonso, Jiménez. Susana, Marcos. Enrique, Arce. Yolanda, Sánchez. Prologo Manuel Pimentel. (2013). Gestión de personal es un conjunto de mejores prácticas para dirigir a los empleados, incluirá aspectos relativos a selectivos y exhaustivos procedimientos de contratación, estabilidad en la relación de empleo, esquemas, programas de formación y la comunicación en los niveles de organización.

2.1.1. La gestión de la calidad de los servicios

(Larrea, 2008) La utilización de unos recursos para alcanzar un determinado objetivo, en un entorno presionante que plantea de manera permanente problemas a los que es preciso dar respuesta, es lo que conocemos con el nombre de gestión. La gestión se puede referir a la totalidad de una empresa

en su conjunto, a unidades de negocio concretas, a cada uno de sus departamentos o a áreas específicas como la CS (control de servicios), que ahora nos ocupa. La gestión se entiende controlada, como ya es sabido, cuando se marcan con nitidez los tiempos de planeación, ejecución, medición, seguimiento y corrección. Se trata del conocido esquema «plan-do-check-act», de inspiración cibernética, a que hicimos referencia en el capítulo primero.

Dentro de la noción global de gestión se pueden diferenciar tres planos distintos: el estratégico, el operativo y el metodológico. La gestión estratégica diseña el rumbo general que la empresa (tanto a nivel corporativo, como de cada unidad de negocio o de cada función concreta) pretende seguir, adopta hoy las decisiones que permitan hoy y mañana avanzar hacia los objetivos planteados, y realiza un seguimiento de la marcha de los acontecimientos cerciorándose de que todo se halla bajo control o, en caso contrario, tomando acciones correctoras.

2.1.2. Proceso de la gestión administrativa

(Uriepero & D, 2012) "Es indiscutible que para proceder a la preparación del Programa de Trabajo para realizar el AGAD, debemos tener en cuenta cuales son las preocupaciones de la Alta Administración de la empresa".

Lo que significa que es un proceso dinámico donde convergen: pasado, presente y futuro. Dicho proceso, mezcla cíclicamente análisis del pasado (gestión), posición y evaluación de las elecciones futuras (planeamiento), y la instrumentación del plan presente.

Por otra parte, es necesario que el analista responsable del trabajo tenga un Primer Contacto con el Sistema-Cliente, a fin de dejar sentadas las condiciones básicas del trabajo. Este primer contacto es considerado como el primer paso en el Análisis de Gestión Administrativa, debido a que es fundamental para el desarrollo de los siguientes pasos. Además de, poseer ciertas cualidades que le permitan desenvolverse como profesional en ésta área específica:

- Confianza y seguridad
- Imagen de negocios
- Comunicación eficaz
- Imagen positiva
- Identificar la necesidad del potencial Sistema-Cliente
- Lenguaje fluido y uso adecuado de la terminología técnica
- Capacidad para transmitir las ideas que se desean expresar
- Disposición para escuchar atentamente los planteamientos del Sistema-Cliente
- Estar respaldado de impecables recursos de papelería, tarjetería, de presentación, logos, entre otros detalles

Una vez que cumpla éstas cualidades, el analista en su primer contacto deberá:

1) Recopilar datos de la Entidad

- Documentos constitutivos.
- Los objetivos que definen la naturaleza de la organización.
- Composición empresarial (organigrama)
- Reseña histórica.

2) Conocer las definiciones fundamentales de la Entidad:

- Misión.
- Objetivos.

- Metas.
- Políticas.

3) Reuniones en los distintos niveles gerenciales de la empresa.

4) Recorrido por las instalaciones de la organización.

El estudio preliminar, le permite al Analista de Gestión identificar las áreas potenciales críticas las cuales necesitan ser atendidas, estimar el tiempo de duración del análisis, el equipo técnico profesional que habrá de emplearse y los recursos necesarios para su desarrollo. Una vez que se tienen estos elementos, el analista procederá a preparar la Propuesta de Servicio Profesional.

De ser aceptada la propuesta, el siguiente paso es el desarrollo del análisis de gestión administrativa. Proceso extenso y minucioso en donde se deben considerar los detalles más mínimos a fin de encontrar la fuente de irregularidad y proponer la solución, a través de la redacción del informe de recomendaciones.

2.1.3. Estructura organizacional

(Palacios, 2011) Se entiende la estructura organizacional como el medio del que se sirve una organización cualquiera para conseguir sus objetivos.

En su sentido más amplio, la estructura organizacional da orden a la empresa. Responsabiliza el talento humano de la organización en cada una de las áreas que se han definido previamente.

Su finalidad es la de establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una organización para trabajar juntos de forma óptima, a fin de que sean alcanzados los objetivos corporativos.

Para algunos consultores organizacionales y expertos en el tema, la estructura organizacional es la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes, y entre empleados y empleados.

Esto en atención a que la estructura organizacional muestra la forma como es dividido el trabajo en la empresa.

2.1.4. Necesidades y expectativas de la calidad del servicio

(Larrea, 2008) La calidad de vida es el reto de la economía de servicios. El concepto de calidad apunta hacia la satisfacción de los clientes (consumidores intermedios y finales de bienes económicos) y supone la calidad de servicio. Pero ¿a qué servicio nos estamos refiriendo? Dado, como veremos a continuación, el carácter equívoco del concepto “servicio”, ¿qué queremos indicar cuando hablamos de calidad de servicio?

2.1.4.1. Calidad del servicio CS

(Larrea, 2008) A la CS se puede llegar diseñando un paquete de prestaciones secundarias que complementen y arropen la prestación principal; a la CS no es posible llegar sin un diseño y una gestión apropiados del proceso de fabricación y entrega del producto/servicio. Tratándose de productos, lo decisivo para la CS reside en las operaciones de pre-venta, entrega y post-venta. Tratándose de servicios (y debido a la simultaneidad de servicio-entrega-consumo), lo decisivo a efectos de la CS se encuentra en las operaciones de servicio. Una vez concretado el concepto de servicio, es decir, una vez determinadas las ventajas conceptuales, de contenido o cuantitativas que pretendemos tenga nuestro servicio, es preciso definir el sistema de prestación del mismo, esto es, el conjunto de elementos materiales (hard) y relaciones funcionales (soft) necesarios para alcanzar el nivel de CS deseado.

2.1.4.2. Servicio y la misión

(Larrea, 2008) La misión de la empresa es un primer marco que condiciona el tipo de clientes a atender, la estrategia a seguir, la clase de producto global a ofrecer y, en consecuencia, el contenido del servicio. Tal como ha señalado Heskett, diseñar un servicio requiere reflexionar acerca de «la manera en que le gustaría a la empresa que clientes y empleados (lo mismo que accionistas y acreedores) percibieran sus servicios». Lo cual no es otra cosa que «responder a la pregunta tan obvia “¿En qué clase de negocio estamos metidos?”».

2.1.5. El cliente como agente activo

(Larrea, 2008) Diseñado el contenido del servicio a prestar y establecido el sistema de prestación, corresponde al agente humano desarrollar las acciones encaminadas a que la entrega del producto al cliente alcance un nivel excelente de calidad. Sin la intervención humana no es posible hacer funcionar el mecanismo tendente a “entregar el producto con servicio”. Sólo el hombre, en definitiva, es quien presta el servicio.

(Larrea, 2008) Por tanto, el servicio es constitutivamente una relación interpersonal, que pone en comunicación a los empleados de la empresa proveedora con los clientes. En esta relación el cliente adopta, en principio, el rol de sujeto pasivo, mientras que el empleado (especialmente, del “front-office”) desempeña el papel de sujeto activo. Sin embargo, la relación dista en la práctica de ser tan lineal y esquematizada como acaba de describirse. Básicamente, un fenómeno económico-sociológico de creciente auto participación por parte del cliente (o “autoservicio”) hace que éste adopte en el proceso de prestación del servicio una doble función: pasiva y activa a la vez.

2.1.6. Modelos de gestión de calidad

(Torres, 2012) Un modelo de gestión de calidad es un referente permanente y un instrumento eficaz en el proceso de toda organización de mejorar los productos o servicios que ofrece. El modelo favorece las dimensiones más

relevantes de una organización, así como establece criterios de comparación con otras organizaciones y el intercambio de experiencias.

La utilización de un modelo de referencia se basa en que:

1. Evita tener que crear indicadores, ya que están definidos en el modelo.
2. Permite disponer de un marco conceptual completo.
3. Proporciona unos objetivos y estándares iguales para todos, en muchos casos ampliamente contrastados.
4. Determina una organización coherente de las actividades de mejora.
5. Posibilita medir con los mismos criterios a lo largo del tiempo, por lo que es fácil detectar si se está avanzado en la dirección adecuada.

2.1.7. Balanced Scorecard

(Norton, 2010) El Balanced Scorecard es un modelo de gestión de la estrategia y cuando hablamos de gestionar la estrategia, nos referimos a esa capacidad de ejecutar sus planes, generando un aprendizaje estratégico continuo que le permita tomar decisiones a partir de los resultados obtenidos y adaptarse a los cambios que se estén generando tanto internamente como en su entorno. En este proceso, la organización se verá obligada a adoptar nuevas estrategias y acciones y a abandonar otras. Esta es la dinámica que se debe seguir constantemente y no se logra sin el monitoreo permanente de la ejecución estratégica. El BSC se convierte para estas organizaciones en un idioma común, el cual facilita la comunicación de los cambios necesarios, permitiendo una ejecución más rápida y dinámica.

2.1.8. Cultura de la calidad

(Torres, 2012) Para mantener una estructura centrada en satisfacer las necesidades y las expectativas de los Clientes, debe lograrse una Cultura de la Calidad en todo el personal de la empresa o Institución educativa, liderada por

la Alta Dirección en la consecución de una mejora continua de la calidad y de la productividad; estas ideas constituyen las bases de la Calidad Total, que es una modalidad de gestión de la Calidad conocida por Gestión de la Calidad Total (Total Quality Management, TQM).

La Calidad Total (TQM) es una modalidad de gestión de la calidad cuyo objetivo consiste en obtener un elevado y permanente nivel de competitividad de la organización sobre la base de adquirir un compromiso total de gerencia y de todos los empleados en la obtención de una total satisfacción del cliente mediante una mejora continua de la calidad.

2.2. Gestión de calidad en etapas

(Torres, 2012) Un proceso de trabajo se debe definir claramente quiénes son los clientes, esto es de gran importancia para el éxito de un proceso encaminado hacia la calidad existen clientes internos y clientes externos.

1. Clientes internos: Personas que hacen parte o intervienen directamente en los procesos propios de la institución.

2. Clientes externos: Son aquellas personas que se encuentran fuera de la institución y reciben los resultados finales de los procesos que allí se desarrollan.

Calidad como Acción Correctiva. Acción correctiva: Inspección

- Proceso productivos
- Producto terminado
- Recepción de Materias primas e insumos
- Decisión Principal: fijar un Nivel de Inspección económicamente adecuado
- “Calidad más elevada implica un costo más elevado”.

2.2.1. La organización staff

(Baldwin, 2010) La organización llamada «line» y «staff»: Muchas empresas se organizan tomando en cuenta el modelo de line y staff. Es éste un tipo de estructura mixta o jerárquica en el que la línea (line) de personal se encarga de dar órdenes y de recibirlas dentro de la cadena de mandos establecida por la organización; por el contrario, los miembros del staff no se hallan incluidos en dicha cadena y constituyen un equipo de consejeros o auxiliares del personal ejecutivo o line.

2.2.2. La dirección y la gestión del factor humano

(Albert, 2012.) El liderazgo débil puede arruinar la estrategia más sólida; la ejecución convincente de incluso un mal plan a menudo acarrea la victoria. Sun Zi. Podemos ver como esta frase enfatiza en el papel del liderazgo para la ejecución de la estrategia. El factor humano siempre ha estado presente en los estudios llevados a cabo dentro de las distintas escuelas o enfoques de las teorías de la administración.

(Baldwin, 2010) Después de haber trazado un programa y de emprender la organización de materiales, técnicas y métodos, capital, maquinaria y personas, ha de pasarse a la siguiente etapa: la dirección. Todo lo anterior ha estado en la mente del programador y el administrativo. Ahora es necesario ponerlo en marcha. Significa que las personas de la organización tienen que ser persuadidas, orientadas, coordinadas en el trabajo y de acuerdo a las funciones que les correspondan, alentándolas en sus tareas respectivas. Las nociones de trabajo de equipo, de inspección y productividad son aquí pertinentes y constituyen los aspectos fundamentales de toda actividad de dirección.

(Albert, 2012.) En este sentido encontramos que la función de Recursos Humanos ha pasado por una serie de etapas hasta encontrarse en su concepción actual donde se reconoce como el recurso principal y decisivo dentro del proceso de trabajo que actúa sobre el resto de los elementos que en

él intervienen. Para ejercer una buena función de dirección hay que tener capacidad para influir sobre los miembros de la organización o colectivo con el fin de alcanzar aquellas metas organizacionales declaradas en la misión y visión de las empresas, siendo esta la función de liderazgo, mando o dirección sin que ello signifique que todo ejecutivo cuente con los atributos de líder. En este sentido encontramos varios tipos de liderazgo: el autocrático, el democrático y anárquico, también conocido este como Laissez Faire

2.2.3. El control de la calidad

(Larrea, 2008) La teoría de la calidad tiene ya su pequeña historia. Philip B. Crosby, W. Edwards Deming, Armand V. Feigenbaum y Joseph M. Juran son probablemente las figuras más señeras y reconocidas de esta aventura intelectual y empresarial que es el dominio de la calidad.

Desde el punto de vista operativo, la idea central consistía en “controlar” la calidad. Recién transferido a las técnicas de gestión desde el mundo de la cibernética, el concepto de control aportaba un enfoque de autorregulación y autocorrección adecuado para asegurar unos determinados niveles de calidad. Según esto, la calidad quedaba sometida a la conocida disciplina mecánica de todo sistema cibernético: Un órgano técnico fija los estándares de calidad; el órgano ejecutante realiza la fabricación; un órgano de información mide los atributos reales de lo fabricado y evidencia las desviaciones originadas; un órgano decisor toma las medidas pertinentes ya sea sobre el proceso en sí o sobre los inputs del mismo.

2.2.4. Calidad como estrategia fundamental

(Torres, 2012) Retroalimentación de la Calidad a partir del desarrollo de:

- Producto/servicio
- Proceso
- Cliente

- Proveedor
- Alta dirección
- Empleados
- Medio ambiente.

2.2.5. Estrategias de calidad DR. J.M JURAM

(Torres, 2012) a. Planeamiento de calidad

- Identificar los clientes
- Determinar sus necesidades
- Desarrollar productos/servicios que satisfagan esas necesidades
- Establecer metas para esos productos de Servicios

b. Control de calidad

- Asegurar la calidad del producto
- Probar la capacidad del proceso

(Torres, 2012) c. Mejora la calidad

- Identificar proyectos específicos de mejora
- Organizar equipos por proyectos
- Descubrir las causa
- Probar la efectividad de los remedios
- Vencer la resistencia cultural al cambio
- Establecer controles para mantener lo ganado.

2.3. Gestión de servicios

2.3.1. Expectativas del Cliente

(Morillo & Ortega, 2011) Las expectativas del cliente, son las "creencias relacionadas con la prestación del servicio que funcionan como estándares o puntos de referencias contra los cuales se juzga su desempeño". Partiendo de esta definición se puede decir que las expectativas del usuario constituyen un elemento esencial a la hora de evaluar la calidad de servicio que prestan los sistemas bibliotecarios de las universidades, por cuanto, se debe conocer lo que requieren los usuarios antes de prestar el debido servicio, para luego conocer la percepción que obtienen del mismo una vez recibido.

En este sentido, los autores antes mencionados plantean que esta es una de las brechas que existen sobre la calidad de servicio, consideran que toda empresa u organización deben orientarse hacia la identificación y medición de ésta dentro de su gestión de servicio, pues ella permite determinar los niveles de satisfacción de los clientes.

Las expectativas del cliente en relación con el servicio están vinculadas con diferentes factores, desde las experiencias que el cliente vive con otras instituciones hasta el efecto de su publicidad sobre el estado psicológico de los clientes en el momento de la prestación del servicio. En términos estrictos, lo que los clientes esperan es tan diverso como su educación, sus valores, experiencias y tipo de expectativa que tienen.

2.3.2. Percepción del cliente

(Morillo & Ortega, 2011) La percepción, desde la perspectiva psicológica, es la capacidad de organizar los datos y la información que llega a través de los sentidos en un todo, creando un concepto. La percepción varía de acuerdo a qué experiencia y a qué aprendizaje previo tenga el observador. Dentro de este

contexto, definen la percepción del cliente como "la sensación que experimenta un cliente después de recibir un producto o servicio.

