UNIDAD ACADÉMICA:

OFICINA DE POSTGRADOS

TEMA:

DESARROLLO DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS HOSTALES DE LA CIUDAD DEL PUYO

Proyecto de Investigación y Desarrollo para la Obtención del título de Magister en Administración de Empresas mención Planeación

Línea de Investigación, innovación y Desarrollo principal:

Productividad, Eficiencia

Caracterización técnica del trabajo:

Calidad, Productividad, Eficiencia y/o Competitividad

Autor:

Ligia Angélica Silva Paredes

Director:

Mg. Paúl Ortiz.

Ambato – Ecuador

Septiembre 2019

Desarrollo de un Sistema de Evaluación de la Calidad del Servicio en las Hostales de la Ciudad del Puyo

Informe de Trabajo de Titulación
presentado ante la
Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ambato

por

Ing. Ligia Angélica Silva Paredes

En cumplimiento parcial de
los requisitos para el Grado de
Magister en Administración de
Empresas Mención Planeación



Oficina de Postgrados
Septiembre 2019

Desarrollo de un Sistema de Evaluación de la Calidad del Servicio en las Hostales de la Ciudad del Puyo

Aprobado por:

María Fernanda San Lucas Solórzano, Mg. Abg.
Presidente del Comité Calificador
Coordinador de la oficina de

Ángel Ortiz del Pino, Mg.
Miembro Calificador

Hernán Paúl Ortiz, Mg.
Miembro Calificador
Director de Proyecto

Dr. Hugo Alcaníz Villarroel
Secretario General

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
SECRETARÍA GENERAL
PROCURADURÍA

Diana Flores Carrillo, Mg.
Miembro Calificador

Fecha de aprobación:
Septiembre 2019

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
BIBLIOTECA

Ficha Técnica

Programa: Magister en Administración de Empresas Mención Planeación

Tema: Desarrollo de un sistema de evaluación de la calidad del servicio en las Hostales de la ciudad del Puyo

Tipo de trabajo: Tesis

Clasificación técnica del trabajo: Desarrollo

Autor: Ing. Ligia Angélica Silva Paredes

Director: Mg. Paúl Ortiz

Líneas de Investigación, Innovación y Desarrollo

Principal: Calidad, Productividad, Eficiencia y/o Competitividad

Resumen Ejecutivo

La naturaleza subjetiva de los servicios en combinación con un mercado más exigente, ha desarrollado la necesidad de realizar más estudios en la calidad del servicio, así como un constante interés de medirla y asegurar una calidad óptima en todo momento. La administración en los Hostales de la ciudad del Puyo, es netamente empírica y no cuentan con algún modelo de evaluación de la calidad del servicio que presta al cliente, es importante mencionar que la calidad del servicio es un punto diferenciador para la satisfacción y fiabilidad del cliente. El propósito de esta investigación, es la elaboración de un sistema de evaluación de la calidad del servicio, toma en cuenta el modelo del Servqual y Serperfect como instrumentos para cuantificar la satisfacción del cliente, es decir, el valor percibido del servicio y las expectativas que tiene el cliente antes de recibirlo.

Es por ello que se ve la necesidad de diseñar un sistema de evaluación de la calidad del servicio, con el fin, que puedan valorar, diagnosticar y modificar las debilidades al momento de prestar el servicio, adaptándose a topo tipo de Jerarquía tales como Hosterías, Hoteles y de menos rango Hostales. El método utilizado es cualitativo, se realizó la recolección de datos sin medición numérica, para ello los instrumentos que se utilizaron son: la ficha de observación directa y ficha de chequeo, luego se procedió al análisis de la información obtenida por los dueños de los establecimientos encuestados y de expertos en el área Hotelera.

Declaración de Originalidad y Responsabilidad

Yo, **Ligia Angélica Silva Paredes**, con C.C: **0503059149**, autor del trabajo de graduación intitulado "DESARROLLO DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS HOSTALES DE LA CIUDAD DEL PUYO", previa a la obtención del tirulo profesional de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN PLANEACIÓN,** en la Oficina de **POSGRADOS.**

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación superior, de entregar a la SENECYT en forma digital una copia referido trabajo de graduación para que se integro al Sistema Nacional de Información de Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ambato, septiembre 2019

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
BIBLIOTECA

LIGIA ANGÉLICA SILVA PAREDES

C.C: 0503059149

Con mucho cariño, dedico esta Tesis, a cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mis pilares para seguir adelante.

Es una gran satisfacción poder dedicarles a ellos, que con mucho esfuerzo me lo he ganado.

A mis Padres Ángel Silva y Guadalupe Paredes porque ellos son la estimulación de mi vida.

A mi esposo Henry Viteri que siempre me dio alientos y fuerzas para seguir adelante y a mis hijas Ana Paula y Emilia Guadalupe que cada día me dan motivación para seguir en la vida.

Reconocimientos

Dedico de manera especial a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato, por todos los conocimientos brindados, responsabilidad y deseos de superación.

Dedico además a todos los profesionales que me ayudaron con conocimientos y paciencia en cada uno del desarrollo del proyecto en Especial al Mg. Paúl Ortiz y Mg. Lorena Ramos, por sus conocimientos brindados y paciencia en el andar del desarrollo de mi proyecto.

Ligia Angélica Silva Paredes

Resumen

En la ciudad del Puyo existen hosterías y hostales de baja jerarquía, por lo que no cuentan con sistemas de evaluación de la calidad del servicio adaptados a la realidad del sector, además el personal que labora en las instalaciones tienen conocimientos básicos de administración y la medición de satisfacción lo realizan de manera empírica. La presente investigación tiene la finalidad de desarrollar un sistema de evaluación de la calidad del servicio. Se aplicó la metodología cualitativa en donde la información se basa en fundamentos sociales, fichas de observación directa y listas de cotejo, además de la ayuda de expertos en el área de administración y turismo. Para la elaboración del sistema se hizo un diagnóstico interno y externo (FODA) de los lugares de alojamiento, además de los modelos de dimensión de calidad del servicio SERVQUAL y SERVPERF para la medición de las perspectivas y percepciones que se manejó dentro del sistema. El resultado final del trabajo de investigación es el sistema de evaluación de la calidad del servicio, mismo que permite que personas sin importar el grado de educación lo puedan manipular, es una herramienta de gestión que permite que la calidad del servicio intangible, sea medible para futura tomas de decisiones.

Palabras claves: sistema, gestión de calidad, servicio, SERVQUAL, SERVPERF.

Abstract

In the city of Puyo, there are hotels and hostels of low hierarchy, that do not have systems for evaluating the quality of the service adapted to the reality of the sector. In addition, the staff that work in the facilities only have a basic understanding of administration, and the measurement of satisfaction is done empirically. The aim of this study is to develop a system to evaluate the quality of service. The qualitative methodology was applied in which the information is based on social foundations. Direct observation sheets and checklists were used along with the help of experts in the area of administration and tourism. To develop the system, an internal and external diagnosis (SWOT) was carried out of the places of accommodation, as well as of the service quality dimension models of SERVQUAL and SERVPERF in order to measure the perspectives and perceptions that were managed within the system. The final result of this study is the service quality evaluation system which can be used by people regardless of their level of education. The system is a management tool that makes it possible to manage intangible service quality, and therefore facilitate future decision-making.

Keywords: system, quality management, service, SERVQUAL, SERVPERF.

Tabla de Contenidos

Ficha Técnica iii

Declaración de Originalidad y Responsabilidad ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Reconocimientos vi

Resumen vii

Abstract…… vii

Tabla de Contenidos ix

Lista de Tablas xiii

Lista de Figuras xv

Capítulos

1. **Introducción** 1

1.1. Presentación del trabajo 2

1.2. Descripción del documento 3

2. **Planteamiento de la Propuesta de Trabajo** 4

2.1. Información técnica básica 4

2.2. Descripción del problema 4

2.3. Preguntas básicas 5

2.4. Formulación de meta 6

2.7. Objetivos 6

2.8. Delimitación funcional 6

3. **Marco Teórico** 7

3.1 Definiciones y conceptos 7

3.1.1 Calidad 7

3.1.2 Dimensiones de la calidad 7

3.1.3 Sistema de calidad 8

3.1.3.1. Sistema 8

3.1.3.2. Calidad 8

3.1.4 Control de calidad 8

3.1.5 Gestión de la calidad en hostelería 9

3.1.6 Dimensiones de calidad de servicio en hostelería 9

3.1.7 Modelos de medición Escuela Americana SERVQUAL Y SERVPERF 11

3.1.8 Calidad para el cliente 12

3.1.8.1 Estudiar las necesidades generadas en el cliente 12

3.1.8.2 Mejorar las prestaciones 12

3.1.8.3 Controlar la satisfacción 12

3.1.9 Diferencia ante el cliente con calidad 12

3.1.10 Cultura de servicio al cliente 13

3.1.11 Fidelidad del cliente 13

3.1.12 Atención al cliente 14

3.1.13 Tipos de clientes 14

3.1.14 Importancia del servicio al cliente 15

3.1.15 Evaluación al cliente 17

3.1.16 Evaluación de los clientes 17

3.1.17 Retención del Cliente 18

3.1.18 Organización 19

3.1.19 Cultura organizacional 19

3.1.20 Comunicación en las organizaciones 19

3.1.21 Gestión del Talento Humano 20

3.1.22 Desarrollo del factor humano como agente fundamental de la calidad 20

3.1.23 Planificación 20

3.1.24 Indicadores de calidad de servicio 21

3.1.25 Clasificación de los hostales y hoteles 21

3.1.25.1 Descripción de los hostales 22

3.1.25.2 Descripción de las hosterías 22

3.1.25.3 Operaciones 22

3.1.25.3.1 Generalidades del servicio 22

3.1.25.3.2 Comunicación con el cliente y comercialización: 23

3.1.25.3.2.1 Oferta de servicios 23

3.1.25.3.3 Reservas 24

3.1.25.3.3.1 Registro de reservas 24

3.1.25.3.3.2 Compras 25

3.1.25.4 … Prestaciónde servicio 25

3.1.25.4.1 Limpieza y acondicionamiento de habitaciones 25

3.1.25.4.2 Ingreso de huéspedes 26

3.1.25.4.3 Atención al huésped durante la estadía 27

3.1.25.4.4 Atención telefónica y por medios electrónicos 27

3.1.25.4.5 Servicio de alimentación 27

3.1.25.4.6 Servicio a la habitación 28

3.1.25.4.7 Egreso de huéspedes 28

3.1.25.4.8 Quejas y sugerencias 29

3.2. Estado del Arte 29

4. Metodología 33

4.1. Diagnóstico 33

4.2. Método(s) aplicado(s) 33

4.2.1 Modalidad de la investigación 33

4.2.2 Técnicas de la investigación 34

4.3 Materiales y herramientas 34

5. **Resultados** 36

5.1. Producto final del proyecto de titulación 37

5.1.1 Realizar un análisis FODA sobre la evaluación de la calidad del servicio en los hostales, hosterías del Puyo 36

5.1.2 Identificar las estrategias principales con cada uno de los objetivos para la generación de los objetivos a ser ejecutados 44

5.2. Evaluación preliminar 52

5.3. Análisis de resultados 53

6. Manual para un sistema de calidad del servicio 56

7. **Conclusiones y Recomendaciones** 106

7.1. Conclusiones 106

7.2. Recomendaciones 107

Referencias 108

Anexos 112

Lista de Tablas

1. Elementos para la Atención al Cliente 16
2. Matriz POAM 37
3. Factores más influyentes del POAM 38
4. Matriz PCI 38
5.Capacidades del impacto del PCI 39
6. Matriz de Amenazas 40
7. Matriz de Oportunidades 41
8. Matriz de Debilidades 42
9. Matriz de Fortalezas 43
10. Matriz FODA 43
11. Matriz FO-FA-DO-DA 44
12. Matriz FODA de Sistema de Evaluación de Calidad 45
13. Matriz FODA Estrategias - Objetivo 1 46
14. Matriz FODA Estrategias - Objetivo 2 47
15. Matriz FODA Estrategias - Objetivo 3 48
16. Plan de Acción - Objetivo 1 49
17. Plan de Acción - Objetivo 2 50
18. Plan de Acción - Objetivo 3 51
19. Tabla de Evaluadores del Manual 52
20. Matriz de identificación de procesos para la ocupación de habitaciones 61
21. Matriz de identificación de procesos para la ocupación de instalaciones 63
22. Matriz de identificación de procesos para el restaurante 64
23. Matriz para las Líneas de Acción Determinantes de la Calidad 65
24. Tabla de ponderación de las encuestas 68
25. Encuestas sobre infraestructura para hosterías 70
26. Encuesta de las hosterías sobre infraestructura - habitaciones 71
27. Encuesta de infraestructura para hostales y hoteles 72
28. Encuesta sobre infraestructura adicional para hostales y hoteles 73
29. Encuesta sobre la atención al cliente 74
30. Tabulación de encuestas código 1 76

31. Tabulación de encuestas código 2 77
32. Tabulación de encuestas código 3 78
33. Tabulación de encuestas código 4 79
34. Tabulación de encuestas código 5 80
35. Tabulación de comentarios código 6 81
36. Indicador de Gestión – Infraestructura Hostería 82
37. Indicador de Gestión – Infraestructura Habitaciones Hostería 83
38. Indicador de Gestión – Infraestructura Hostales y Hoteles 84
39. Indicador de Gestión – Infraestructura adicional Hostales y Hoteles 85
40. Indicador de Gestión – Atención al Cliente 86
41. Indicador de Gestión – Comentarios Social Media 87
42. Hoja de Vida 89
43. Ficha del perfil profesional para recepcionista polivalente 90
44. Funciones del recepcionista polivalente 91
45. Ficha del perfil profesional para mesero polivalente 92
46. Funciones del cargo para mesero polivalente 93
47. Ficha del perfil profesional para Cocinero Chef 94
48. Funciones del cargo para Cocinero Chef 95
49. Ficha del perfil profesional para Ayudante de Cocina 96
50. Funciones del cargo para Ayudante de Cocina 97
51. Ficha del perfil profesional para Ama de Llaves 98
52. Funciones del cargo para un Ama de Llaves 99
53. Ficha del perfil profesional para Administrador 100
54. Funciones del cargo para un Administrador 101

Lista de Figuras

1. Descripción del elemento intangible....11
2. Mejora del servicio turístico y hotelero....11
3. Triángulo del servicio....16
4. Calidad Objetiva versus Calidad Subjetiva....18
5. Ejemplo de una estructura organizacional....58

Capítulo 1

Introducción

Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas. Una de ellas es que en los lugares de alojamiento Hosterías, Hoteles y Hostales (baja categoría) de la ciudad del Puyo, el desarrollo de las actividades y procesos es netamente empírico, además cuenta con conocimientos básicos o nulos de administración, y casi en su totalidad los que están a cargo de los procesos y el seguimiento de los mismos son los dueños. La idea principal se realizó por el interés de que puedan contar con un manual fácil y rápido para evaluar el servicio que prestan al usuario, pueden entrever las falencias que se cometen y tomar los debidos correctivos, con el fin de dar satisfacción a los usuarios y fidelización del mismo.