Esta percepción se forma cuando éste evalúa el paquete de beneficios que le ofrece la empresa, determina la relación costo/beneficio y decide si la sensación es buena". Al tratarse de percepción del cliente, los japoneses la denominan subjetividad social" ya que consiste en la relación entre lo que en verdad es un producto/servicio y lo que representará en un contexto social determinado.

Por esto, es muy importante que los recursos humanos de una empresa, tengan contacto directo con el cliente, tengan claro lo que se quiere transmitir, además de la capacidad para identificar las necesidades del cliente y brindarle apoyo para que logre satisfacerlas.

Al resolver un problema de servicio o prestación, se debe demostrar al cliente que la empresa se ocupa de él, lo cual será recompensado por éste, siendo leales, por lo tanto, para ocuparse adecuadamente de los clientes.

En atención a estos elementos de la percepción del cliente, se tiene que éstos valoran cuándo un determinado usuario le suministra una asistencia o asesoramiento óptimo y acorde a sus requerimientos. Visto así, la calidad del servicio al cliente permite ejecutar una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente sobre ciertas dimensiones específicas del servicio como: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Por su parte, la satisfacción se ve influenciada por las percepciones de la calidad en el servicio, los factores situacionales y personales.

Entonces, si la percepción de la calidad varía de un cliente a otro, y es el mismo quien la determina, ¿cómo se pueden conocer los niveles generales de satisfacción de los clientes para un servicio en particular?, la clave está en concentrar los esfuerzos de la organización en identificar las necesidades de

los clientes y determinar la manera en que estas necesidades afectan la percepción del valor de un servicio.

2.3.3. Satisfacción del cliente

(Morillo & Ortega, 2011) En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- * Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- * Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- * Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- * Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente. Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".
- * Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:
 - * Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.

* Experiencias de compras anteriores.

* Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).

Una manera de tener éxito es tomar en cuenta las técnicas y herramientas para satisfacer el cliente, las cuales son:

* El trato con personas difíciles. En cualquier organización tarde o temprano se encuentran personas difíciles, la mejor forma de tratar con ellas, es acercarse a las mismas profesionalmente, manteniendo la atención sobre los asuntos que se discuten.

* Identificar la extenuación. La extenuación es una gran amenaza a la satisfacción del cliente, puesto que si existe agotamiento, será difícil pensar razonablemente en el trabajo.

* Obtener más cooperación. Con la cooperación hay una gran diferencia en el trabajo, El secreto es lograr tratar a cada persona en su organización como si fuera el más importante de sus clientes.

* Dirigirse a dar satisfacción al cliente, no sólo un servicio. Una organización al considerar estas técnicas y herramientas, lograra tener satisfecho a sus clientes, garantizándole la permanencia en el mercado.

2.4. Fundamentación Conceptual

2.4.1. Administración

(Baldwin, 2010) Administrar una actividad (para nuestro caso: una empresa o una institución) significa dirigirla, conducirla, o en otras palabras, gobernar el curso de su funcionamiento. Toda empresa, desde aquella que esté constituida por las operaciones económicas de una sola persona hasta las vastas

corporaciones transnacionales, necesita ser administrada con el fin de dirigir e integrar todos sus componentes.

Dichos componentes son las personas, el equipo, las prácticas y técnicas aplicadas, así como los aspectos financieros, todo lo cual ha de estar coordinado por un administrador o ejecutivo. Las tareas de administración suponen, por tanto, una actividad organizada y planificadora, a las que se añaden las funciones de control y dirección como formas de llevar a cabo y a buen término toda programación y organización previas. De ese modo, podemos decir que las cuatro funciones que caracterizan a un buen administrador son: programación, organización, dirección y control.

2.4.2. Planificación

Esteban, Fernández, Sánchez. (2010). La planificación implica: a) formular los objetivos que persigue la organización. B) determinar los cursos de acción necesarios. C) identificar y asignar los recursos organizacionales a sus miembros. Históricamente la planificación se han descrito como un proceso que emana desde arriba hacia abajo, de manera que la alta dirección formula planes y da instrucciones a los demás para la puesta en práctica.

(Albert, 2012.) Planificación de lo que se quiere lograr. ¿Qué tareas se le ocurre para este momento? Después viene la Organización de las tareas. ¿Cuántos recursos se necesitan? ¿Con quienes se van a realizar las tareas? Suponga que ya tiene identificada las tareas y las personas que van a trabajar con usted en ese empeño, pero hay que dirigir las, se necesita del Liderazgo, Mando o Dirección para lograr que ellos trabajen y sientan la importancia de su labor. Por último necesita realizar el Control de las actividades, que le permite saber que se están logrando las tareas planificadas, logrará organizar el trabajo del comedor. Pero esto no termina aquí, pues se requiere repetir el mismo ciclo una y otra vez en cada trabajo que se proponga.

2.4.3. Organización

Esteban, Fernández, Sánchez. (2010). La organización es un grupo de personas que realizan sus actividades de forma coordinada para lograr unos de los objetivos comunes. Organizar consiste en: a) determinar que tareas hay que realizar, como deben agruparse, y quien debe llevarlas a cabo. b) Distribuir la autoridad y los recursos entre los diversos miembros. c) coordinar actividades con objeto de orientarlas hacia el logro de los objetivos comunes. El enfoque tradicional de la organización implica crear tan solo un organigrama, que identifique los diferentes departamentos (marketing, recursos humanos, producción, finanzas, entre otros) y establecer las relaciones de autoridad dentro de una jerarquía organizativa muy pronunciada.

2.4.4. Dirección

Esteban, Fernández, Sánchez. (2010). Dirigir una organización consiste en orientar la actuación de cada individuo para hacerla converger con los demás eliminando o reduciendo lo que se ha denominado variabilidad espontánea de la conducta individual (Kahn 1964). Para ello debe crearse una cultura y valores compartidos, comunicar los objetivos a los empleados y motivarlos para que logren un desempeño excelente. Se trata de aspectos esenciales importantes en el actual entorno económico caracterizado por una elevada incertidumbre, el dinamismo de la tecnología, la globalización de los mercados, y una creciente diversidad de la fuerza de trabajo.

(Albert, 2012.) Para ejercer una buena función de dirección hay que tener capacidad para influir sobre los miembros de la organización o colectivo con el fin de alcanzar aquellas metas organizacionales declaradas en la misión y visión de las empresas, siendo esta la función de liderazgo, mando o dirección sin que ello signifique que todo ejecutivo cuente con los atributos de líder.

(Albert, 2012.) La función de dirigir no termina aquí, es necesaria la Motivación de los subordinados, pues son ellos los que realizan el trabajo y en el que se apoya el jefe para realizar cualquier meta.

2.4.4.1. Liderazgo

(Albert, 2012.) En este sentido encontramos varios tipos de liderazgo: el autocrático, el democrático y anárquico, también conocido este como Laissez Faire, el comportamiento del líder será captado en la medida que sus seguidores lo consideren una fuente de satisfacción de sus necesidades.

2.4.5. Control

Esteban, Fernández, Sánchez. (2010). El control consiste en evaluar el desempeño de una organización y/o adoptar las medidas correctivas necesarias. Este proceso incluye desde siempre las siguientes actividades: a) establecer estándares de desempeño, b) medir el desempeño actual con los estándares en relación con esos estándares, c) realizar acciones correctivas para eliminar las desviaciones, d) ajustar los estándares en caso de ser necesarios. En la actualidad, la evaluación del desempeño se está desplazando desde los resultados hasta el comportamiento. Un vendedor no solo aumenta el número de las unidades vendidas, sino que también debe dedicar tiempo suficiente a las relaciones con los clientes con objeto de detectar las necesidades futuras.

2.4.6. Calidad

(Torres, 2012) La calidad de un producto o servicio es el grado de percepción del cliente en que dicho bien cumple con sus expectativas.

(Larrea, 2008) Con más sencillez Juran ha definido la calidad como la “aptitud para el uso, desde el punto de vista del cliente”. Hablar de calidad es, por tanto, hablar de la obtención, para cada una de las características físicas, funcionales o estéticas de un producto, de un determinado nivel adecuado a los requerimientos del mercado.

2.4.7. Control

(Baldwin, 2010) La función de control supone una medición de los resultados para que tal función sea ejercida. El control, además, no puede separarse de la programación, ya que ambas funciones se interrelacionan afectándose mutuamente y ello significa efectuar los ajustes necesarios para que ambas se lleven a buen término.

Los aspectos que influyen sobre la persona que percibe son:

2.5.1. Necesidades

(Morillo & Ortega, 2011) Las necesidades y deseos, es decir, la motivación de la persona la cual le hace percibir aquello que le proporcionaría satisfacción.

2.5.2. Expectativas

(Morillo & Ortega, 2011) Las expectativas; se tiende a percibir lo que se espera, aquello que resulta más familiar.

2.5.3. Estilo

(Morillo & Ortega, 2011) El estilo de cada persona para enfrentarse al ambiente que lo rodea. Algunas personas perciben más un conjunto de detalles, no pudiendo recordar por separado algunas características específicas del objeto; otras en cambio reparan en tales detalles.

2.5.4. Cultura

(Morillo & Ortega, 2011) La cultura en la que creció, la cual entrena en cierto modo de percibir la realidad.

2.5.5. Tangibles

(Morillo & Ortega, 2011) Representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio.

2.5.6. Fiabilidad

(Morillo & Ortega, 2011) Implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.

2.5.7. Capacidad

(Morillo & Ortega, 2011) Representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.

2.5.8. Seguridad

(Morillo & Ortega, 2011) Seguridad (Garantía): son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad. En ciertos servicios, la seguridad representa el sentimiento de que el cliente está protegido en sus actividades y/o en las transacciones que realiza mediante el servicio.

2.5.9. Empatía

(Morillo & Ortega, 2011) Es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes.

2.6. Fundamentación legal

Capítulo III Gobierno Autónomo descentralizado municipal

Art. 54.- Funciones de la COOTAD

(Pozo, 2010) Artículo 54.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

(Pozo, 2010) a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

(Pozo, 2010) b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

(Pozo, 2010) c) Establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico, para lo cual determinará las condiciones de urbanización, parcelación, lotización, división o cualquier otra forma de fraccionamiento de conformidad con la planificación cantonal, asegurando porcentajes para zonas verdes y áreas comunales;

(Pozo, 2010) d) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática de la acción municipal;

(Pozo, 2010) e) Elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;

(Pozo, 2010) f) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y en dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad;

(Pozo, 2010) g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

(Pozo, 2010) h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;

(Pozo, 2010) i) Implementar el derecho al hábitat y a la vivienda y desarrollar planes y programas de vivienda de interés social en el territorio cantonal;

(Pozo, 2010) j) Implementar los sistemas de protección integral del cantón que aseguren el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales, lo cual incluirá la conformación de los consejos cantonales, juntas cantonales y redes de protección de derechos de los grupos de atención prioritaria. Para la atención en las zonas rurales coordinará con los gobiernos autónomos parroquiales y provinciales;

(Pozo, 2010) k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales;

(Pozo, 2010) l) Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros

niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios;

(Pozo, 2010) m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización;

(Pozo, 2010) n) Crear y coordinar los consejos de seguridad ciudadana municipal, con la participación de la Policía Nacional, la comunidad y otros organismos relacionados con la materia de seguridad, los cuales formularán y ejecutarán políticas locales, planes y evaluación de resultados sobre prevención, protección, seguridad y convivencia ciudadana;

(Pozo, 2010) o) Regular y controlar las construcciones en la circunscripción cantonal, con especial atención a las normas de control y prevención de riesgos y desastres;

(Pozo, 2010) p) Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad;

(Pozo, 2010) q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón;

(Pozo, 2010) **Art.55.-** Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal.

(Pozo, 2010) a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;

(Pozo, 2010) b) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;

(Pozo, 2010) c) Planificar, construir y mantener la vialidad urbana;

(Pozo, 2010) d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;

(Pozo, 2010) e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;

(Pozo, 2010) f) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal;

(Pozo, 2010) g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;

(Pozo, 2010) h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;

(Pozo, 2010) i) Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales;

(Pozo, 2010) j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley;

(Pozo, 2010) k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas;

(Pozo, 2010) l) Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras;

(Pozo, 2010) m) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; y,

(Pozo, 2010) n) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

(Pozo, 2010) **Art. 546 – Art. 551.-** Impuesto de patentes municipales y metropolitanas.

(Pozo, 2010)Artículo 546.- Impuesto de Patentes.- Se establece el impuesto de patentes municipales y metropolitanos que se aplicará de conformidad con lo que se determina en los artículos siguientes.

(Pozo, 2010) Artículo 551.- Impuesto de patentes como requisito.- El Servicio de Rentas Internas, previo a otorgar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), exigirá el pago del impuesto de patentes municipales.

CAPITULO III.
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos y técnicas utilizados en la Investigación

3.1.1. Método Analítico

Este método permitió realizar un análisis exhaustivo de toda la investigación para detallar parte introductoria del proyecto analizar las causas y efectos de los problemas del Club Campestre TARIRA con respecto a la gestión administrativa.

3.1.2. Método inductivo

Mediante este método de investigación permitió inducir de lo particular a lo general para poder tomar un problema y poder obtener de forma detallada conclusiones de los resultados.

3.1.3. Método deductivo

Este presente método de investigación permitió deducir de lo general a lo particular del, es decir del problema global que se presenta a él desglosamiento del problema todo esto con la finalidad de obtener de forma detallada conclusiones de los resultados.

3.1.4. Método sintético

Mediante este método se utilizó para sintetizar, parte importantes de la investigación conceptos de la fundamentación teórica redactada por otros autores.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Bibliográfica

Este presente trabajo investigativo está respaldado a través de fuentes escritas, como libros, leyes etc., y con toda la información recaudada adecuadamente seleccionada al perfil de la investigación.

3.2.2. De campo

Este tipo de investigación permitió acudir al lugar donde sucedieron los hechos, con la finalidad de aportar a esta empresa a solucionar el problema en la que se encuentra, entregando una propuesta alternativa de solución.

3.2.3. Descriptiva

Este permite la descripción a una serie de sucesos y relatar hechos que se han presentado en la empresa.

3.3. Diseño de la investigación

Selección preliminar o de presentación

Marco Contextual de la investigación: Este capítulo establece todo lo referente a lo desarrollado en el primer capítulo, en la que se detalle la introducción del trabajo investigativo, la problematización, que enfatiza al desarrollo del árbol de problemas, con sus causas y efectos, así como también los objetivos, el justificativo de la investigación, lo objetivos y por último la hipótesis.

Marco Teórico de la investigación: Está constituido por varios indicadores para la construcción del desarrollo de la investigación.

Metodología de la Investigación: Es aquí en la que se incluyó todo lo referente a las técnicas y métodos que ayudaron a desarrollar la tesis.

Análisis e Interpretación de los resultados en relación con las hipótesis de investigación: Se calculó la población y muestra para tomar como referencia al universo objetivo de la empresa, y así poder realizar la encuesta aplicada al Club Campestre.

Conclusiones y recomendaciones: En este capítulo se concluye con la investigación detallando criterios basándose en los resultados que se obtuvieron y a su vez manifestando sugerencia respecto a la investigación realizada.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

El universo objetivo de todos los empleados del Club Campestre TARIRA es finito, por lo que se realizó una encuesta dirigida al personal administrativo que son cuatro personas en su totalidad, se realizó también un muestreo aleatorio simple de un universo infinito tomando como referencia a 100 personas usuarios del mismo.

CAPITULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

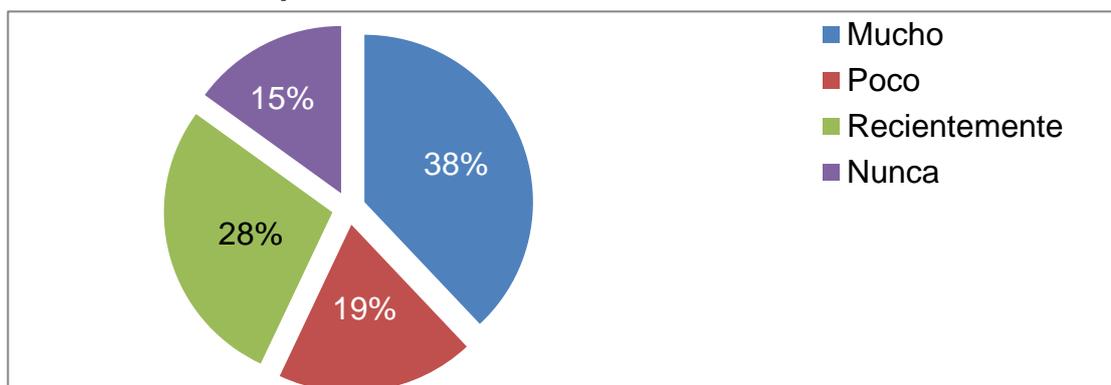
4.1. Encuesta dirigida a los usuarios (clientes) del club campestre Tarira.

CUADRO 1. ¿HACE CUÁNTO TIEMPO VISITA EL CLUB?

Respuestas	Encuestados	Total %
Mucho	38	38
Poco	19	19
Recientemente	28	28
Nunca	15	15
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora.

GRÁFICO 1: Tiempo de visita del club.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Yomaira Alvarado.

Análisis:

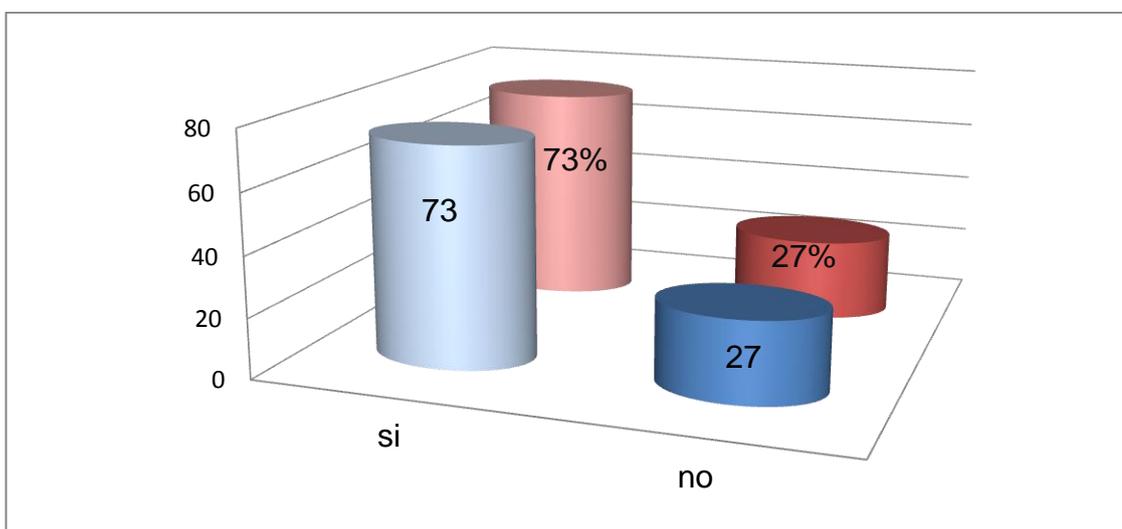
Como resultado de la encuesta realizada, podemos determinar que un 38% opina que visita el club hace mucho tiempo, mientras que un 28% recientemente, el 19% hace poco tiempo y finalmente un 15% Nunca ha visitado el club campestre TARIRA.

CUADRO 2. ¿VISITA CON FRECUENCIA EL CLUB DESPUÉS DE SU PRIMERA VISITA?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	73	73
No	27	27
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICO 2: Indicando la frecuencia con que se visita el club luego de su primera visita.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora.

Análisis:

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los usuarios, un 73% afirmó visitar el club campestre TARIRA, luego de su primera visita, mientras que un 27% opinó lo contrario.

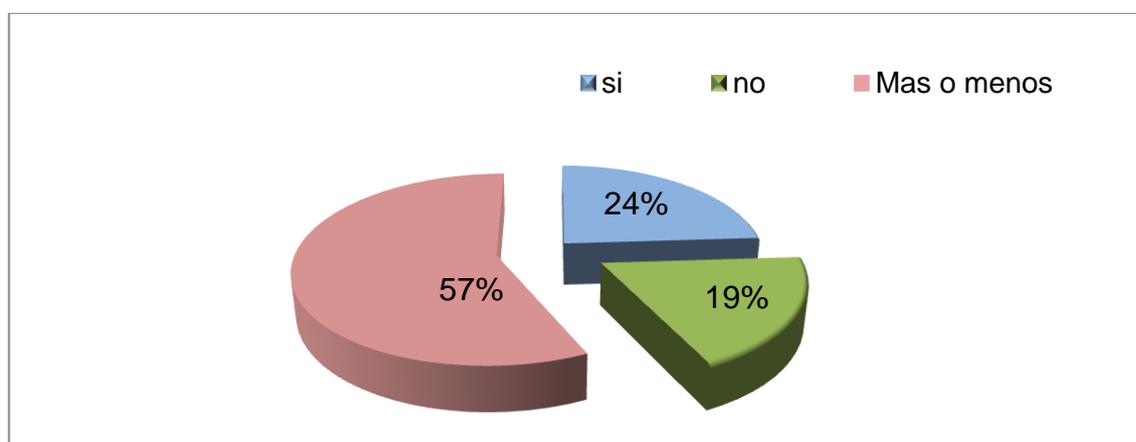
CUADRO 3. ¿SE SIENTE SEGURO LLEVANDO A SUS HIJOS AL CLUB?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	24	24
No	19	19
Más o menos	57	57
total	100	100

Fuente: encuesta

Elaborado por: Autora

GRÁFICO 3: Indicando la seguridad de los usuarios para con sus hijos.



Fuente: encuesta

Elaborado por: Autora.

Análisis:

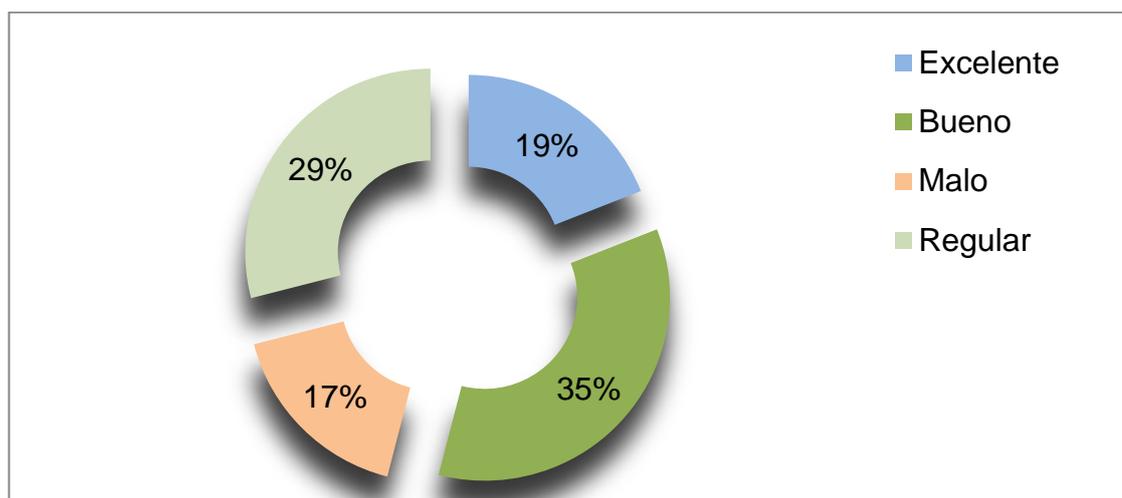
Una vez realizada la encuesta se determinó que un 57% dijo sentirse más o menos seguro al momento de visitar el club campestre TARIRA, mientras que un 24% dijo lo está totalmente, y por último un 19% opino no estarlo.

CUADRO 4. ¿QUÉ OPINIÓN TIENE RESPECTO AL CLUB?

Respuestas	Encuestados	Total %
Excelente	19	19
Bueno	35	35
Malo	17	17
Regular	29	29
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICO 4: Indicando la opinión acerca del club campestre Tarira, por parte de los usuarios.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

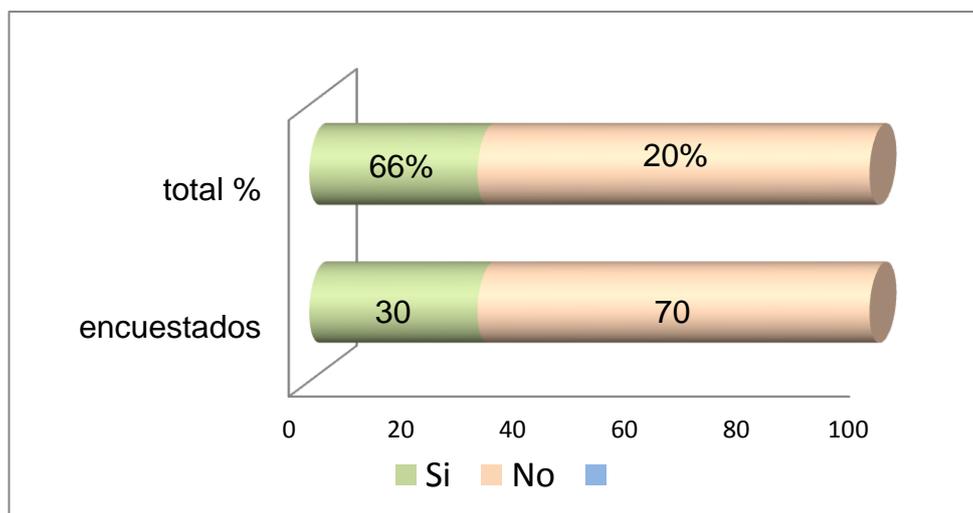
El gráfico demuestra que un 35% de los encuestados opina que es un buen lugar para poder relajarse, un 29% que es regular, y un 19% que es un excelente lugar para distraerse y por último un 17%.

CUADRO 5. ¿CREE USTED. QUE EL PERSONAL DE SERVICIO QUE LABORA EN EL CLUB ESTÁ PREPARADO PARA BRINDAR UNA ATENCIÓN DE CALIDAD?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	30	30
No	70	70
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICO 5: Indicando calidad en la atención del club por parte del personal que labora en el mismo.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

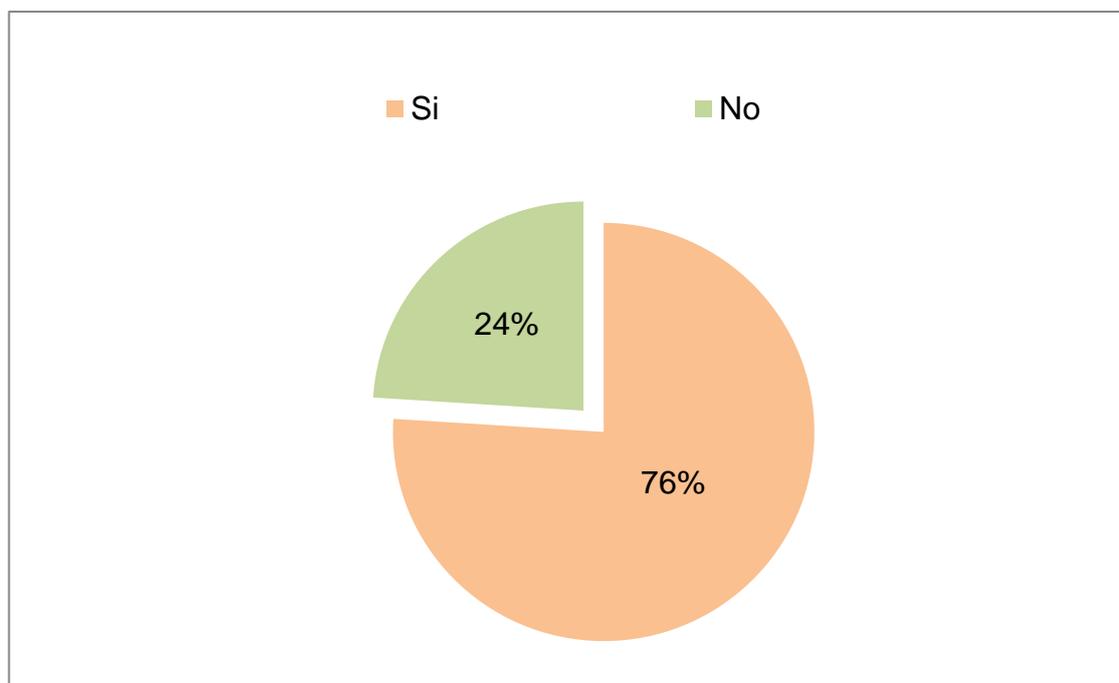
Luego de saber los resultados obtenidos por parte de las personas encuestadas, se pudo determinar que un 70% la atención por parte del personal que labora en el club campestre TARIRA no es buena, mientras que un 30% opina que es buena.

CUADRO 6. ¿USTED ASISTIRÍA CON MÁS FRECUENCIA AL CLUB SI SE IMPLEMENTARÁ NUEVOS SERVICIOS DE CALIDAD?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	76	76
No	24	24
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRAFICO 6: Indicando la asistencia frecuentemente por parte de los usuarios al club, si existiesen nuevos servicios.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

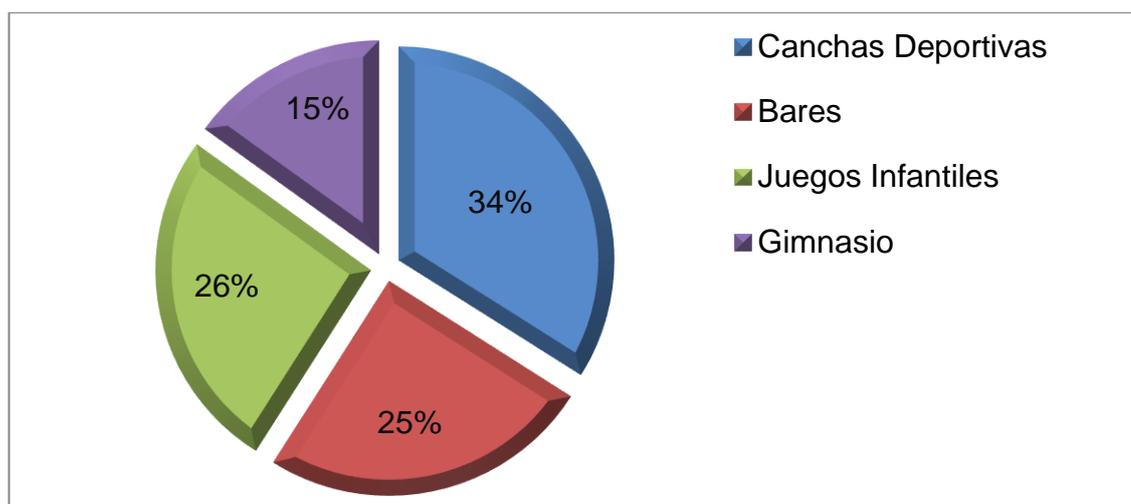
Según los datos obtenidos en base a las encuestas realizadas un 76% opina que está de acuerdo en asistir frecuentemente al club si este aplicase nuevos servicios, mientras que un 24% opinó lo contrario.

CUADRO 7. ¿QUÉ TIPO DE ATRACCIÓN PODRÍA RECOMENDAR AL CLUB UD. COMO USUARIO?

Respuestas	Encuestados	Total %
Canchas Deportivas	34	34
Bares	25	25
Juegos Infantiles	26	26
Gimnasio	15	15
Total	100	85

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRAFICO 7: Indicando el tipo de atracción que el usuario recomienda para el club.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

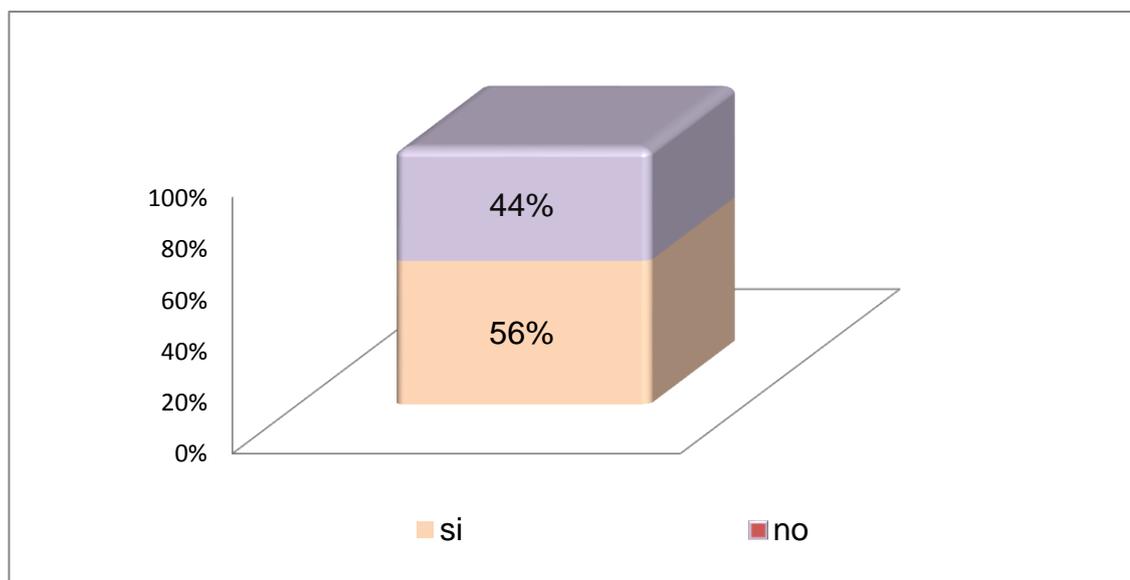
Según los resultados un 34% opina que se deben implementar canchas deportivas, un 26% dice que deberían ser juegos infantiles, un 25% mas bares, y por último los usuarios opinan que debería existir un gimnasio en el club campestre TARIRA.