La presente investigación se refiere al desarrollo de un sistema de evaluación de la calidad del servicio prestado a los usuarios en lugares de alojamiento de categorías menores como lo son de tipo turista e inferiores, el Ecuador no cuenta con manuales para evaluar la calidad de servicio prestado al cliente. En calidad se tomará en cuenta los procesos intangibles para satisfacer las necesidades del cliente, cuyo uso es de todos en busca del deleite personal es heterogéneo, varía de una persona a otra la percepción creada.

Con dicha información se procede a la elaboración del POAM y PCI con el fin contar con una matriz de priorización y permita dar paso a la matriz FODA con cada una de sus estrategias FO-FA-DO-DA. El método es netamente cualitativo, se fundamentó en la medición de los aspectos sociales.

Para el levantamiento de información se tomó en cuenta una lista de observación y la lista de cotejo para fundamentar los datos y se pueda contar con información fehaciente obtenida de los dueños de los locales encuestados, y con la ayuda de expertos para conocer la información con mayor relevancia para la fundamentación optima de los establecimientos que ofrecen el servicio a los turistas. Además, es necesario recalcar que el método utilizado en este proyecto es el SERVPER y SERVQUAL que mide la calidad desde diferentes perspectivas de intangibilidad.

A continuación se llevó a cabo la elaboración del manual de evaluación del sistemas de calidad para la atención al cliente como una herramienta de gestión para los establecimientos que brindan el servicio de alojamiento en la ciudad del Puyo, para ello se tomó en cuenta todas las necesidades de la localidad, en este sector no cuenta con establecimientos de lujo, de primera ni de segunda, está adaptado a Hosterías, Hoteles y Hostales de menor jerarquía.

1.1. Presentación del trabajo

El presente trabajo surge de la necesidad de evaluar la atención al cliente dentro los establecimientos que brindan el servicio de hospedaje como lo son: hosterías, hostales y hoteles. Al existir por parte de los servidores un desinterés por conocer cuáles son los resultados en la atención y tampoco existen normativas para el servicio al cliente, se vuelve muy subjetivo por lo tanto es necesario estandarizar y tener resultados sobre la percepción del visitante.

Hoy en día la competencia es sumamente fuerte dentro del ámbito hotelero, pero en la ciudad del Puyo los establecimientos por lo general se encuentran en un rango medio y bajo, por lo tanto el personal y los procesos que se realizan son empíricos, y de eso depende la calidad de servicio que se entrega al consumidor.

Es por esta razón que se da la iniciativa de la creación de un Manual de evaluación del sistema de calidad en la atención al servicio, mismo que fue creado para solventar los problemas de la que percibe el cliente en la calidad del servicio. Este manual fue elabora de acuerdo a las necesidades de los establecimientos de dicha ciudad, con la ayuda de personas especializadas dentro del ámbito turístico y administrativo.

El manual comprende la identificación de las dimensiones de la calidad que en este caso son tres y sus determinantes que son diez, las cuales fueron la base para la ejecución del manual, mismo que se basa en los modelos SERVQUAL y SERVPERF, utilizados para la evaluación de la atención y percepción del cliente.

Además el manual esta realizado para que las personas encargadas de los establecimientos hoteleros aunque no posean títulos ni experiencia en administración, la puedan manipular, llevar a cabo y poner en práctica para obtener resultados en busca de la mejora continua, y de esta manera crear una cultura de calidad en los servicios.

1.2. Descripción del documento

El Capítulo 2 se plantea la información base, en donde se escribe el problema, responde a las preguntas básicas para la investigación, ayuda a formular la meta que se busca, crea objetivos claros que ayuda a tener lineamientos y que es capaz de hacer la investigación.

Dentro del Capítulo 3 se enmarca toda la fundamentación teórica, da paso a la epistemología que se va a utilizar dentro de la investigación, cada concepto identificado es utilizado dentro de la elaboración del manual de acuerdo a la calidad y el servicio al cliente, se toma en cuenta todas las variables que pueden incidir en la investigación pues el servicio como producto es intangible.

En el Capítulo 4 se describe la metodología a utilizar debido que es una investigación cualitativa, se utiliza listas de cotejo, y fichas de observación, mismas que fueron realizadas para la obtención de a información preliminar para la matriz FO FA DO DA, para identificar el estado de situación inicial y de esta manera con la ayuda de especialistas generar un manual acorde a las necesidades de los establecimientos hoteleros en la ciudad del Puyo.

En el interior del Capítulo 5 se encuentra la Matriz FO FA DO DA realizada, con cada una de sus estrategias a seguir y un plan de acción realizable dentro del manual, el FODA fue realizado con la cooperación de los establecimientos hoteleros de mayor jerarquía dentro de la ciudad del Puyo, con el fin de sustentar información fehaciente y verídica, acorde a las necesidades del sector hotelero.

El Capítulo 6 se desarrolla todo el manual en busca de una cultura de calidad, misma que se convierte en una herramienta de gestión, a través de un sistema que integra varios elementos y dimensiones de la calidad, dirigidos a los servicios intangibles como lo son los ofrecidos por los hoteles, además para la elaboración de estos se utiliza los modelos SERVQUAL y SERVPERF, mismos que son utilizados a nivel mundial para la medición de la calidad en servicios, pues en este caso ingresan las percepciones de los clientes. El manual cuenta con los pasos detallados en secuencia para que los establecimientos puedan hacer uso de los mismos y les permita generar resultados medibles en cuanto a satisfacción en atención.

Y por último en el Capítulo 7 se encuentran las conclusiones y recomendaciones del proyecto, mismas que fueron realizadas en base a los resultados de la investigación, y permite comprender que los objetivos fueron alcanzados.

Capítulo 2

Planteamiento de la Propuesta de Trabajo

2.1. Información técnica básica

Tema: Desarrollo de un sistema de evaluación de la calidad del servicio en las Hostales de la ciudad del Puyo

Tipo de trabajo: Tesis (alternativamente Propuesta Metodológica y Tecnológica Avanzada o Diseño de Modelo Complejo)

Clasificación técnica del trabajo: Tesis

Líneas de Investigación, Innovación y Desarrollo

Principal: Calidad, productividad, Eficiencia y/o Competitividad.

Secundaria: No Aplica

2.2. Descripción del problema

El sector turístico en los últimos años ha tomado cada vez más fuerza como un eje fundamental para el desarrollo socioeconómico del país según lo menciona el Ministerio de Turismo (2014). Genera más afluencia de turistas que buscan alojamiento de calidad, pero la inexistencia de datos sobre la satisfacción del cliente dentro de los establecimientos hoteleros es fehaciente, pues no poseen información acerca de la calidad de servicios en relación a la atención de los consumidores. Se tiene en cuenta que el 85% de los hoteles en Ecuador son Pymes y Micro pymes pues no disponen de un desarrollo, y no se accede a los requerimientos de la hotelería mundial. Y la baja tarifa promedio que tienen todos estos hoteles es la razón (problema de todo el sector hotelero en Ecuador) y por lo tanto dificulta la inversión la mejora de calidad de servicios (Quisiguiña, 2016).

El principal factor es que los establecimientos hoteleros de media y baja categoría a nivel nacional, poseen personal empírico en administración, con conocimientos básicos sobre cómo administrar, lo que genera la problemática actual, por lo tanto no posee indicadores sobre la calidad del servicio que se brindó a los huéspedes para la toma de decisiones futuras que mejoren la prestación del servicio, da lugar a la propuesta de un sistema de evaluación. Si dentro de las

organizaciones de hospedaje se maneja sistemas de evaluación estos permitirán que a corto y mediano plazo se los aplique para la obtención de resultados que contribuyan a la mejora continua y ayuden al crecimiento de la economía local con turistas satisfechos.

Por lo tanto, así lo indica Wellintong (2008), "Existen factores esenciales que generan la calidad, el cual mediante su triangulación, entre el servicio, la gente, el sistema y la estrategia, permiten alcanzar un nivel competitivo del servicio". Lo que corrobora la necesidad para la generación de herramientas de gestión como lo es el sistema de evaluación, que permita al personal empírico utilizar este instrumento y generar resultados sobre la calidad en la atención de sus clientes, y así la mejora del servicio para la toma de decisiones y una fidelización del turista.

2.3. Preguntas básicas

¿Cómo aparece el problema que se pretende solucionar?

La aparición de la problemática se da debido a la inexistencia de una evaluación en la calidad del servicio que se ofertan en las hostales del Puyo.

¿Por qué se origina?

Falta de conocimiento de normas de calidad y personal empírico en cargos gerenciales.

¿Qué lo origina?

Lo origina la inexistencia de un monitoreo en el servicio por parte del personal empírico.

¿Cuándo se origina?

Cuando el cliente percibe el servicio, y el establecimiento no conoce si el cliente está satisfecho.

¿Dónde se origina?

Sector Puyo dentro de los establecimientos hoteleros.

¿Dónde se detecta?

En la inexistencia de información que se tiene sobre la atención al cliente, con clientes insatisfechos por la mala atención.

2.4. Formulación de meta

Desarrollar un sistema de evaluación de la calidad del servicio en las hostales, y establecimientos hoteleros en la ciudad del puyo.

2.7. Objetivos

Objetivo general.-

Desarrollar un sistema de evaluación que mejore la calidad del servicio para la potencialización de los establecimientos hoteleros en la ciudad del Puyo.

Objetivos específicos.-

- Establecer un diagnóstico situacional sobre la calidad de los servicios dentro de los establecimientos que ofrecen alojamiento como son las hostales en la ciudad del Puyo.
- Determinar los factores que conllevan al monitoreo del servicio de las hostales del Puyo para el mejoramiento de la relación y la satisfacción con el cliente.
- Desarrollar un procedimiento de evaluación para la calidad del servicio que perciben los huéspedes en los establecimientos hoteleros en la ciudad del Puyo.

2.8. Delimitación funcional

Pregunta 1. ¿Qué será capaz de hacer el producto final del proyecto de titulación?

- Si se aplica mejorará el servicio al cliente para acceder a la fidelización.
- Establecer los elementos de necesarios para mantenerse en el mercado.
- Brindar una información total sobre la evaluación de calidad.
- Permitir la toma de decisiones para la mejora continua dentro de los establecimientos.

Pregunta 2. ¿Qué no será capaz de hacer el producto final del proyecto de titulación?

- No aplica factores

Capítulo 3

Marco Teórico

3.1 Definiciones y conceptos

3.1.1 Calidad

Según Alcalde (2009), define al sistema de calidad en algo que va implícito en los genes de la humanidad: es la capacidad que posee cada ser humano para hacer de una mejor manera cualquier actividad. Por tal razón la calidad es un asunto de suma importancia para una empresa que aspire a ser competitiva, se trata de una definición complicada de definir de un modo universal, debido a que puede tener diferentes significados para cualquier persona (Griful & Canela, 2002).

Para Publicaciones Vértice (2010), la calidad es "el conjunto de características y aspectos de algún servicio y/o producto que guardan relación con su capacidad para lograr satisfacer las necesidades expresadas (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes". Entonces se puede añadir que la calidad en el servicio es un factor que no se lo puede comprar en ningún mercado, se obtiene a través de la gente. Como se tiene conocimiento los servicios son básicamente intangibles, es decir que la persona que produce y entrega ese desempeño intangible es la gente de la empresa y como tal es valorada y reconocido, Gosso (2008). Lo que permite comprender que la calidad es fundamental en los productos o servicios, debido a que se quiere lograr satisfacer las necesidades del cliente, para que de esta manera la empresa o institución tenga un renombre en el mercado.

3.1.2 Dimensiones de la calidad

De acuerdo a Vargas y De Vega, (2007), la calidad de servicio resulta integrar la calidad total alrededor de tres dimensiones como son: la calidad técnica, la calidad funcional y la imagen corporativa. Este modelo define y da a conocer la calidad del servicio, asocia la gestión y pone como factores fundamentales del marketing y la relación de intercambio con un mercado de

consumidores. Es de suma importancia conocer tanto la gestión como parte de la calidad, pues esto define a la imagen de la empresa.

3.1.3 Sistema de calidad

Se tiene en cuenta como lo menciona Fallas y Herrera (1998), "el término sistema aunque puede ser definido de muchas maneras, existe un acuerdo de definirlo como un conjunto de partes para alcanzar ciertos objetivos interrelacionados" y para lograr una mejor comprensión de términos se definen a continuación ambos conceptos en forma separadas:

3.1.3.1 **Sistema:** Es un conjunto de elementos que interactúan entre sí con un objetivo en común.

3.1.3.2 **Calidad:** Es un conjunto de características o propiedades de un producto o servicio proyectadas a satisfacer necesidades expresadas o implícitas. Además de puede añadir que en la actualidad la calidad es algo que todas as organizaciones buscan mejorar a toda costa para alcanzar estándares a nivel mundial (Aranda & Ramírez, 2014).

Se toma en cuenta lo que dicen Aranda y Ramírez (2014), lo que busca es un sistema de calidad estratégico porque es mejor prevenir los errores antes de que estos ocurran. Para alcanzar la calidad y eficiencia en su funcionamiento, es necesario que toda institución tenga un sistema claro y bien estructurado que identifique, documentos, coordine y mantenga todas las actividades claves que se realizan en ella. (Fallas & Herrera, 1998).

Como se plasma en los conceptos anteriores sobre el término sistema de calidad, es el conjunto de procesos que se sigue para alcanzar el o los objetivos planteados en la empresa o corporación, deben estar estructurados de una manera clara y concisa para que no existan alteraciones en el producto final del servicio.

3.1.4 Control de calidad

Dicho por el autor Alcalde (2009), el control de calidad tiene como base la desconfianza de la acción del trabajador y de la planificación de los procesos pues se realiza un gran esfuerzo para

inspeccionar todo el producto, hay que hacer un esfuerzo enorme en inspeccionar todo lo producido.

El control de calidad es verificar que las especificaciones del producto o servicios (establecidos por el cliente) se cumplan durante el diseño y proceso de estos con el objetivo de satisfacer al consumidor. Menorca, Leonor, Menorca, Ayensa y Borondo (2014) . Como se describe en los párrafos anteriores el control de calidad es ver que se cumpla con el diseño o con las perspectivas planteadas por la empresa de dicho producto o servicio.

3.1.5 Gestión de la calidad en hostelería

"Un sistema de gestión de la calidad correctamente implantado asegura que todas las actividades empresariales van dirigidas hacia la satisfacción plena del cliente como primer y principal objetivo corporativo" (Pérez J. , 1994)

Según las normas ISO en España para la hostelería (2010), para poder entender el sistema de gestión de la calidad, se necesita mencionar una serie de condiciones para que un proceso de implantación tenga éxito:

- Compromiso de la dirección.
- Motivación personal.
- Disposición de recursos.
- Formación y entrenamiento.
- Información sobre el progreso conseguido.
- Reconocimiento de los éxitos.

Se puede entender que para la gestión de la calidad primero se implanta un sistema bien llevado para obtener excelentes resultados en busca de la satisfacción del cliente, mismo que se vuelve el pilar fundamental de la empresa.