CUADRO 8. ¿LA ALIMENTACIÓN QUE SE OFRECE ES DE SU COMPLETO AGRADO?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	56	56
No	44	44
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICO 8: indicando si es del agrado del usuario la alimentación que se ofrece en el club campestre Tarira.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

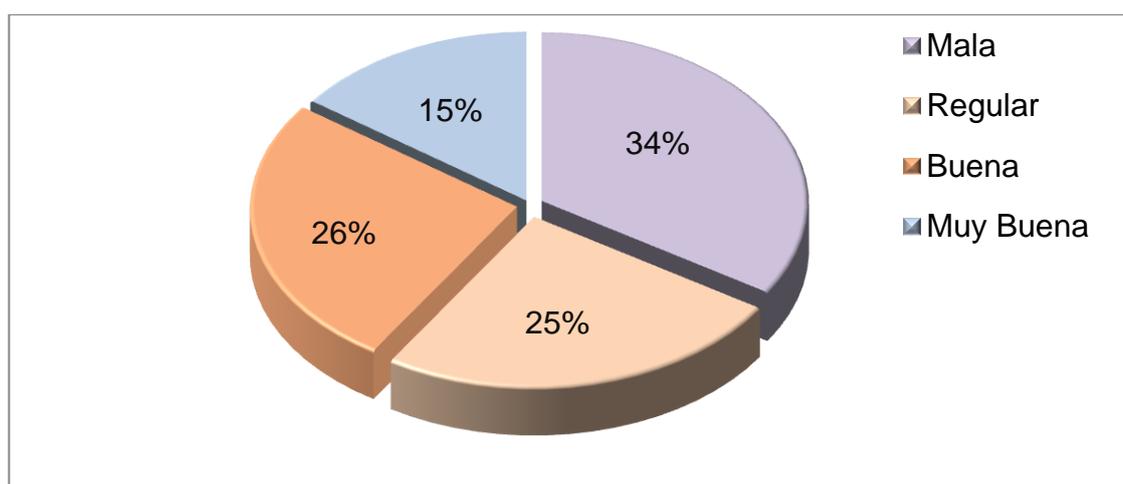
Luego de saber el resultado obtenido de las distintas encuestas realizadas, se determinó que un 56% de los encuestados opina que si es de su agrado la alimentación que se ofrece, mientras que un 44% dice que no lo es, dando como resultado un margen mínimo de conformidad con el servicio de alimentación.

CUADRO 9. ¿QUÉ OPINA SOBRE LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO QUE BRINDA EL CLUB?

Respuestas	Encuestados	Total %
Mala	34	34
Regular	25	25
Buena	26	26
Muy Buena	15	15
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRAFICO 9: Indicando la atención y el servicio que brinda el club campestre Tarira.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

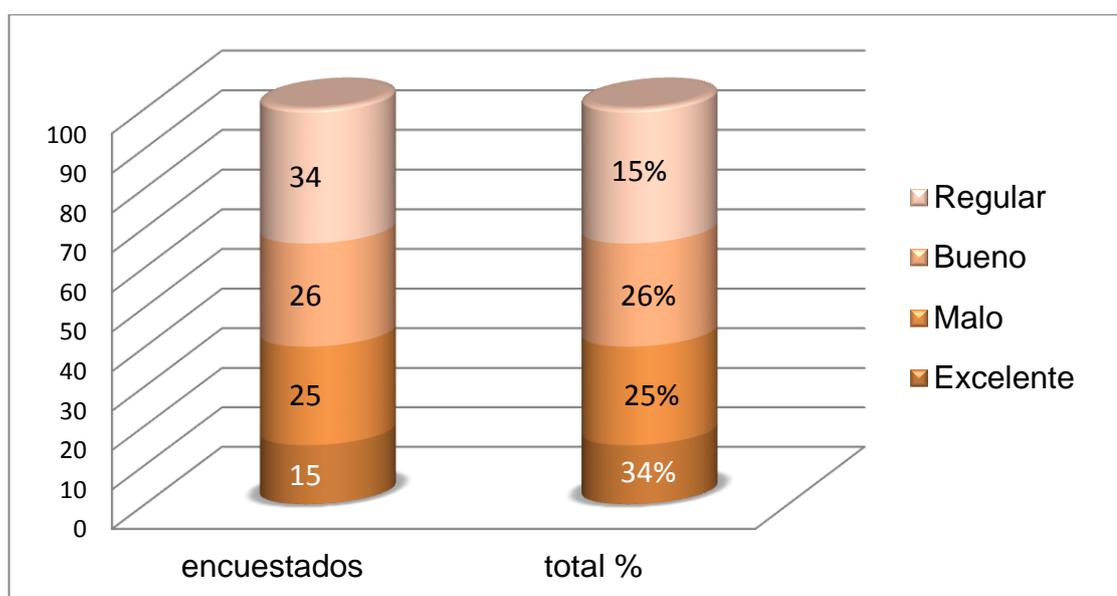
Después de saber cuáles son los resultados obtenidos en base a las encuestas realizadas se determinó que un 34% opina que es regular la atención brindada en el club campestre TARIRA, mientras que un 26% dijo que es buena, un 25% regular, y un 15% Muy Buena.

CUADRO 10. ¿EN QUÉ CONDICIONES CREE USTED. Q SE ENCUENTRA LA INFRAESTRUCTURA DEL CLUB?

Respuestas	Encuestados	Total %
Excelente	15	15
Malo	25	25
Bueno	26	26
Regular	34	34
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICO 10: indicando las condiciones en infraestructura que se encuentra el club.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

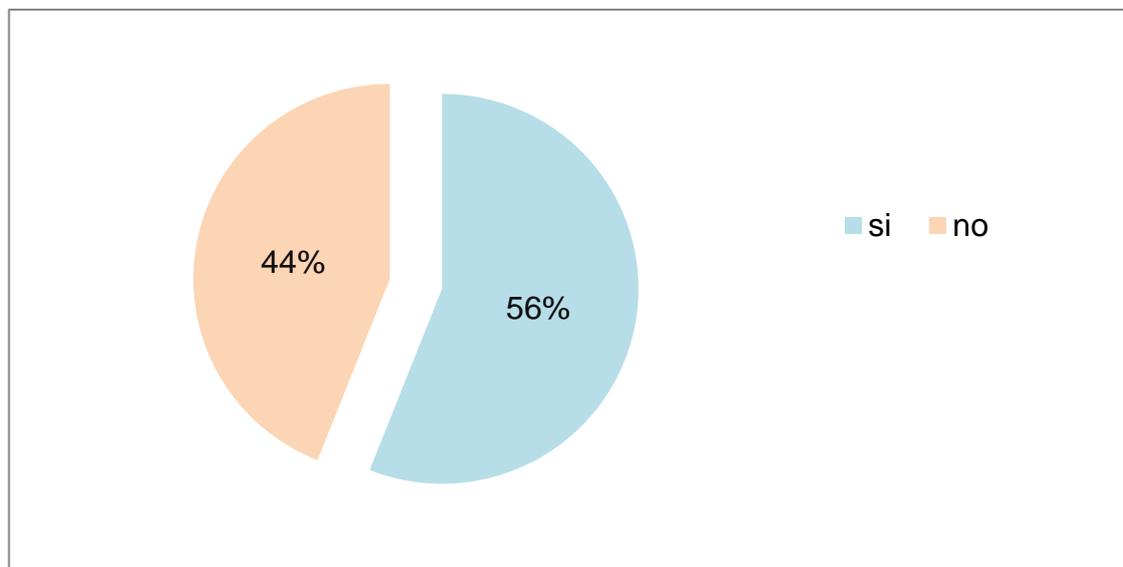
Según los datos recabados en la encuesta se pudo determinar que un 34% opinó que es regular, mientras que un 26% dijo que se encuentra en buen estado, un 25% indicó que está en malas condiciones, y por último un 15% dijo que se encuentra en un estado excelente la infraestructura del club campestre TARIRA

CUADRO 11. ¿CREE USTED. QUE EL CLUB OFRECE LA SEGURIDAD ADECUADA?

Respuestas	Encuestados	Total %
si	56	56
no	44	44
total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRAFICO 11: Indicando la seguridad adecuada que ofrece el club campestre Tarira.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

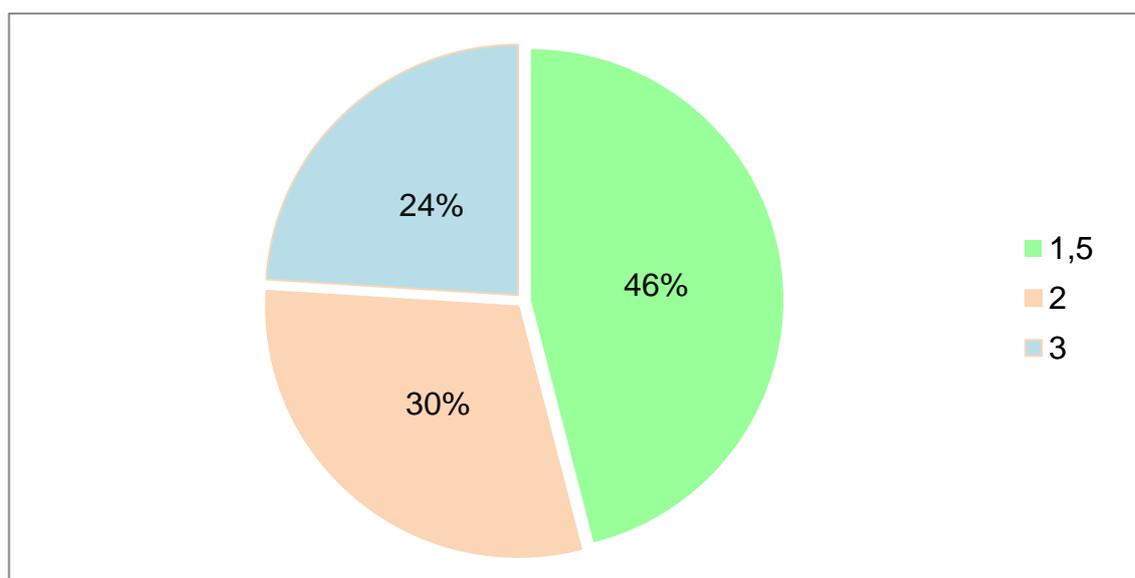
Según la encuesta realizada a los clientes se determinó que el 56% de personas encuestadas afirmaron que el club campestre TARIRA si brinda una seguridad adecuada, mientras que un 44% expreso lo contrario

CUADRO 12. ¿QUÉ PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR PARA INGRESAR AL CLUB?

Respuestas	Encuestados	Total %
1,5	46	46
2	30	30
3	24	24
Total	100	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRAFICO 12: Indicando el precio que estaría dispuesto a pagar por el ingreso al club.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

Según los datos obtenidos en la encuesta se pudo establecer que un 46% opina que el valor de la entrada debería estar en 1,50, un 30% que debería estar en 2 dólares y un 24% en 3,00 dólares.

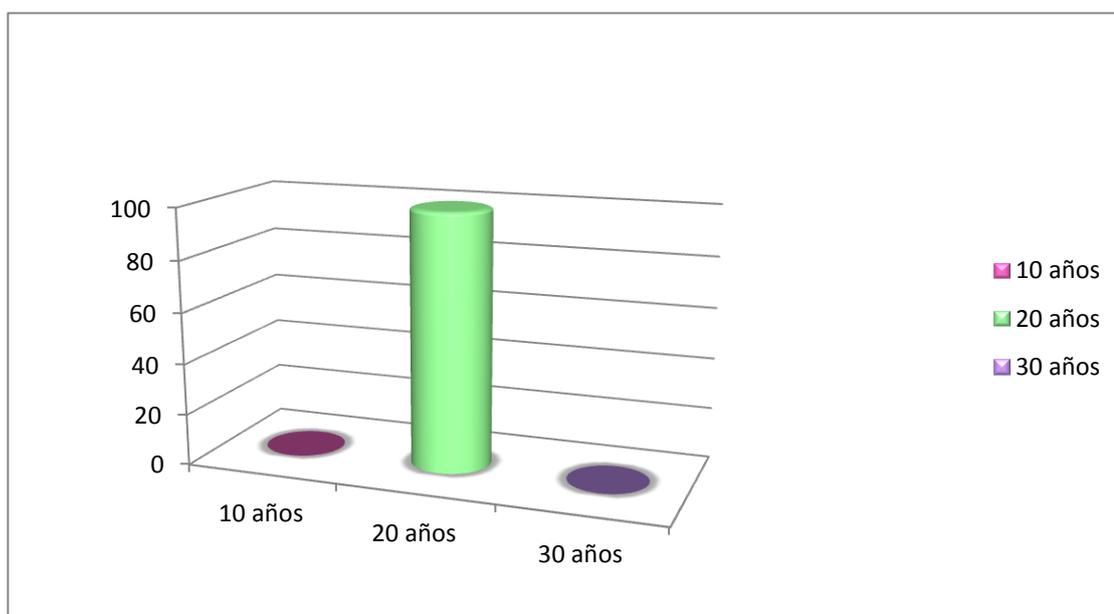
Encuesta dirigida al personal administrativo del club campestre Tarira

CUADRO 13. ¿QUE TIEMPO DE ANTIGÜEDAD TIENE EL NEGOCIO?

Respuestas	Encuestados	Total %
10 años	0	0
20 años	4	100
30 años	0	0
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 13: Indicando tiempo de antigüedad tiene el negocio.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

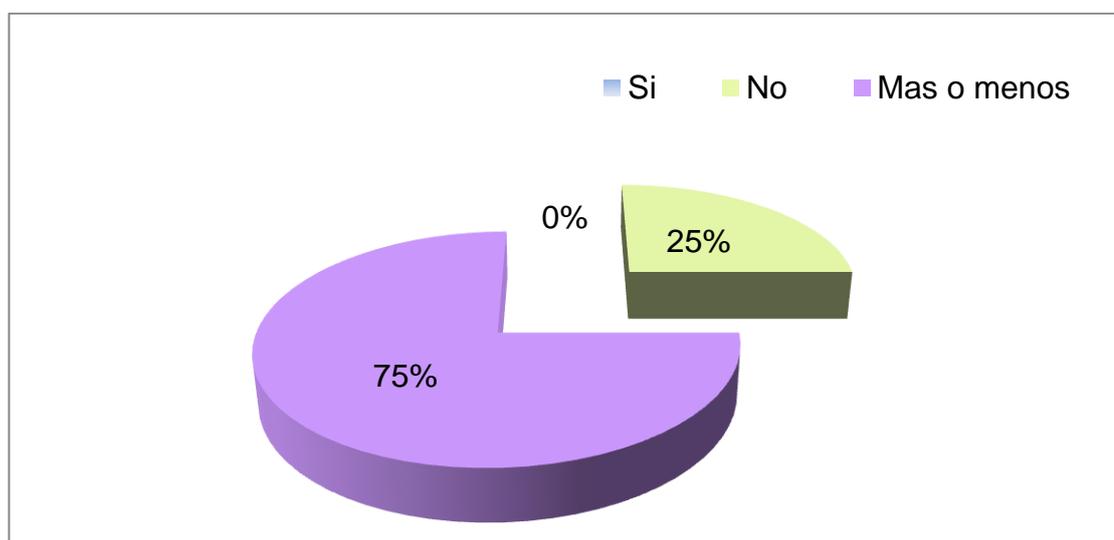
Según los datos obtenidos en la encuesta realizada a los miembros del personal administrativo se pudo determinar que un 100% afirma que el club campestre TARIRA tiene 20 años de creación.