3.1.6 Dimensiones de calidad de servicio en hostelería

Se puede mencionar a Tordera, Martinez y Caballer (1995), que identifican las dimensiones de calidad de servicio es una tarea importante, porque permite operacionalizar y planificar o diseñar la evolución de la misma. La evolución de un servicio cambia, puesto que el servicio debe ser capaz de

satisfacer las necesidades de los clientes. Según Parasuraman, Berry & Zeithaml (1991) se considera las tres dimensiones:

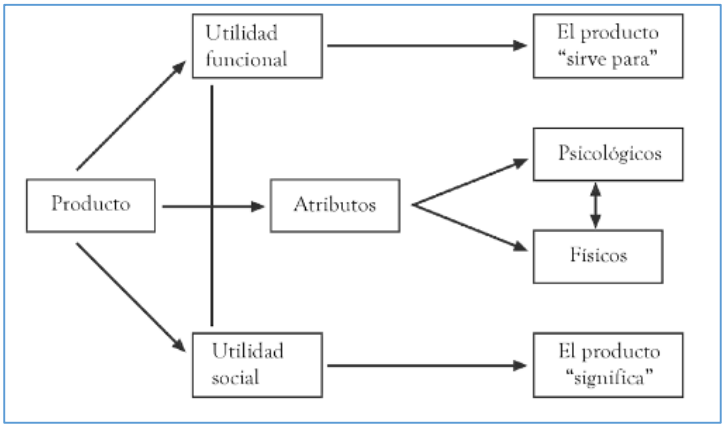
1. Calidad física: Incluye todos los aspectos físicos del servicio ofertado.
2. Calidad corporativa: Es todo lo que puede afectar a la imagen del establecimiento.
3. Calidad interactiva: es la interacción directa entre el personal y el cliente; también se toam en cuenta la interacción entre los clientes.

A continuación se detalla los 10 determinantes del modelo SERVQUAL mismo que incluye el modelo SERVPERF (Duque, 2005).

1. Elementos tangibles: Apariencia físicas de las instalaciones, personal, equipos y material.
2. Fiabilidad: Habilidad para la ejecución del servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
3. Capacidad de Respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido, eficiente y eficaz.
4. Profesionalidad: Posesión de las destrezas, habilidades y conocimiento requeridos del proceso de la prestación de servicios.
5. Cortesía: Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.
6. Credibilidad: Veracidad, creencias y honestidad en el servicio que se provee.
7. Seguridad: Inexistencia de peligros y riesgos.
8. Accesibilidad: lo accesible a las locaciones y facilidad con lo que se puede contar.
9. Comunicación: Mantener a los clientes bien informados, con un lenguaje que pueda entender, así como para escuchar sus peticiones.
10. Comprensión del cliente: Hacer el esfuerzo de conocer a nuestros clientes y las necesidades de los mismos.

Además Paz (2007), dice que debe tener claro que el servicio que presta un hotel, hostal, hostería entre otros, son elementos intangibles, los cuales no pueden ser valorados antes sino después de haber hecho uso de los servicios ofertados, hay que tener en cuenta que los elementos intangibles tienen un enlace directo con fiabilidad o confiabilidad y capacidad de la empresa para responder las necesidades que el cliente contenga.

Ilustración 1: Descripción del elemento intangible

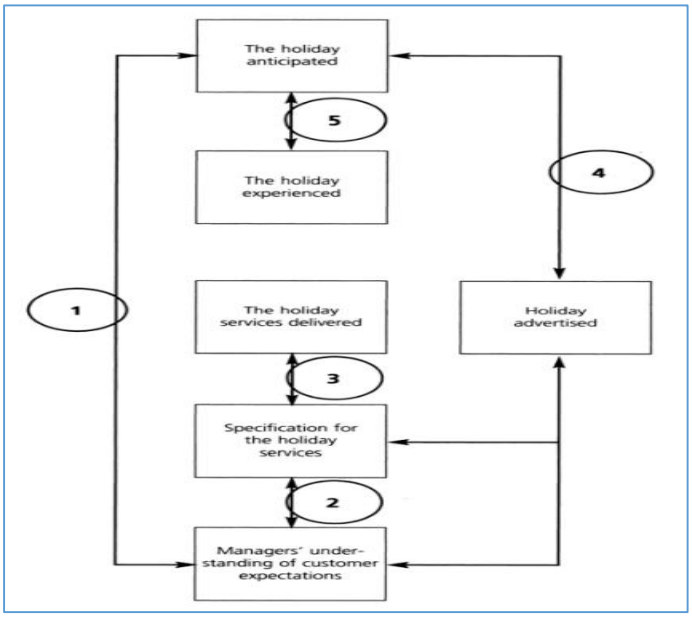


Fuente: Paz, R. (2007).

3.1.7. Modelos de medición Escuela Americana SERVQUAL Y SERVPERF

Dentro de los principales elementos o parámetros para la medición se encuentran el método SERVQUAL mismo que fueron mencionados anteriormente, pero para llevarse a cabo debe realizar un cuestionario basado en los 10 puntos principales para la percepción del cliente (Setó, 2004), además también se complementa con el SERVPERF mismo que se encarga del funcionamiento de la empresa. (Medina, 2000). El método SERVQUAL está estrechamente entrelazado con el turismo y la hotelería que se detalla continuación:

Ilustración 2: Mejora del servicio turístico y hotelero



Fuente: Laws, E. (2004).

3.1.8. Calidad para el cliente

Como lo menciona López (2006), explica que si se habla de calidad, para el cliente se refiere a:

3.1.8.1 Estudiar las necesidades generadas en el cliente

El cliente ya no se limita a adquirir un servicio o producto, sino que espera obtener satisfacción a sus expectativas a cambio de su dinero (Lopéz, 2006).

3.1.8.2 Mejorar las prestaciones

No sólo con el aumento la calidad de un producto se logra satisfacer al cliente, en ocasiones tienen más importancia conceptos como plazos, embalaje, flexibilidad, atención personal, etc. (Lopéz, 2006).

3.1.8.3 Controlar la satisfacción

Si se conoce las necesidades del cliente y mejorado las prestaciones, pero no se llega a conocer sus efectos, no se sabe si se va en la dirección correcta o en la equivocada. (Lopéz, 2006).

3.1.9 Diferencia ante el cliente con calidad

Es muy importante diferenciar ante el cliente la calidad en especial dentro del turismo y la hotelería, es por esta razón que en España nace la Q de calidad turística, misma que en Ecuador también fue acatada (Aguilar, 2015) , y los beneficios para el cliente son los siguientes:

- Garantía de calidad de los productos y servicios ofrecidos por los establecimientos certificados.
- Participación del cliente en la mejora continua del establecimiento certificado (tratamiento de quejas, reclamaciones, sugerencias y sistemas de encuestas).
- Mayor confianza en la profesionalidad del personal
- Adecuación de los servicios a las expectativas y necesidades del cliente
- Aporta mayor seguridad al cliente en la elección del establecimiento al ser este certificado.

También es necesario mencionar las ventajas para la empresa:

- Mejora de la gestión empresarial, que repercute en la excelencia del producto y por lo tanto consigue ser una estrategia de diferenciación ante la competencia.
- Aumento de la formación del personal, lo que supone un refuerzo de su motivación y contribuye a su integración.

- Disposición de una herramienta de gestión específica para el sector turístico, adaptada de forma continua.
- Mayor satisfacción del cliente, debido a que el Sistema de Calidad permite conocer sus expectativas.
- Incorporación del establecimiento en un proceso de mejora continua.
- Reconocimiento por parte del sector turístico, operadores y clientes.
- Utilización de la "Q" como instrumento de promoción y comercialización.

Es por eso que ante la reticencia de los trabajadores, los gerentes deben apelar a la calidad como un elemento de diferenciación y competitividad para mantenerse un paso delante de los competidores, sin perder su cuota de mercado (Sánchez, 2012). La calidad es un sello de presentación para las empresas que se dedican al ámbito turístico y hotelero, con el fin de captar clientes y fidelizarlos a través de los excelentes servicios.

3.1.10 Cultura de servicio al cliente

Para enfocarse en el servicio al cliente se entenderá que se busca un nivel de excelencia al satisfacer las necesidades de la demanda (Publicaciones Vértice, 2008).

"Los beneficios que ofrece la cultura de servicios es contar con clientes satisfechos y otro reducir los costos en la cantidad de procesos" (De la Parra, 1996). Si se toma en cuenta los conceptos anteriores, se define que la cultura organizacional está directamente vinculada con los clientes, mismos que, son la base de una organización hotelera y lo que se busca es la satisfacción total de los mismos.

3.1.11 Fidelidad del cliente

Según Setó (2004), "la fidelidad o retención del cliente puede generar un incremento de los ingresos a través de las ventas de repetición". Se tiene en cuenta que la fidelidad es de suma importancia debido a que si es capaz de conseguir la fidelidad de los clientes excelentes, la competencia deberá sobrevivir con los clientes menos apetecidos, es lo que menciona Abascal (2002). Como parte fundamental de las estrategias de la empresa se busca la fidelidad del cliente para mejorar los ingresos.

3.1.12 Atención al cliente

Se dice que cliente es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa y la comunicación es parte fundamental, pues es la base de las buenas relaciones con el cliente. (PUCESE, 2013)

Lo menciona Peréz (2006), que la atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, enfocadas a identificar las necesidades del cliente y lograr satisfacerlas, de este método cubre sus expectativas y por lo tanto, crea o incrementa la satisfacción del cliente.

Pero Brown (1992), dice que la atención al cliente es la modalidad de gestión que comienza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. Una vez que se han identificado dichos factores, si alguien de los que constituye la organización es capaz de articularlos, de una forma sencilla y se crea algo duradero. Además está constituida por las acciones que realiza la empresa para lograr un aumento de nivel en la satisfacción de sus clientes y de esta manera poder liderar el mercado al cual se está enfocado (Paz, 2007).

"Un servicio es la actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra y en esencia, es intangible y no deriva en la posesión de nada". (Kotler y Armstrong citado por (Jimenez & Ortega, 2012). La atención al cliente es el conjunto de servicios que el cliente espera como consecuencia de la imagen de cada empresa, el costo y la reputación del producto o servicio que recibe.

3.1.13 Tipos de clientes

Normalmente se clasifican a los clientes por el volumen de ventas de cada cliente o por el margen bruto total de ventas por cliente (Diéz, Navarro, & Peral, 2003). Pero de acuerdo a la autora Bastos (2006) existe una clasificación según criterios objetivos que se detallan a continuación:

- Segmentación por criterios geográficos.
- Segmentación por criterios socioeconómicos – demográficos.
- Segmentación por criterios psicográficos.
- Segmentación por criterios relacionados con el producto.
- Segmentación por tipo de actividad económica.

- Segmentación según la capacidad de decisión.
- Segmentación según la frecuencia de compra.

En el ámbito turístico y hotelero es necesario tomar en cuenta los parámetros subjetivos más idóneos para la organización, pues es más complejo identificar el tipo de clientes de una forma objetiva.

3.1.14 Importancia del servicio al cliente

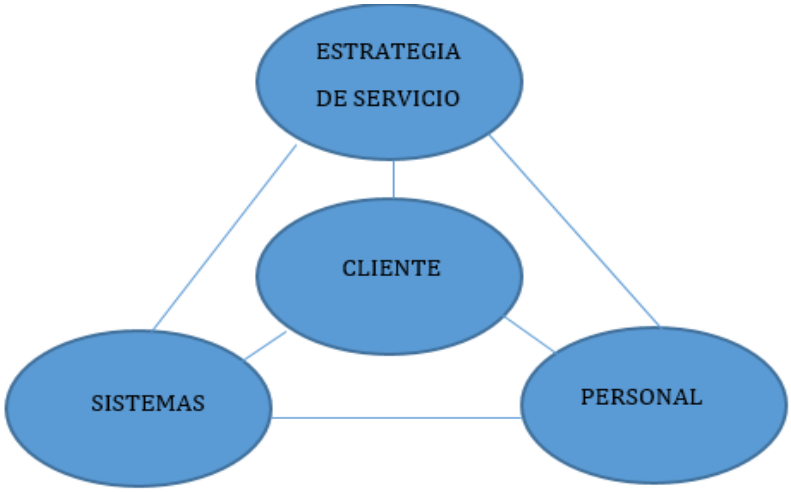
El servicio al cliente es entendido como la atención que ofrece una institución para dar un plus a los productos que se comercializan. La importancia radica en brindar un buen servicio y/o atención al cliente, se considera los siguientes puntos:

- La competencia es cada vez mayor, por lo que se hace muy necesario ofrecer un valor agregado.
- Los competidores cada vez más, se equipa en calidad y precio, por lo que se busca una diferencia o lo que sobre salga de los demás.
- Los clientes son cada vez más exigentes, buscan una buena atención.

El buen servicio, no solo se da durante el proceso de compra y venta, sino que también está presente luego de la venta, como puede ser:

- Llamar al cliente para conocer la impresión con respecto al producto
- Enviarle al cliente cartas o tarjetas de saludos
- No perder contacto con el cliente después de que haya utilizado el servicio. Ortega y Jiménez, (2012).

Ilustración 2: Triángulo del servicio



Fuente: Restrepo et al (2006).

Es importante saber mirar, escuchar y preguntar al cliente, porque gracias a la atención que se le brinda se promociona; hay que tener en cuenta que la mejor promoción es la que se realiza es de boca en boca. A continuación se detalla los distintos puntos: (PUCESE, 2013)

Tabla 1: Elementos para la Atención al Cliente

MIRE	ESCUCHE	PREGUNTE
• Si usted atiende a alguien, evite desviar la mirada de su oyente • Si sus ojos se distraen, su mente también lo hará • Evite distracciones y utilice sus ojos y oídos para concentrar su atención	• Nunca hay que interrumpir a un cliente mientras habla • Espere hasta que haya terminado de hablar, para ayudarlo • Recuerde que si el cliente habla, también compra.	• Al realizar preguntas bien pensadas, asegura al cliente con quien habla que usted es capaz de analizar y manejar la tarea asignada.

Fuente: Manual de atención al cliente

Se puede decir que el cliente es el factor más importante para el desarrollo de una empresa, puesto que son el principal eje que ayuda a la comercialización del producto o servicio que ofrece alguna compañía, sin la debida atención y la adecuada administración no podrá existir un desarrollo y mucho menos lograr encajar en el segmento del mercado que se determinó al inicio.

3.1.15 Evaluación al cliente

Conseguir nueva clientela o reemplazar a uno que se pierde no es nada fácil, debido a que actualmente se genera un vínculo entre la empresa y el personal, además entra al grado de la satisfacción del cliente. Lo que se pretende con la satisfacción y la evaluación de los clientes es dar una valoración objetiva a la percepción de los clientes sobre la actuación de la empresa y ver las complicaciones que se generen y poder dar solución inmediata y mejorar el rendimiento de las áreas. (Ministerio de Fomento de España, 2005)

La evaluación al cliente y la evaluación del cliente sobre la empresa son de suma importancia, ambos tipos de círculos deben mantener reuniones voluntarias e informales. La finalidad es poder generar la comprensión y superar problemas, nunca repartirse las culpas. Como lo menciona Brown (1992), existen métodos de evaluación tales como:

- Los reclamos del cliente deben ser valorados tanto por número como por tipo. La empresa tiene que ser consciente sino a corto o largo plazo se puede generar la pérdida de prestigio del establecimiento.
- Analizar los niveles de repetición de pedidos. (La meta es vender productos y servicios que no se vuelvan contra los clientes que vuelven). Controlar los niveles de repetición de pedidos y aumentar dentro de un ambiente cordial con el cliente.
- Utilizar compradores “secretos” o silenciosos para que adquieran el producto frente a los clientes en potencia y puedan constatar el servicio y la calidad de atención que se brinda.
- Realizar regularmente encuestas entre los clientes en las que las preguntas vayan con un enfoque direccionado hacia ellos. Cualquier encuesta anterior servirá de base para comparaciones interesantes y revaloradas.