CUADRO 14. ¿LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS SERVICIOS, QUE REALIZA EL CLUB CAMPESTRE TARIRA ESTÁ ORIENTADA A LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	0	0
No	1	25
Más o menos	3	75
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 14: Indicando la satisfacción de los usuarios.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

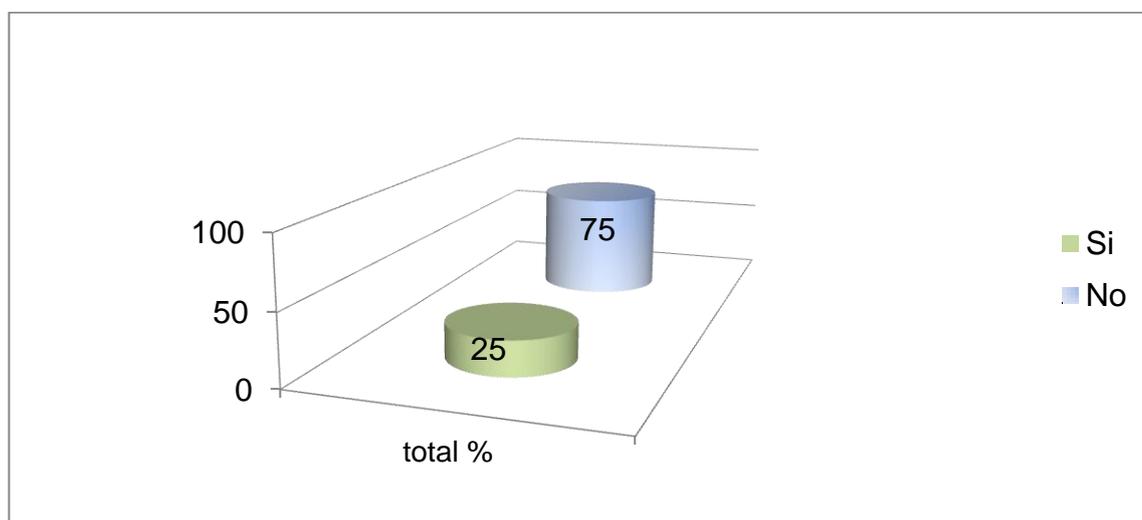
Según los datos obtenidos se determinó que un 75% opina que más o menos es satisfactoria para los usuarios la gestión administrativa, mientras que un 25% dice que no lo es.

CUADRO 15. ¿USTED. REALIZA ALGÚN MECANISMO PARA MEDIR EL DESEMPEÑO DE SUS SERVICIOS?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	1	25
No	3	75
total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 15: Indicando el desempeño de sus servicios.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

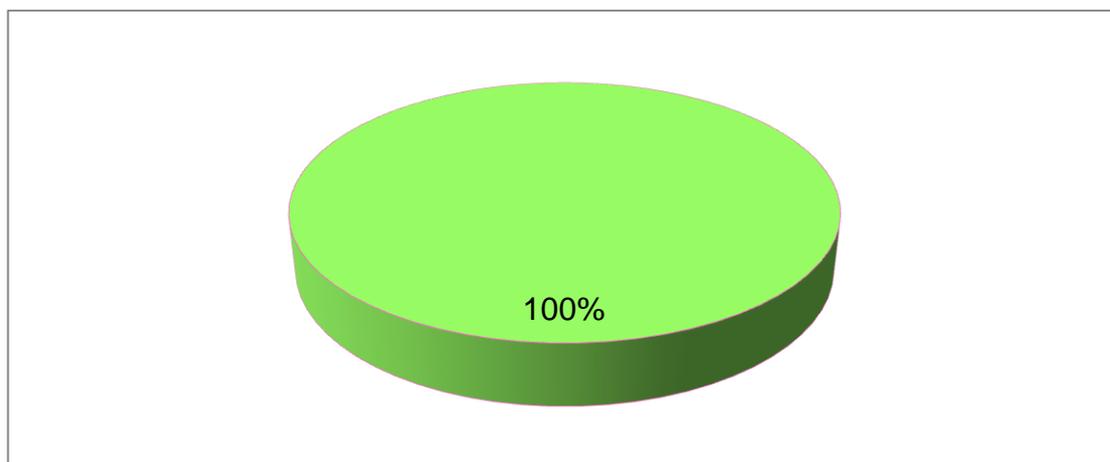
Luego de realizar la encuesta un 75% opina que no realizan mecanismo alguno para medir el desempeño de los servicios, mientras que un 25% opina que si lo realizan.

CUADRO 16. ¿CONSIDERA LA OPINIÓN DE SUS USUARIOS PARA TOMAR DECISIONES?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	0	0
No	4	100
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 16: Indicando acerca de la toma de decisiones.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

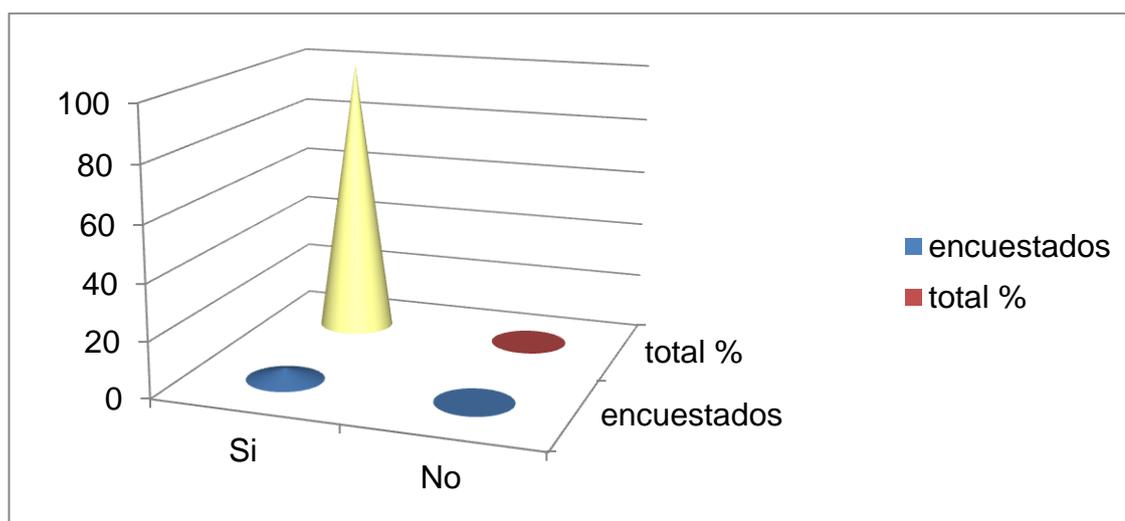
Según los datos recabados de las encuestas realizadas al personal administrativo, reflejan que un 100% no considera la opinión de sus usuarios para tomar decisiones.

CUADRO 17. ¿CREE USTED QUE LOS CLIENTES SON EL PILAR FUNDAMENTAL PARA QUE EL NEGOCIO SEA EXITOSO?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 17: Indicando si considera a los clientes son el pilar fundamental para que el negocio sea exitoso.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

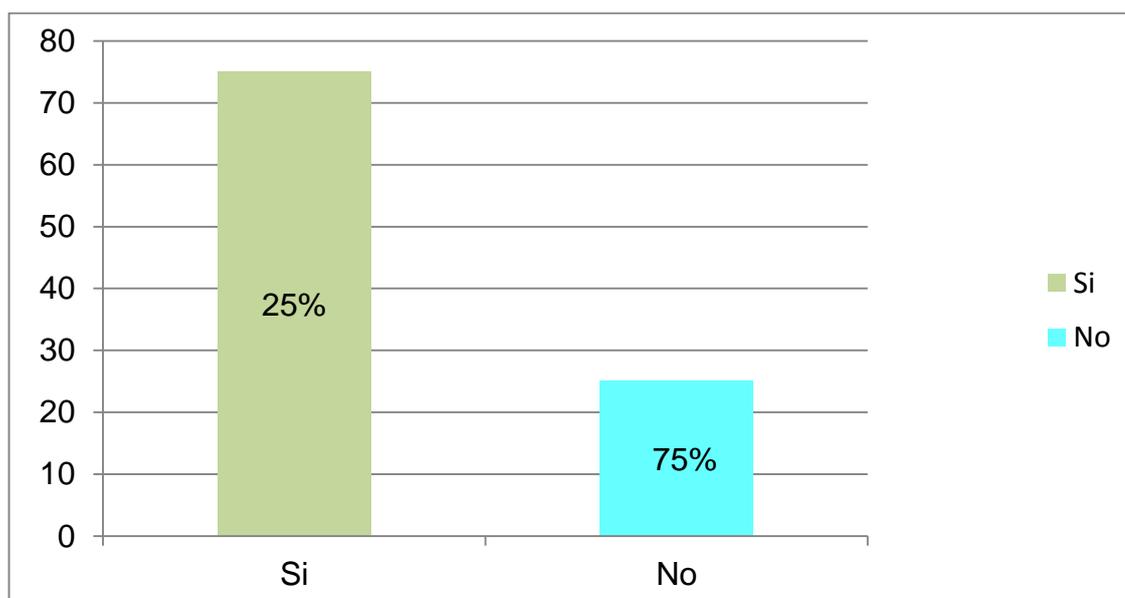
Todo el personal administrativo encuestado opina en su 100% que los clientes son el pilar fundamental para que el negocio siga en marcha.

CUADRO 18. ¿APLICAN ALGUNA TÉCNICA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES, POR LOS SERVICIOS Q UD. PRESTAN?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	1	25
No	3	75
total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 18: Indicando si aplican técnica para medir la satisfacción de los clientes, por los servicios que Uds. prestan.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

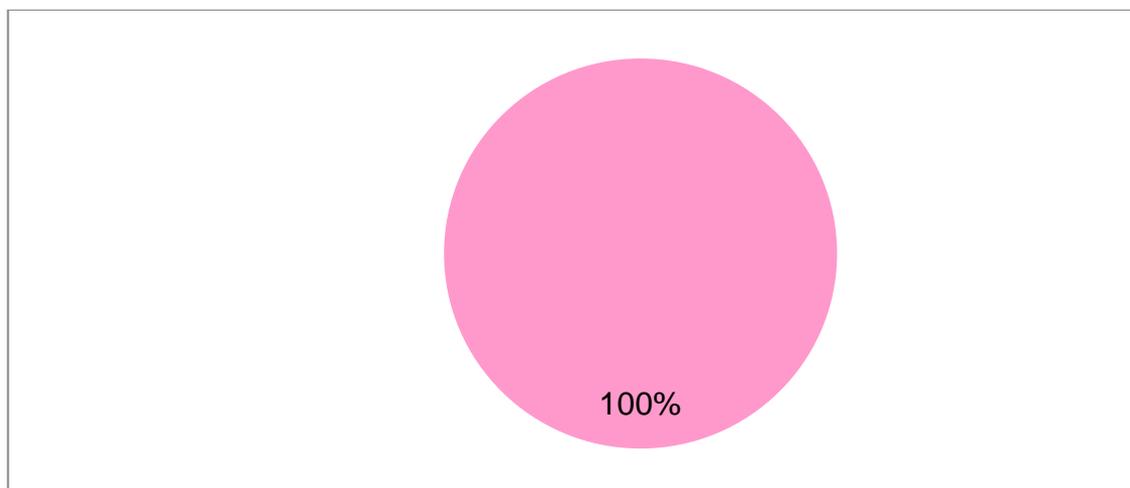
Luego de determinar los resultados se pudo obtener que un 75% opina que no se están aplicando técnicas para medir resultados de los clientes, mientras que un 25% dice lo contrario.

CUADRO 19. ¿CONSIDERA USTED. QUE DEBE MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 19: Indicando si debe mejorar la calidad de los servicios del club campestre Tarira.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

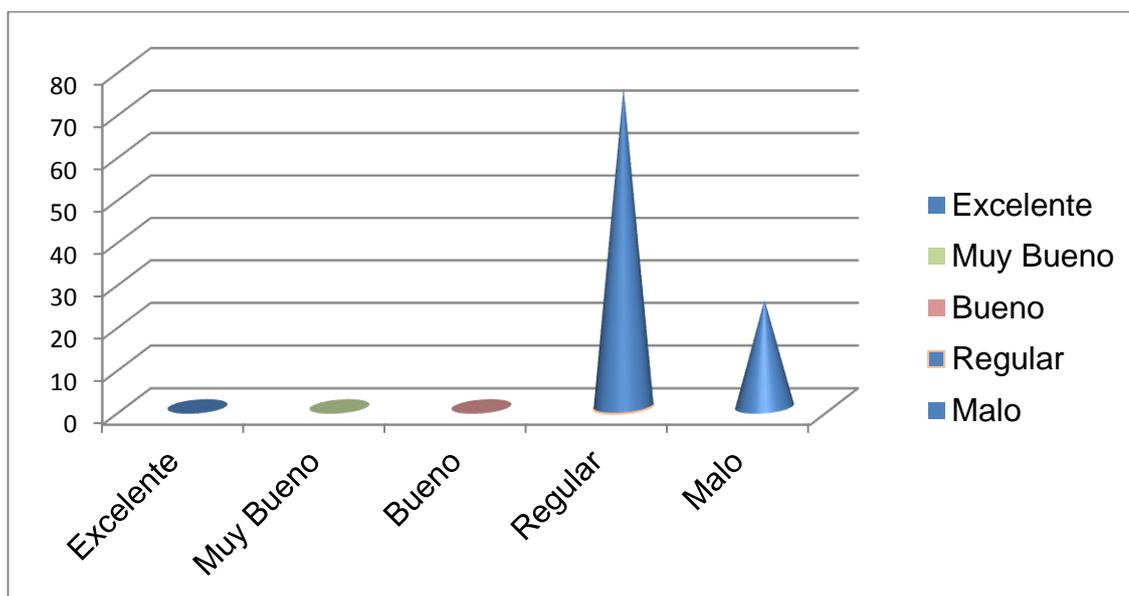
En su totalidad del 100%, el personal administrativo sometido a una encuesta opinó que se deben mejorar los servicios del club campestre TARIRA.

CUADRO 20. ¿CÓMO CALIFICA USTED. LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA?

Respuestas	Encuestados	Total %
Excelente	0	0
Muy Bueno	0	0
Bueno	0	0
Regular	3	75
Malo	1	25
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 20: Indicando como califica la gestión administrativa del club campestre Tarira.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

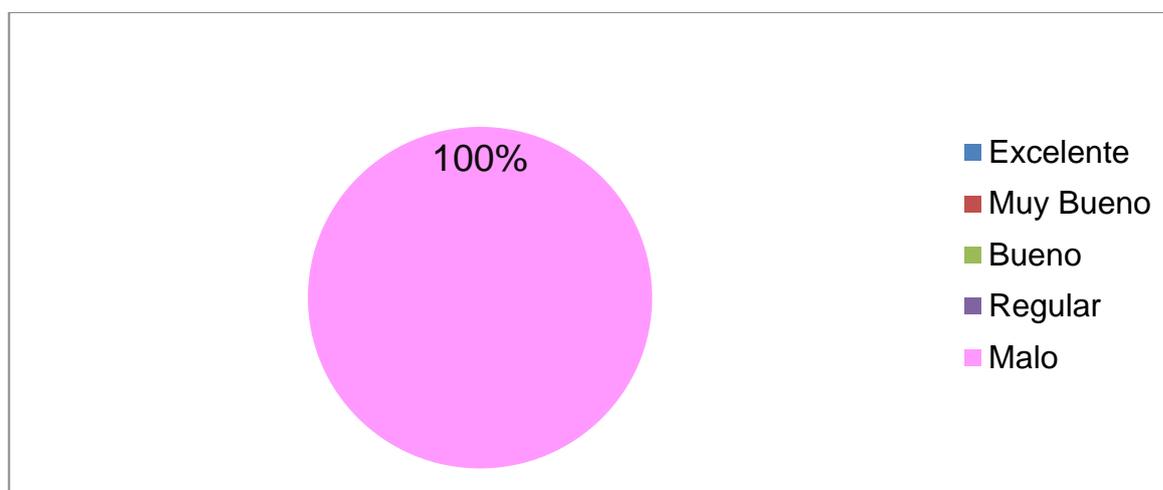
Según las respuestas obtenidas en la encuesta realizada al personal administrativo se pudo obtener como resultado que un 75% opina que esta regular la gestión administrativa, mientras que un 25% dice que esta deficiente la gestión del club campestre Tarira.

CUADRO 21. ¿EN QUÉ CONDICIONES SE ENCUENTRA LA INFRAESTRUCTURA DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA?