La evaluación al cliente ayuda a tener un enfoque más claro de las posibles falencias existentes en la empresa, cada comentario que se haga con respecto a los servicios o productos que se brindan ayudara a mejorar o a mantener la calidad y así crear la fidelidad cliente-producto o cliente-servicio.

3.1.16 Evaluación de los clientes

La manera en que evalúan los clientes el nivel de calidad de algún servicio recibido tiene sus particularidades. Los usuarios no evalúan la calidad de un servicio sólo por el resultado final que

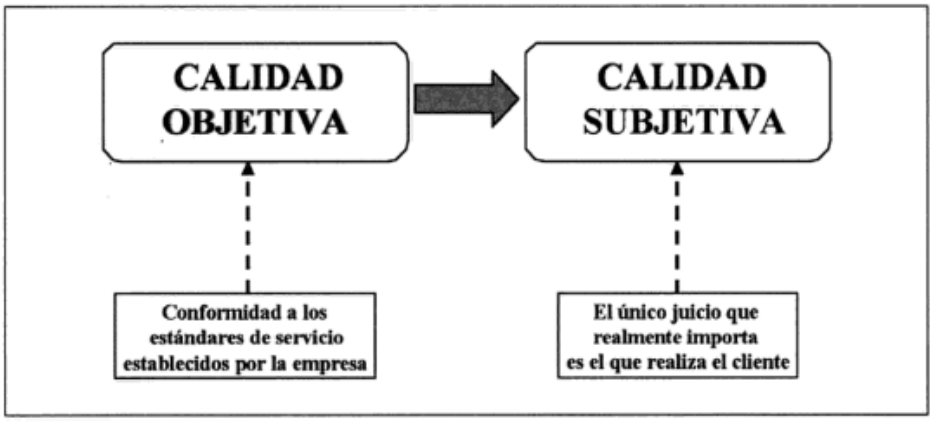
recibe, sino también toman en cuenta lo percibido a través del proceso de producción y entrega del mismo (Gosso, 2008).

Para realizar un estudio debido y obtener buenos resultados es preciso conocer ampliamente cómo opera el sistema de calidad hoy en día, por medio de técnicas de evaluación como son: entrevistas, encuestas, observación directa, documentación existente, etc. Que permitan obtener resultados que demostraran el nivel de eficacia de ésta.

Luego se analizará los resultados obtenidos para poder detectar las fallas en los elementos del sistema. Con base en éstos, se elaborara una propuesta que elimine las deficiencias encontradas y que proyecte una cultura organizacional orientada a la calidad del servicio al cliente (Fallas & Herrera, 1998).

En resumen, la evaluación puede considerarse como el proceso mediante el cual se determina si cierta cantidad de esfuerzo, tiempo y dinero, produce el impacto deseado, en el mayor número de personas a quienes se dirigen los servicios. La evaluación de los clientes hacia la empresa es el factor primordial porque de ellos depende si cumple o no con las expectativas que la persona tiene y son los encargados de catalogar la categoría en la que se encuentra dicha organización o producto.

Ilustración 3: Calidad Objetiva versus Calidad Subjetiva



Fuente: Seto, D. (2004).

3.1.17 Retención del Cliente

Un concepto es que "Para administrar la retención del cliente primero hay que conocer a fondo al cliente; luego se elaboran y aplican modelos para predecir qué clientes podrían retirarse" (Swift, 2002).

Para complementar la idea Smith (2000), señala, “aunque una organización produce el mejor producto y ofrece el servicio más eficaz del mundo, no tendrá éxito si no encamina todos los esfuerzos hacia encontrar lo que los clientes quieren y se lo ofrecen”. Sin clientes no prospera una empresa, por lo que debemos llegar a ellos, pero sobre todo mantenerlos, pues ese es el verdadero reto en las organizaciones.

3.1.18 Organización

La organización crea una estructura de trabajo de manera muy eficiente y productiva, es lo que define la autora Bartolomé (2018), y para complementar el concepto “podemos definir la organización como una entidad social, relativamente permanente, caracterizada por una estructura, un comportamiento y una especialización orientados a un mismo objetivo” (Gil & Celma, 2002). Para recalcar el concepto de organización no es el mismo que administración pero los dos se encuentran directamente relacionados dentro de una empresa.

3.1.19 Cultura organizacional

Para entender la cultura de una organización Robbins (2004) menciona que debemos tener en cuenta características, pues éstas son relativamente estables, surgen con el paso de los años y se arraiga en valores muy sólidos en los empleados, además contempla la filosofía dentro de la organización.

Pero se puede acotar que “es un sistema de significados se refiere a un conjunto de artefactos, creencias, normas, valores y premisas que tienen los miembros respecto a la organización” (Fernández & Sánchez, 1997). Por lo tanto se puede entender que la cultura organizacional es tanto intrínseca como extrínseca, pues se arraiga en los empleados, a través de las normativas, políticas, pero también en la pertinencia que poseen el mismo hacia la institución.

3.1.20 Comunicación en las organizaciones

“Las organizaciones en su forma más general están el en foco de atención de las ciencias sociales donde adquiere especial importancia la comunicación” (Lucas, 1997).

> El hablar del poder de la comunicación nos remite a la fuerza que el manejo profesional de la disciplina provoca en los diferentes ámbitos de su competencia dentro del micro y macro entorno organizacional.

> Es decir, se habla del beneficio holístico, integral, implicado en la certeza, sentido y vigor que una comunicación efectiva imprime a cualquier organización. (Rebeil, 2000).

La comunicación forma parte intrínseca de las empresas, pero en el servicio hotelero es la clave fundamental para fomentar una buena relación del cliente con la organización, además en esta parte el cliente genera su percepción acerca del servicio obtenido.

3.1.21 Gestión del Talento Humano

El objetivo es gestionar al personal que labora en la organización, pues ellos son las portadoras del conocimiento que no puede tratarse independientemente de las personas como seres sociales es lo que menciona Cuesta (Cuesta, 2010).

Hoy en día menciona Alles (2006), que se pide no solo la gestión del talento humano si no que se anexa la gestión por competencias, es decir que se definirá competencias específicas para mejorar el capital humano dentro de la selección, desempeño y desarrollo. Una pieza fundamental de las organizaciones es el talento humano que es la carta de presentación de la empresa hacia los clientes.

3.1.22 Desarrollo del factor humano como agente fundamental de la calidad

"Las prácticas específicas sobre cómo interpretar el papel a jugar por los trabajadores en el proceso productivo, otorgándoles y diseñándoles unas tareas o funciones concretas en una organización de proceso de trabajo" (Lahera, 2005).

El factor humano si bien se le conoce como el "recurso fundamental", o como "lo más valioso de las organizaciones" según lo dicen algunos estudiosos, puntualiza que esta argumentación no debe conducir al equívoco de ser convertido en "el principal y único (University of Texas, 1992). Como se aprecia en los conceptos anteriores si se busca el desarrollo de la organización, es necesario tomar en cuenta al talento humano como parte del mismo.

3.1.23 Planificación

Para Bartolomé (2018), la planificación desarrolla las actividades de una empresa para las condiciones que se generen a futuro, y así asegura el logro de sus objetivos.