Respuestas	Encuestados	Total %
Excelente	0	0
Muy Bueno	0	0
Bueno	0	0
Regular	0	0
Malo	4	100
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 21: Indicando en qué condiciones se encuentra la infraestructura del club campestre Tarira.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

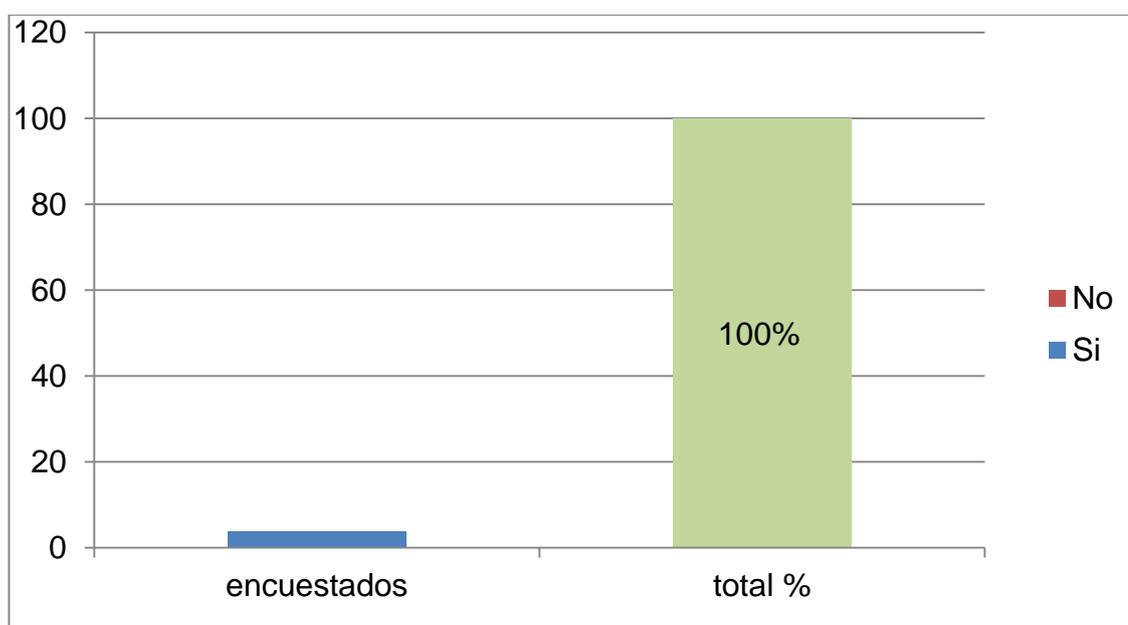
Según el personal administrativo encuestado en su totalidad opina que la infraestructura que el club campestre Tarira se encuentra en malas condiciones ya que el 100% lo expreso.

CUADRO 22. ¿LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS PERMITIRÁ MEJORAR LA ESTRUCTURA DEL CLUB CAMPESTRE TARIRA?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 22. Indicando la implementación de nuevos servicios permitirá mejorar la estructura del club campestre Tarira.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

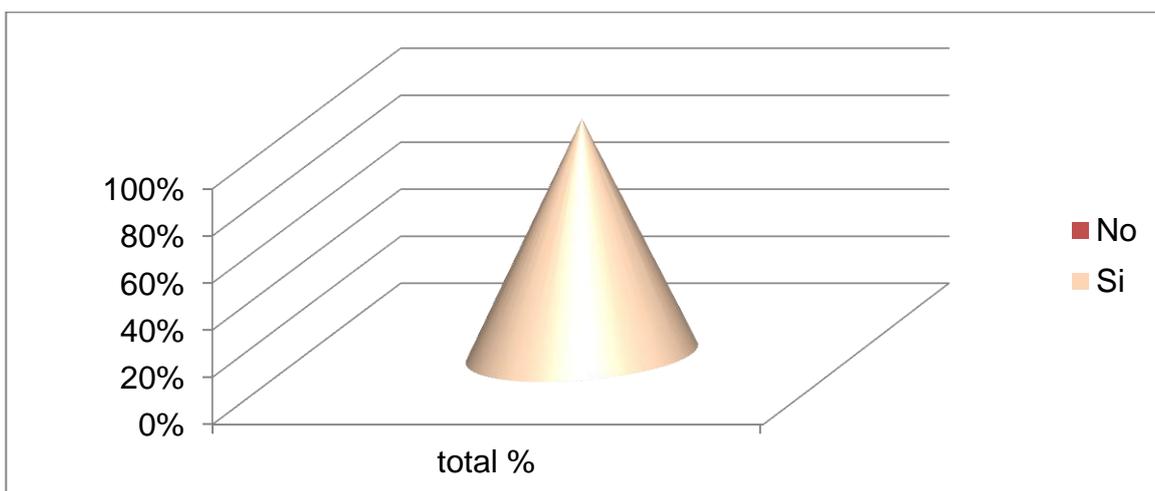
Según todo el personal administrativo encuestado (100%) opina que la implementación de nuevos servicios permitirá mejorar la estructura del club campestre TARIRA.

CUADRO 23. ¿SI SE CONSTRUYEN NUEVAS ÁREAS RECREATIVAS PARA LOS USUARIOS PODRÁ MEJORAR LA ASISTENCIA POR PARTE DE LOS MISMOS AL CLUB CAMPESTRE TARIRA?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	4	100
No	0	0
total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 23. Indicando construcción de nuevas áreas recreativas.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

Todo el personal administrativo encuestado (100%), opina que si se construyen nuevas áreas recreativas en beneficio de los usuarios, se podrá mejorar la asistencia de los mismos al club campestre TARIRA.

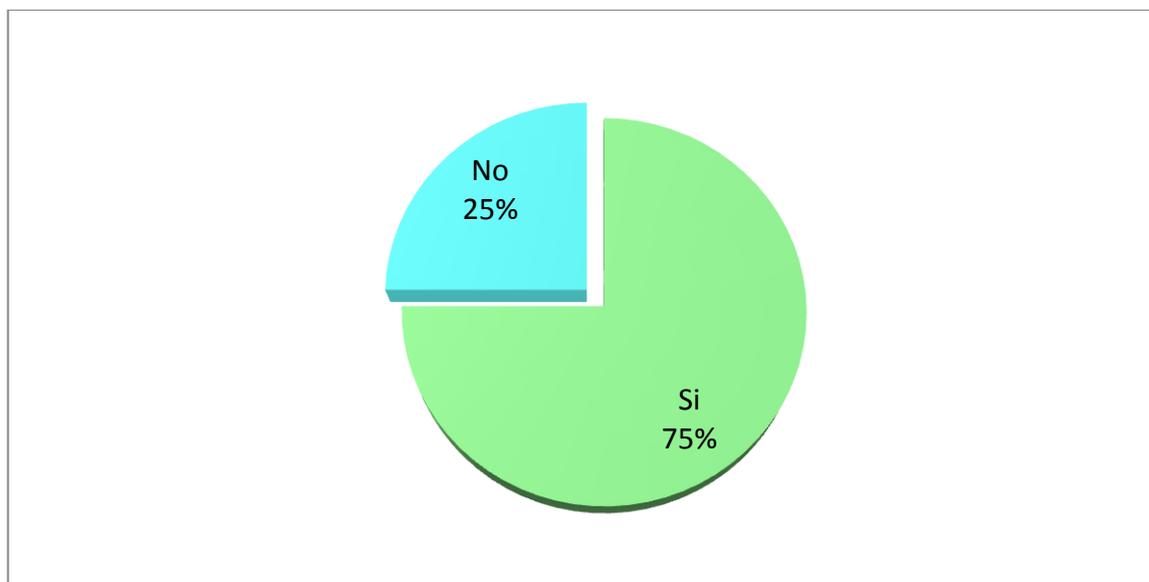
CUADRO 24. ¿LA EMPRESA TENDRÍA DIFICULTADES PARA MEJORAR LOS SERVICIOS?

Respuestas	Encuestados	Total %
Si	3	75
No	1	25
total	4	100

Fuente: encuesta

Elaborado por: Autora

GRÁFICA 24: Indicando si la empresa tendría dificultades para mejorar los servicios.



Fuente: encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis:

Luego de encuestar al personal administrativo se obtuvo como resultado que un 75% opina que si tendrían dificultades al momento de mejorar sus servicios, y un 25% opina que no tendrían dificultades.

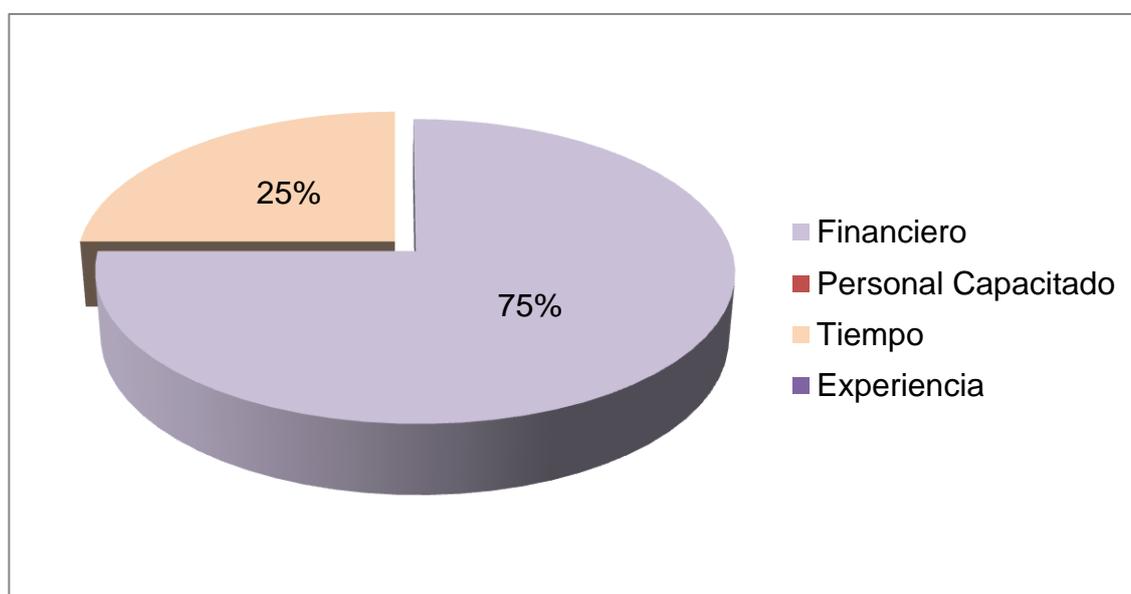
CUADRO 25. SI SU RESPUESTA A LA PREGUNTA ANTERIOR FUE POSITIVA RESPONDA

¿CUÁLES SERÍAN LAS DIFICULTADES PARA GENERAR UN CAMBIO EN LOS SERVICIOS QUE PRESTAN?

Respuestas	Encuestados	Total %
Financiero	3	75
Personal Capacitado	0	0
Tiempo	1	25
Experiencia	0	0
Total	4	100

Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

GRÁFICA 25: Indicando las dificultades para generar un cambio en los servicios que prestan.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis:

Las dificultades que se le podrían presentar para generar un cambio en los servicios que prestan serían, según los encuestados un 75% opina que sería financiera y un 25% opina que sería cuestión de tiempo.

MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Filosofía del club campestre Tarira



Lograr q los turistas y más personas conozca este club tengan una convivencia familiar que se sientan seguros y satisfechos con el servicio q se les ofrece tratando siempre en brindarles lo mejor.



Ser reconocidos a nivel nacional, llenar las expectativas de los turistas brindándoles un servicio de calidad, y que en ellos genere deseo de volver a visitarnos.

Valores

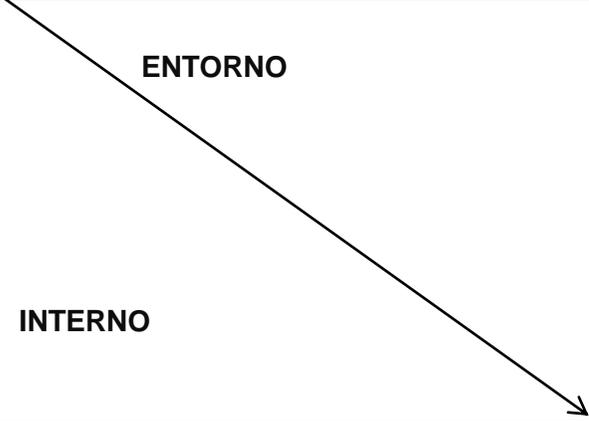
Perseverancia: constituimos un equipo de trabajo con constancia tanto en las ideas como en las actitudes brindadoles animos para seguir adelante.

Respeto: construimos un equipo humilde con valor propio a uno mismo como a los demas. sin discriminar a nadie.

Compromiso: somos un equipo de trabajo comprometidos en cada uno de nuestros servicios y cada con cada una de las personas que nos visitan.

lealtad: devocion a nuestros turistas que nos visitan cada fin de semana.

FODA MATRIZ 3X3 ESTRATÉGICA

<p>ENTORNO</p>  <p>INTERNO</p>	<p>DEBILIDADES (D)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escases de servicios básicos 2. Falta de publicidad 3. Falta de atención del potencial turístico de las autoridades 	<p>FORTALEZAS (F)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación del club campestre Tarira 2. Vías de acceso 3. Temporadas altas por feriados.
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Feriados aprobados por el Gobierno de Rafael Correa 2. Factor turístico 3. Estabilidad económica 	<p>ESTRATÉGIAS (DO)</p> <p>(D1.O1) mejorara los servicios con un personal capacitado que brinde una excelente estadía a los usuarios.</p> <p>(D2.O2) aumentar las publicidades para atraer más usuarios que conozcan los servicios que ofrece el club campestre Tarira.</p> <p>(D3.O3) dar a conocer los atractivos turísticos del club campestre Tarira, con el apoyo de las</p>	<p>ESTRATÉGIAS (FO)</p> <p>(F1.O2) mejoramiento de la parte frontal del club para que los turistas o clientes tengan una buena imagen del mismo, esto permitirá el desarrollo local.</p> <p>(F2.O3) mejorar los servicios para dar a conocer los atractivos turísticos del club campestre Tarira, a los clientes.</p> <p>(F3.O1) realizar un financiamiento para remodelar la estructura del club campestre Tarira, e</p>

	<p>autoridades locales, y que esta vea al club campestre Tarira como un potencial turístico.</p>	<p>innovando más servicios, contrarrestando las temporadas bajas que se tienen.</p>
<p>AMENAZAS (A)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cambios climáticos 2. Impactos sociales y económicos 3. Ingresos de la competencia 4. Nuevos permisos de funcionamiento. 5. Inflación 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <p>(F1.O2) la ubicación el club campestre Tarira le otorgara mayor actividad económica al sector, haciendo de este un lugar económico y turísticamente activo beneficiando a la sociedad.</p> <p>(F2.O3) generar publicidad en las diferentes vías de acceso que tienen el club campestre Tarira para que personas de otras partes conozcan los servicios que se prestan, para así contrarrestar que futuras competencia se lleven a los clientes.</p> <p>(F3.O1) el incremento de visitas por parte de los usuarios se debe a los cambios diferentes cambios climáticos suscitados en estos tiempos.</p>	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <p>(D2.O3) aumentar la publicidad en temporadas de verano para mayor atracción por parte de los clientes.</p> <p>(D1.O2) el aumento o mejora en los servicios básicos, ayudaría al sector para que este a su vez se encuentre satisfecha.</p> <p>(D3.O4) plantear un plan de acción en el cual se establezcan nuevos reglamentos que favorezcan y ayuden al sector turístico y que a su vez no permitan los incrementos en permiso para funcionamiento del mismo.</p>

CUADRO DE ESTRATÉGIAS - OBJETIVOS – METAS

ESTRATÉGIAS	OBJETIVOS	METAS
ESTRATEGIA (FO)		
<p>(F1.O2) (F3.O1) el club campestre Tarira está muy bien ubicado esto ocasiona el desarrollo del local, sin embargo se tendría que realizar inversiones privadas para remodelar la estructura del club campestre Tarira, e innovar los servicios, contrarrestando las temporadas bajas que se tienen.</p>	<p>1.- Buscar fuente de financiamiento. 2.- Remodelar la infraestructura del club campestre Tarira.</p>	<p>1.- Lograr que se realicen inversiones para mejorar la estructura del club campestre Tarira semestralmente, y lograr así establecer una imagen excelente que los usuarios perciban.</p>
ESTRATEGIAS (DA)		
<p>(D2.O3) (D3.O4) aumentar la publicidad en temporadas de verano para mayor atracción por parte de los clientes, también se deberá plantear un plan de acción en el cual se establezcan nuevos reglamentos que favorezcan y ayuden al sector turístico y que a su vez no permitan los incrementos en permiso para funcionamiento del mismo.</p>	<p>1.- Aumentar la publicidad mediante (Volantes, espacios publicitarios, radio, tv) 2.- Estructurar un plan de acción en donde se establezcan reglamentos para ayudar y mejorar el sector turístico.</p>	<p>1.- Incrementar la publicidad o promoción del club campestre Tarira mensualmente, especialmente en temporadas de feriados, brindando espectáculos que atraigan a los turistas, siempre y cuando se basen en los reglamentos que estructuren para para ayudar y mejorar el turismo.</p>

ESTRATEGIAS (DO)		
<p>(D1.01) (D2.02) mejorar la escases de los servicios básicos con inversión privadas que se puedan realizar, y a su vez aumentar las promociones para atraer más usuarios y que conozcan los servicios para el desarrollo local.</p>	<p>1.- Organizar eventos sociales que permitan el desarrollo de la organización.</p> <p>2.- Tratar de llegar a un acuerdo con el GAD de Ventanas para que mejoren los servicios básicos del club campestre Tarira.</p>	<p>1.- Participación de eventos anualmente del club campestre Tarira para que se dé a conocer más, y así vea el GAD de Ventanas que el club campestre Tarira es un sitio turístico que beneficiaría a muchas personas del sector y de todo el cantó.</p>
ESTRATEGIA (FA)		
<p>(F1.02) (F3.01) la ubicación el club campestre Tarira beneficiaria económicamente al mismo debido al incremento de visitas por parte de los turistas esto le daría mayor actividad al sector.</p>	<p>1.- Establecer una promoción que llame la atención de las personas que transitan por la vía del club campestre Tarira, para que conozcan sobre los servicios que ofrece.</p>	<p>1.- Contribuir mensualmente con una buena remodelación del club campestre Tarira, mejorando sitios recreativos, que llamen la atención de turistas, para brindarle mayor actividad al sector.</p>

**CUADRO DE LA ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA
CUADRO SINTÉTICO**

MATRIZ FUNCIÓN 2 FINANCIAMIENTO

PROGRAMA	PROYECTO	ACTIVIDADES	ESTIMACIÓN PRESUPUESTO PLAN				TOTAL
			2014	2015	2016	2017	
<ul style="list-style-type: none"> P1. Inversión por entidades financieras 	Mejoramiento de la infraestructura del club campestre Tarira	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de nuevas áreas verdes Bar Pista de baile Mejoramiento de piscinas 	20.000	13.000	9.000	5.000	47.000
TOTAL			20.000	13.000	9.000	5.000	47.000

Análisis: Para este cuadro se estableció un presupuesto estimado en base a un financiamiento de \$47.000 el mismo que está destinado a financiar toda la infraestructura tanto de la parte frontal como de la parte interior del club campestre Tarira, el cual consiste en realizar tres actividades que se basan en la remodelación y mantenimiento de piscinas, áreas verdes, y pista de baile.

MATRIZ FUNCIÓN 1 ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA	PROYECTO	ACTIVIDADES	ESTIMACIÓN PRESUPUESTO PLAN				TOTAL
			2014	2015	2016	2017	
• P1. Infraestructura.	Remodelación de la parte frontal del club campestre Tarira.	<ul style="list-style-type: none"> • Pancartas con el nombre del club • Parqueadero • Gigantografías 	5.000	3.000	4.000	2.000	14.000
	Remodelación de la parte interna del club campestre Tarira.	<ul style="list-style-type: none"> • Remodelación y mantenimiento de piscinas • Áreas verdes • Pista de baile 	15.000	10.000	5.000	3.000	33.000
TOTAL			20.000	13.000	9.000	5.000	47.000

Análisis: En la función de Administración se encuentran un programas, dos proyecto y tres actividades, el programa 1 cuenta con dos proyecto el mismo que se basa en la remodelación de la parte frontal del club campestre Tarira, con un total presupuestado de cuatro años desde el 2014-2017 de \$14.000, mientras que el proyecto dos cuenta con la realización de tres actividades, las mismas que se basen en la remodelación y mantenimiento de piscinas, áreas verdes, y pista de baile con un total estima de \$33.000.

Cabe recalcar que todos estos programas proyectos y actividades se tendrán que realizar respectivamente durante los cuatro años que durara el modelo de planificación estratégica.

**CUADRO ANALÍTICO
PROGRAMA 1 PROYECTO 1**

2014	
1 semestre	2 semestre
2.500	2.500

2015	
1 semestre	2 semestre
2.000	1.000

2016	
1 semestre	2 semestre
2.000	2.000

2017	
1 semestre	2 semestre
1.000	1.000

**CUADRO ANALÍTICO
PROGRAMA 1 PROYECTO 2 ACTIVIDADES**

2014	
1 semestre	2 semestre
8.000	7.000

2015	
1 semestre	2 semestre
5.000	5.000

2016	
1 semestre	2 semestre
2.500	2.500

2017	
1 semestre	2 semestre
1.500	1.500

**CUADRO ANALÍTICO
TOTAL POR SEMESTRE**

2014	
1 semestre	2 semestre
10.500	9.500

2015	
1 semestre	2 semestre
7.000	6.000

2016	
1 semestre	2 semestre
4.500	4.500

2017	
1 semestre	2 semestre
2.500	2.500

MATRIZ FUNCIÓN 1 MARKETING

PROGRAMA	PROYECTO	ACTIVIDADES	ESTIMACIÓN PRESUPUESTO PLAN				TOTAL
			2014	2015	2016	2017	
• P1. Capacitación	Capacitación del personal de servicio.	Seminarios Cursos, Talleres	1.500	1.200	1.000	1.250	4.950
• P2. Incrementación de turistas.	Realización de promoción de los servicios.	Repartir volantes. Publicidad por la radio, tv.	600	550	400	300	1.850
• P3. Organización de eventos sociales.	Participar en las diversas actividades que realice el cantón ventanas o sitios aledaños al club campestre Tarira.	Cantonización de ventanas Fiestas patronales	5.000	3.000	4.500	2.000	14.500
TOTAL			7.100	4.750	5.900	3.550	21.300

Análisis: En la función de marketing se encuentran tres programas y tres proyectos, y una actividad, en el programa uno se encuentra la capacitación del personal que brinda el servicio, el mismo que consta de un proyecto con un total estimado en los cuatros años de \$4.950, el programa dos se refiere a la incrementación de turistas, del mismo que se deriva un proyecto a realizar como es la promoción de servicios del club campestre Tarira y a su vez, la realización de actividades como es la de repartir volantes, publicidad por radio, tv con un total estimado de en los cuatro años de \$1.850, en el programa tres se encuentra la organización de eventos sociales ya que requiere que el club campestre Tarira se involucre en las diversas actividades de los sitios aledaños y del cantón Ventanas, así mismo necesita que todos los que trabajan ahí se involucren más con el club y que de esta manera se cree una unión entre todos ellos, para sacar adelante todo lo que se tenga programado.

**CUADRO ANALÍTICO
PROGRAMA 1**

2014	
1 semestre	2 semestre
1.000	500

2015	
1 semestre	2 semestre
1.000	200

2016	
1 semestre	2 semestre
500	500

2017	
1 semestre	2 semestre
1.000	250

**CUADRO ANALÍTICO
PROGRAMA 2**

2014	
1 semestre	2 semestre
300	300

2015	
1 semestre	2 semestre
275	275

2016	
1 semestre	2 semestre
200	200

2017	
1 semestre	2 semestre
150	150

**CUADRO ANALÍTICO
PROGRAMA 3**

2014	
1 semestre	2 semestre
2.500	2.500

2015	
1 semestre	2 semestre
1.500	1.500

2016	
1 semestre	2 semestre
2.250	2.250

2017	
1 semestre	2 semestre
1.000	1.000

CUADRO SINTÉTICO DE LA ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA

FUNCIÓN	2014	2015	2016	2017	TOTAL
Administración	20.000	13.000	9.000	5.000	47.000
Marketing	7.100	4.750	5.900	3.550	21.300
TOTAL	27.100.	17.750	14.900	8.550	68.300

El modelo de planificación estratégica tiene un presupuesto estimado de en los cuatro años de duración desde el 2014-2017 con un total estimado de \$68.300, que será distribuido entre; la realización del programa 1 encargado del área administrativa de ejecutarlo con un total de 47.000, esto servirá para que mejora la imagen tanto interna como externa del club campestre Tarira, también el área de marketing tendrá la misión de ejecutar los programas proyectos y actividades que serán necesarios para aumentar las visitas de turistas al club campestre, con un total estimado de \$21.300

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

INDICADORES DE ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA 1

Índice de eficiencia $20.000 \div 20.000 * 100 = 100\%$ En el año 2014 la eficiencia que se ha logrado es 100% (alta).

Índice de eficiencia $10.000 \div 13.000 = 76.92\%$ En el año 2015 la eficiencia que se ha logrado es de 76.92 (alta).

Índice de eficiencia $9.000 \div 9.000 * 100 = 100\%$ En el año 2016 la eficiencia que se ha logrado es de 100% (alta).

Índice de eficiencia $4.000 \div 5.000 * 100 = 80\%$ En el año 2017 la eficiencia que se ha logrado es del 80% (alta).

FUNCIÓN DE ADMINISTRACIÓN				
	2014	2015	2016	2017
INDICADORES P1	100%	76.92%	100%	80%

INDICADORES DE MARKETING

PROGRAMA 1

Índice de eficiencia $1500 \div 1.500 * 100 = 100\%$ En el año 2014 la eficiencia que se ha logrado es 100% (alta).

Índice de eficiencia $1.100 \div 1.200 * 100 = 91.67\%$ En el año 2015 la eficiencia que se ha logrado es de 91.67% (alta).

Índice de eficiencia $1.000 \div 1.250 * 100 = 80\%$ En el año 2016 la eficiencia que se ha logrado es de 80% (alta).

Índice de eficiencia $1.250 \div 1.250 * 100 = 100\%$ En el año 2017 la eficiencia que se ha logrado es del 100% (alta).

PROGRAMA 2

Índice de eficiencia $600 \div 600 * 100 = 100\%$ En el año 2014 la eficiencia que se ha logrado es 100% (alta).

Índice de eficiencia $550 \div 550 * 100 = 100\%$ En el año 2015 la eficiencia que se ha logrado es de 100% (alta).

Índice de eficiencia $400 \div 400 * 100 = 100\%$ En el año 2016 la eficiencia que se ha logrado es de 100% (alta).

Índice de eficiencia $300 \div 300 * 100 = 100\%$ En el año 2017 la eficiencia que se ha logrado es del 100% (alta).

PROGRAMA 3

Índice de eficiencia $5.000 \div 5.000 * 100 = 100\%$ En el año 2014 la eficiencia que se ha logrado es 100% (alta).

Índice de eficiencia $2.500 \div 3.000 * 100 = 83.33\%$ En el año 2015 la eficiencia que se ha logrado es de 83.33% (alta).

Índice de eficiencia $4.400 \div 4.500 * 100 = 97.78\%$ En el año 2016 la eficiencia que se ha logrado es de 97.78% (alta).

Índice de eficiencia $2.000 \div 2.000 * 100 = 100\%$ En el año 2017 la eficiencia que se ha logrado es del 100% (alta).

FUNCIÓN DE MARKETING

	2014	2015	2016	2017
INDICADORES P1	100%	91.67%	80%	100%
INDICADORES P2	100%	100%	100%	100%
INDICADORES P3	100%	83.33%	97.78%	100%

4.2. Discusión

Luego de haber estructurado las preguntas para la realización de la encuesta tanto a los usuarios (clientes) como a su vez al personal administrativo del club campestre Tarira, con la finalidad de que nos brindaran su punto de vista para poder así establecer conclusiones en base a los servicios que ofrece el Club campestre Tarira, como también el manejo de la gestión administrativa, ya que la mejora de los servicios del mismo va a depender mucho la gestión que ellos estén manejando.

En esta presente investigación se realizó como primer punto un árbol de problemas estructurando así las causas y efectos, para mediante ello establecer soluciones a la actual problemática que está atravesando el club campestre Tarira.

Es así como la encuesta arroja resultados poco favorables para el mismo, entre estos está, la visita del turismo que ha disminuido en los últimos dos años de acuerdo a lo reflejado en la encuesta, otro de los problemas que se han suscitado es que los clientes han dejado de visitar, debido a la infraestructura inadecuada que está manejando el club campestre Tarira, ya que no existe un mejoramiento ni en las piscinas, ni otros sitios recreativos que atraigan a los clientes, es así como la encuesta arroja una fuga de clientes.

Todo esto se podrá ir mejorando poco a poco, estructurando la infraestructura, mejorando piscinas, juegos recreativos, show, y con un personal capacitado brindando servicios de calidad a los clientes estableciendo de esta manera un plan de acción para el club campestre Tarira.

De acuerdo con lo que menciona Esteban, Fernández, Sánchez. (2010). La planificación implica:

- a) formular los objetivos que persigue la organización.
- B) determinar los cursos de acción necesarios.

C) identificar y asignar los recursos organizacionales a sus miembros. Históricamente la planificación se han descrito como un proceso que emana desde arriba hacia abajo, de manera que la alta dirección formula planes y da instrucciones a los demás para la puesta en práctica.

Es así como lo menciona Esteban Fernández Sanchez (2010) se puede lograr una correcta administración, mejorando de esta manera los servicios que presta el club campestre Tarira.

CAPITULO V.
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se concluye lo siguiente:

- La gestión administrativa inadecuada en el Club Campestre Tarira en el año 2014, no ha permitido un correcto funcionamiento, afectando así a los servicios que se brindan, motivando, a los usuarios a escoger otras plazas de esparcimiento.
- No se da prioridad al cumplimiento de su misión, visión, lo cual es de mucha importancia, debido a que les da una pauta clara de hacia dónde desea estar en el mercado el Club Campestre Tarira, siendo la misma una de las primeras empresas turísticas del sector.
- Luego de haber realizado la respectiva investigación, se ha determinado que el Club Campestre Tarira, ha estado descuidando, una parte esencial y promotora como lo es la prestación de servicios de calidad, al no contar con una planificación previamente analizada, para los mismos, de esta manera podemos encontrar una baja calidad en atención a los usuarios, que dicho sea de paso son el pilar fundamental para la vida empresarial del mismo.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda lo siguiente:

- Realizar una revisión a los procesos que se llevan a cabo en la administración, ya que los mismos darán a conocer las condiciones en las que se encuentra la empresa, para de esa manera tomar las mejores decisiones con el fin de mejorar y volverse más competitivos.
- Incentivar el compromiso por parte de los empleados y del personal de servicio, para que se dé cumplimiento a su misión-visión, para que mediante esto tengan presente cual es la razón de ser del negocio, y conozcan de los nuevos servicios a implementarse.
- Emplear estrategias nuevas, enfocadas al mejoramiento de los servicios, capacitando continuamente a los empleados y personal de servicio con la finalidad de brindar un ambiente de tranquilidad y seguridad, por parte de los usuarios, al momento de asistir al Club Campestre Tarira.

CAPITULO VI.
BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Albert, D. M. (2012.). *Gestión organizacional: guía del estudiante*. . Cuba: Editorial Universitaria.
- Arias, H. (2010). *La Esencia de la Administración Estratégica*. México: Prentice Hall.
- Baldwin, C. (2010). *Gestión empresarial*. Firms Press.
- Casa, N., & Suncha, M. (2009). *Control y reducción de pérdidas no técnicas de energía mediante el método balance de energía por transformador en 19 sectores de la provincia de Cotopaxi designados por ELEPCO SA*. Latacunga.
- Chapman, S. J. (2009). *Transformadores*. tercera edición.
- Construccion, D. D. (2012). <http://www.parro.com.ar/index.php>. Recuperado el 7 de Febrero de 2015, de <http://www.parro.com.ar/definicion-de-p%E9rdida+de+corriente>
- Díaz, R. (19 de Noviembre de 2012). *Induccion electormagnética*. Recuperado el 08 de Febrero de 2015, de <http://induccionelectromagneticagrup1.blogspot.com/2012/11/perdidas-por-histeresis.html>
- Ecured. (Enero de 2015). *ECURED Conocimiento con todos y para todos*. Obtenido de http://www.ecured.cu/index.php/Efecto_Joule
- Galarza, G., & Noboa, D. (2009). *Proyecto de instalaciones eléctricas subterráneas para media tensión*. Latacunga.
- Larrea, P. (2008). *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia*. España: Díaz de Santo.

- Membrado, J. (2013). *Metodologías avanzadas para la planificación y mejora: Planificación estratégica*.
- Morillo, E. M., & Ortega, E. (2011). *Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias*. *Documentación De Las Ciencias De La Información*, 34, 333-347. Retrieved from .
- Navajo, P. (2011). *Planificación estratégica en las organizaciones no lucrativas: guía y participación basada en valores*.
- Norton, D. (2010). *Gestión empresarial: mejor si es integra*. Bogotá: Global Network Content Services LLC, DBA Noticias Financieras LLC.
- Palacios, E. (08 de 09 de 2011). *crearunaempresaya*. Recuperado el 16 de 01 de 2015, de Técnicas Probadas que te Ayudarán a Realizar Planes de Negocios Efectivos, para Crear Empresas Exitosas: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2011/09/08/58/>
- Paredes, R. I., & Diminguez, F. Y. (2009). Procedimiento para el diagnóstico de la planeación estratégica de una empresa. *Innovación Tecnológica* , 1-10.
- Rojas, L., & Medina, M. (2011). *Planeación Estratégica: Fundamentos y Casos*. Colombia: Ediciones de la U.
- Sánchez, F. (2009). *Diseño de un transformador de 5MVA*.
- Silva., R. O. (2015). *"Funciones de la Administración."* *Teorías de la administración*. . Mexico.
- Suárez, G. (2015). *Modelamiento y simulación de redes de telecomunicación para medición inteligente de energía eléctrica residencial en zonas urbanas*.

Sysred Sistemas Eléctricos. (2013). *Efecto corona en líneas de transmisión*.

Tama, A. (28 de Mayo de 2014). *Las pérdidas de energía eléctrica*. Recuperado el 07 de Febrero de 2015, de <http://es.slideshare.net/albertama/las-prdidias-de-energa-elctrica>

Torres, G. O. (2012). *cybertesis*. Recuperado el 15 de 01 de 2015, de Relación entre la calidad de gestión administrativa y el desempeño docente según los estudiantes del I al VI ciclo 2010 - I del Instituto superior particular "La Pontificia" del distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho - Perú.: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1694/1/quichca_tg.pdf

Uriepero, A., & D, M. (2012). *Asesoría Administrativa y Contable*. Recuperado el 01 de 16 de 2015, de La contable : <http://www.lacontable.com.ve/2012/01/analisis-de-gestion.html>

Zambrano, B., & Ricargo, V. (Agosto de 2012). *UPS*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2557/14/UPS-GT000297.pdf>

CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDADES	Enero				Febrero				Marzo			
	Semanas				semanas				semanas			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
INTRODUCCIÓN							X					
PROBLEMATIZACIÓN		X										
UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA		X										
Situación actual de la problemática		X										
Problema de investigación		X	X	X								
Delimitación de problemas			X									
JUSTIFICACIÓN			X									
Cambios esperados			X	X	X	X						
OBJETIVOS			X	X	X	X	X					
Objetivo general							X					
Objetivo específico							X					
HIPÓTESIS								X				
Hipótesis general								X				
Hipótesis específica								X				
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN												
Fundamentación teórica									X			
Fundamentación conceptual									X			
Fundamentación legal									X			
CRONOGRAMA DE TRABAJO										X		
MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN											X	
Localización y duración de la misma										X		
Modalidad de investigación											X	
Tipo de investigación											X	
Métodos de investigación											X	
Población y muestra												X
Técnicas e instrumentos de investigación												X
Procedimiento metodológico												X

PRESUPUESTO

Para la realización del presente proyecto de investigación dedujo un total de gastos entre los cuales tengo los siguientes:

Cantidad	Material	Costo Unitario	Costo Total
1	Resma de Papel A4	4,50	4,50
1	Memoria RAM 6Gb	14,00	14,00
2	Lápiz	0,40	0,80
1	Cuaderno	3,00	3,00
1	Materiales de cómputo	40,00	40,00
1	Juego de Lapiceros	2,50	2,50
1	Movilización y revisión de tesis	100	100
1	Investigación por internet	20,00	20,00
1	Copias de biblioteca	322,00	322,00
1	Tinta para impresora de sistema de tinta continua	15,00	15,00
1	Gastos Varios	125,00	125,00
1	Anillado	30,00	30,00
		TOTAL	696,80

ANEXOS

EFEECTO

Decaimiento del club campestre.

No permite lograr un ambiente adecuado para trabajar.

Aguas sucias.

No pueden divertirse los niños.

Falta de publicidad.

Desconocimiento por parte de las personas.

Cerramiento del club campestre TARIRA.

No se podrá supervisar el trabajo.

Problemas e inconvenientes en la parte administrativa.

No refleja la comunicación entre los miembros del club campestre TARIRA.

Dificultades financieras.

No permite tener una visión de un mejor y calificado personal.



Problema de investigación

DISMINUCIÓN CONSIDERABLE DE TURÍSTAS AL CLUB CAMPESTRE TARIRA

CAUSA

Escases de mantenimiento en las oficinas.

Oficinas en malas condiciones.

Estructura en mal estado.

Poca asistencia de las personas.

Poca publicidad.

No existen áreas recreativas.

No existe la implementación de técnicas de gestión administrativa.

Control inadecuado en la administración.

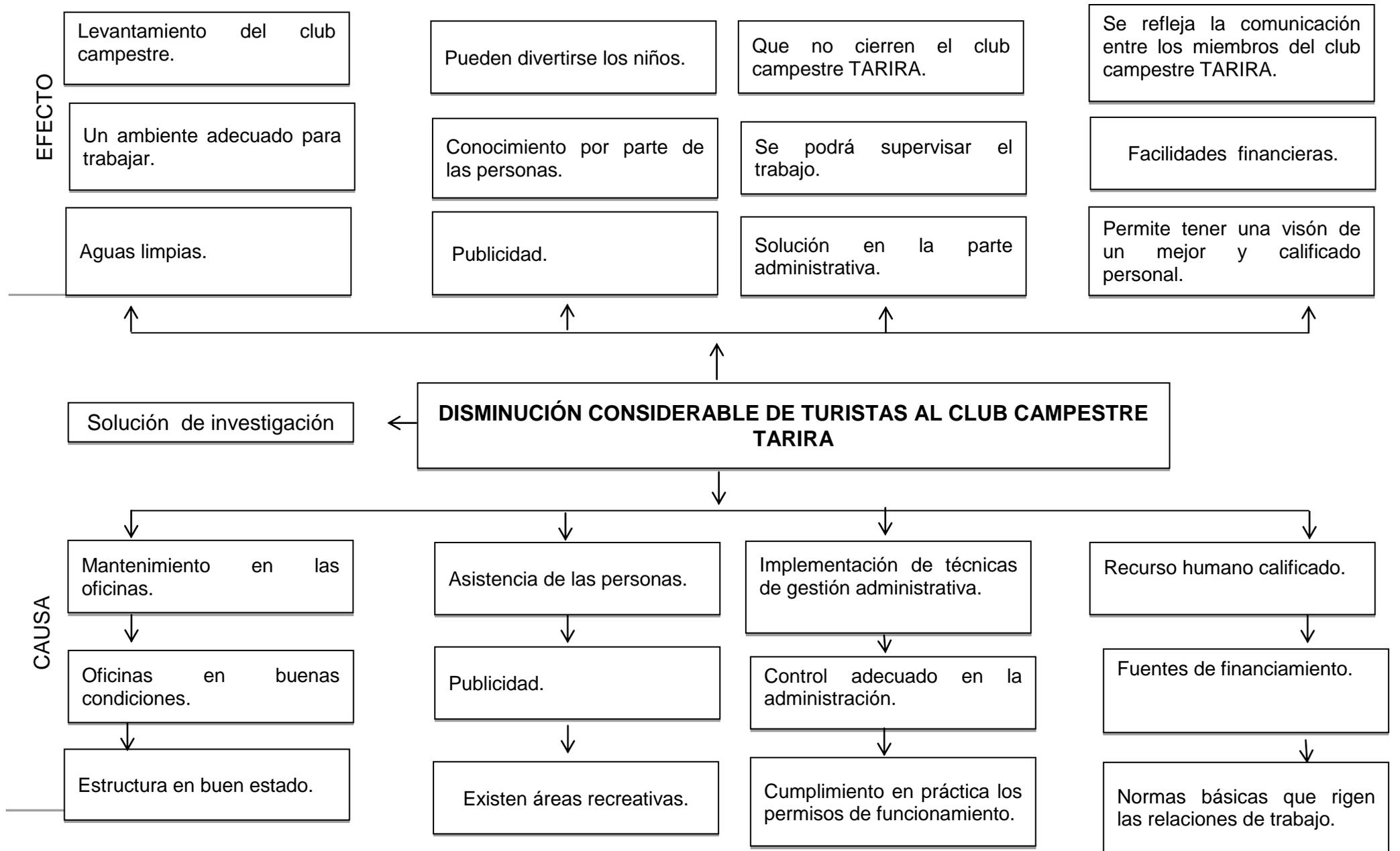
No cumplimiento en práctica los permisos de funcionamiento.

Recurso humano poco calificado.

Escasas fuentes de financiamiento.

No existen normas básicas que rigen las relaciones de trabajo.





MATRIZ DE PROBLEMATIZACIÓN

CAUSA	EFEECTO	PRONOSTICO	CONTROL DEL PRONOSTICO	PROBLEMATIZACIÓN	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA
Estructura en mal estado.	Decaimiento del club campestre.	<p>De no tomar las medidas necesarias para contrarrestar todas estas causas y efectos se tendría un pronóstico de lo que sucedería o que en otras palabras lo que ya está sucediendo en el Club Campestre TARIRA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los usuarios vayan a los balnearios • Los usuarios no asistirán al Club Campestre TARIRA • Dificultades en la gestión administrativa • Falta de comunicación de todo 	<p>Mediante este proyecto de investigación, se pretende, un mejor desenvolvimiento en los distintos procesos administrativos, en el club campestre TARIRA.</p> <p>Lo que permitirá una administración clara y concisa, mediante la cual se obtendrán claras mejoras.</p>	<p>¿De qué manera, el mejoramiento en la gestión administrativa incidirá en el incremento de los clientes del Club Campestre TARIRA año 2014-2015?</p>	¿Cuál es la situación del Club Campestre TARIRA año 2014-2015?
Oficinas en malas condiciones.	No permite lograr un ambiente adecuado para trabajar.				
Escases de mantenimiento en las oficinas.	Aguas sucias.				
No existen áreas recreativas.	No pueden divertirse los niños.				
Poca publicidad.	Desconocimiento del club campestre TARIRA por parte de las personas.				
Pocas asistencias de las personas.	Falta de publicidad.				
No cumplimiento en práctica los permisos de funcionamiento.	Cerramiento del club campestre TARIRA.				
				¿Cómo evaluar los aspectos filosóficos, que impulsan el desarrollo del Club campestre TARIRA año 2014-2015?	
				¿Cuáles serían las estrategias que se deben implementar en el club campestre TARIRA año 2014-2015?	

No se lleva un control adecuado en la administración.	No se podrá supervisar el trabajo.	<p>el personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • No saben dónde está ni a donde se dirige • Decaimiento del Club Campestre TARIRA • Cerramiento del Club Campestre TARIRA 			
No existe la implementación de técnicas de gestión administrativa.	Existirían problemas e inconvenientes en la parte administrativa.				
No existe normas básicas que rigen las relaciones de trabajo	No refleja la comunicación entre los miembros del club campestre TARIRA.				
Escasas fuentes de financiamiento.	Dificultadas financieras.				
Recurso humano poco calificado.	No permite tener un visión de un mejor y calificado personal.				

MATRIZ DE MARCO TEÓRICO

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	MARCO TEORICO	BIBLIOGRAFÍAS
<p>Determinar los aspectos de la gestión administrativa que inciden en el mejoramiento de la calidad de los servicios del club campestre TARIRA año 2014-2015.</p>	<p>Examinar la situación del club campestre TARIRA año 2014-2015.</p>	<p>Gestión administrativa. Incidencia los servicios.</p>	<p>6. CONCEPTOS BÁSICOS 6.1. GESTIÓN 6.2. ADMINISTRACIÓN 6.3. QUE ES GESTION ADMINISTRATIVA 6.3.1. Objetivos de la gestión administrativa 6.3.2. Importancia de la gestión administrativa 6.3.3. Características del análisis de la gestión administrativa 6.3.4. Ventajas de la gestión administrativa 6.3.5. Desventajas de la gestión administrativa 6.3.6. Organización 6.3.7. Dirección 6.3.8. Control</p>	<p>Albert, D. M. (2012.). <i>Gestión organizacional: guía del estudiante</i>. . Cuba: Editorial Universitaria.</p> <p>Arias, H. (2010). <i>La Esencia de la Administración Estratégica</i>. México: Prentice Hall.</p> <p>Baldwin, C. (2010). <i>Gestión empresarial</i>. Firms Press.</p> <p>Casa, N., & Sunchá, M. (2009). <i>Control y reducción de pérdidas no técnicas de energía mediante el método balance de energía por transformador en 19 sectores de la provincia de Cotopaxi designados por ELEPCO SA.</i></p>
	<p>Definir los aspectos filosóficos que impulsan el desarrollo del club campestre TARIRA año 2014-2015.</p>	<p>Estrategias. Estructura del club campestre TARIRA.</p>		
	<p>Elaborar estrategias que permitan mejorar la situación del servicio, para incrementar las</p>	<p>Estrategias de mejoramiento. Estructura del club campestre TARIRA.</p>		

	<p>visitas de los turistas al club campestre TARIRA año 2014-2015.</p>		<p>6.4. ANTECEDENTES DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</p> <p>6.5. TÉCNICAS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA</p> <p>6.5.1. Gestión de tesorería</p> <p>6.5.2. Gestión del personal</p> <p>6.5. DEFINICIÓN Y TÉRMINOS BÁSICOS</p> <p>6.6. FUNDAMENTACIÓN LEGAL</p> <p>6.6.1. Reglamentación de la COOTAD</p>	<p>Latacunga.</p> <p>Chapman, S. J. (2009). <i>Transformadores</i>. tercera edición.</p> <p>Construccion, D. D. (2012). http://www.parro.com.ar/index.php. Recuperado el 7 de Febrero de 2015, de http://www.parro.com.ar/definicion-de-p%E9rdida+de+corriente</p> <p>Díaz, R. (19 de Noviembre de 2012). <i>Induccion electormagnética</i>. Recuperado el 08 de Febrero de 2015, de http://induccionelectromagnetica-grupo1.blogspot.com/2012/11/p-erdidas-por-histeresis.html</p> <p>Ecured. (Enero de 2015). <i>ECURED Conocimiento con todos y para</i></p>
--	--	--	---	---

				<p>todos. Obtenido de http://www.ecured.cu/index.php/Efecto_Joule</p> <p>Galarza, G., & Noboa, D. (2009). <i>Proyecto de instalaciones eléctricas subterráneas para media tensión</i>. Latacunga.</p> <p>Larrea, P. (2008). <i>Calidad de servicio: del marketing a la estrategia</i>. España: Díaz de Santo.</p> <p>Membrado, J. (2013). <i>Metodologías avanzadas para la planificación y mejora: Planificación estratégica</i>.</p> <p>Morillo, E. M., & Ortega, E. (2011). <i>Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas</i></p>
--	--	--	--	---

				<p><i>universitarias.Documentación De Las Ciencias De La Información, 34, 333-347. Retrieved from .</i></p> <p>Navajo, P. (2011). <i>Planificación estratégica en las organizaciones no lucrativas: guía y participacion basada en valores.</i></p>
--	--	--	--	---

Encuesta dirigida a los usuarios del club campestre Tarira, con la finalidad de poder obtener su punto de vista para tomarlo como referencia en base a la investigación realizada.

1. ¿Hace cuánto tiempo visita el club?

2. ¿Visita con frecuencia el club después de su primera visita?

Si

No

Porque

3. ¿Se siente seguro llevando a sus hijos al club?

Si

No

Porque

4. ¿Qué opinión tiene respecto al club?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Porque

5. ¿Cree usted. que el personal de servicio que labora en el club está preparado para brindar una atención de calidad?

Si

No

Porque

6. ¿Usted. asistiría con más frecuencia al club si se implementará nuevos servicios de calidad?

Si

No

Porque

7. ¿Qué tipo de detracción podría recomendar al club Ud. como usuario?

Canchas deportivo

Bares

Juegos infantiles

Gimnasio

8. ¿La alimentación que se ofrece es de su completo agrado?

Si

No

Porque

9. ¿Qué opina sobre la atención y el servicio que brinda el club?

10. ¿En qué condiciones cree usted. q se encuentra la infraestructura del club?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Porque

11. ¿Cree usted. que el club ofrece la seguridad adecuada?

Si

No

Porque

12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar para ingresar al club?

1,50

2,00

3,00

Porque

Encuesta dirigida al personal administrativo del club campestre Tarira para obtener información detallada y precisa de la gestión administrativa, se adjunta el siguiente cuestionario:

1. ¿Qué tiempo de antigüedad tiene el negocio?

2. ¿La gestión administrativa de los servicios, que realiza el club campestre TARIRA está orientada a la satisfacción de los usuarios?

Si

No

3. ¿Usted. realiza algún mecanismo para medir el desempeño de sus servicios?

Si

No

Cuales

4. ¿Considera la opinión de sus usuarios para tomar decisiones?

Si

No

Porque

5. ¿Cree usted que los clientes son el pilar fundamental para que el negocio sea exitoso?

Si

No

Porque

6. ¿Aplican alguna técnica para medir la satisfacción de los clientes, por los servicios q Ud. prestan?

Si

No

Cuales

7. ¿Considera usted. que debe mejorar la calidad de los servicios del club campestre TARIRA?

Si

No

Porque

8. ¿Cómo califica Ud. la Gestión administrativa del club campestre TARIRA?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

9. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura del club campestre TARIRA?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

10. ¿La implementación de nuevos servicios permitirá mejorar la estructura del club campestre TARIRA?

Si

No

Porque

11. ¿Si se construyen nuevas áreas creativas Para los usuarios, mejorar la asistencia por parte de los mismos al club campestre TARIRA?

Si

No

Porque

12. ¿La empresa tendría dificultades para mejorar los servicios?

Si

No

13. Si su respuesta a la pregunta anterior fue positiva responda

¿Cuáles serían las dificultades para generar un cambio en los servicios que prestan?

Financiero

Personal Capacitado

Tiempo

Experiencia

ENTRADA PRINCIPAL



PARQUEADERO



PISCINAS



TOBOGANES



BAR



CABAÑA “PISTA DE BAILE”