Otro concepto de planificación resalta que están ligados los caminos hacia conseguir el futuro a con un sentido corporativo, mismos que pueden tener una planeación estratégica con planes operativos, menciona (París, 2005). Para las empresas es de suma importancia tener una buena planificación dentro de las mismas para la consecución de los objetivos.

3.1.24 Indicadores de calidad de servicio

Según lo propone Beltrán (1995) primero se identificará los factores críticos de éxito los mismos que son: la eficacia, eficiencia, productividad, calidad y resultado, los cuales permiten medir sí la organización tiene una buena gestión. Además se puede complementar este concepto con lo dicho por Puig -Durán (2006) con la existencia de dos tipos de indicadores dentro de la calidad de servicio:

Objetivos: Son fijados por la organización con diseños propios.

Subjetivos: se refiere a la calidad que percibe el cliente, como análisis de clientes, quejas y reclamos.

En base de los conceptos anteriores se puede definir que los indicadores a ser utilizados en las empresas que brindan alojamiento, son la base para conocer cómo percibe la calidad el cliente y cuál es el funcionamiento de las mismas.

3.1.25 Clasificación de los hostales y hoteles

La clasificación según la Ley de Turismo(2008) describe de la siguiente manera:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros

Subgrupo 1: Hoteles

- Hotel: de 5 a 1 estrella dorada
- Hotel Residencia: de 4 a 1 estrella dorada
- Hotel Apartamento: de 4 a 1 estrella dorada

Subgrupo 2: Hostales y Pensiones

- Hostales: de 3 a 1 estrella plateada
- Hostales Residenciales: de 3 a 1 estrella planteada
- Pensiones: de 3 a 1 estrella plateada

Subgrupo 3: Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas

- Hosterías: de 3 a 1 estrella plateada
- Moteles: de 3 a 1 estrella plateada
- Refugios: de 3 a 1 estrella plateada
- Cabañas: de 3 a 1 estrella plateada

Grupo 2.- Alojamiento Extra hotelero

- Complejos vacacionales: de 3 a 1 estrella plateada
- Campamentos: de 3 a 1 estrella plateada
- Apartamentos: de 3 a 1 estrella plateada

3.1.25.1 Descripción de los hostales

El hostal es todo establecimiento hotelero que mediante un precio, este preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea menor de 12 ni mayor a 29 habitaciones.

También se contara con el servicio de recepción, tener personal de mantenimiento y limpieza, una camarera por cada 18 habitaciones, comedor, lavandería, planchado y teléfono público en la recepción.

3.1.25.2 Descripción de las hosterías

Hostería es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las cercanías de las carreteras, que este dotado de jardines, zonas de recreación y deportes, en el que por medio de un precio se preste servicios de alojamiento y alimentación a todo el público, con una capacidad no menor a 6 habitaciones. Los servicios con los que debe contar son recepción, central telefónica para llamadas locales e internacionales y entre las habitaciones, botiquín de primeros auxilios.

3.1.25.3 Operaciones

3.1.25.3.1 Generalidades del servicio

La dirección se asegurara de la prestación de los servicios en condiciones controladas con la implementación de procedimientos para las operaciones del servicio de alojamiento. Para una

adecuada atención se contara con una definición de reglas documentadas de cortesía y trato a los clientes internos y externos.

Se manejara una política sobre los objetos olvidados por los clientes para su posterior devolución. La organización implementara un procedimiento documentado para manejar los objetos olvidados por los huéspedes en las habitaciones, para su posterior devolución en caso de reclamo.

3.1.25.3.2 Comunicación con el cliente y comercialización:

En la comunicación con el cliente y comercialización, la organización se asegurara:

a) El fácil acceso a la información y los documentos relacionados con las condiciones del servicio ofertado o contratado en cuanto a tarifas, horarios, formas de pago, condiciones y confirmación.

b) El material promocional impreso o digital con la información verídica y no ambigua de los servicios del establecimiento.

c) Proveer sin ambigüedad a los clientes las condiciones de la prestación del servicio y condiciones de uso de las instalaciones en castellano y en otro idioma extranjero.

d) Informar de prácticas de protección ambiental adoptadas por la organización.

e) Contar con un sistema de señalización de las áreas de uso común.

f) Implementar de un procedimiento documentado para la comercialización que incluya: la promoción, venta y la gestión de reservas

g) Contar con un instructivo para el personal encargado de la atención telefónica y de medios electrónicos para respuestas oportunas.

3.1.25.3.2.1 Oferta de servicios

En cuanto a la oferta de servicios de hospedaje, la dirección:

a) Planificara periódicamente la oferta.

b) Definirá tarifas para el alojamiento, calendarios, modalidades y otros servicios complementarios.

c) Exhibirá en un lugar visible, los precios de los diferentes servicios, a la venta y horarios de los servicios que se presta.

d) Informara los clientes en forma clara y visible los diferentes medios de pago.

3.1.25.3.3 Reservas

La gestión de reservaciones considerara la implementación de un procedimiento que incluye:

a) Informar a los clientes las políticas de servicio en la confirmación de la reserva como la hora límite de la misma.

b) Conocer en todo momento la ocupación del establecimiento.

c) Garantizar la reserva una vez confirmada.

d) Política de depósito, garantía y reembolso.

e) Comunicar al cliente con relacional el estado de lista de espera, considerar la capacidad del establecimiento.

f) Comunicar cambios ocurridos en la reserva, posteriores a la confirmación.

g) Comunicar internamente las disposiciones de ocupación y disponibilidad.

3.1.25.3.3.1 Registro de reservas

Registrará inmediatamente la reserva con:

a) Datos del cliente – huésped.

b) Cantidad de personas.

c) Cantidad y tipo de habitaciones.

d) Datos de contacto.

e) Tarifas y forma de pago.

f) Necesidad de traslados.

g) Fecha y hora de ingreso.

h) Otros requerimientos especiales en el caso de solicitarlos.

3.1.25.3.3.2 Compras

La organización dispondrá de un método para gestionar las compras de bienes y servicios para el establecimiento que asegure:

a) La identificación de bienes, servicios y proveedores críticos para la prestación.

b) La selección de proveedores que posean de preferencia operaciones o productos con certificados de calidad.

c) La información documentada y actualizada de proveedores.

d) Los registros de compra con información de los pedidos.

e) Los métodos de abastecimiento (mínimos y máximos) para asegurar la disponibilidad.

f) Los registros de verificación en la recepción de los bienes.

g) La compra de bienes, insumos y servicios locales de preferencia.

3.1.25.4 Prestación de servicio

3.1.25.4.1 Limpieza y acondicionamiento de habitaciones

La organización:

- Controlara el inventario de los productos de limpieza, materiales, blancos y equipos.
- Revisara el estado de los blancos para identificar roturas, manchas o cualquier otro defecto que requiera su cambio.
- Sustituirá los blancos de cama y baño en uso con frecuencia definida o reutilizar bajo expresa voluntad de los huéspedes en relación a la política ambiental.
- Asegurara la cantidad de blancos de cama y baño suficientes para prestar un servicio efectivo.

La organización dispondrá de un instructivo documentado para gestionar la limpieza y acondicionamiento de las habitaciones, que asegure:

a) Formas de trabajo profesionales para la ejecución de la limpieza de habitaciones y servicios sanitarios para uso exclusivo de huéspedes.

b) La limpieza y arreglo de las habitaciones vacías antes del horario establecido de ingreso de huéspedes.

c) La dotación de amenities.

d) La limpieza y arreglo de las habitaciones ocupadas con frecuencia diaria y en horarios convenientes a excepción de solicitud expresa del huésped.

e) Reabastecimiento de mini bar

f) Comunicar el horario de la limpieza de las habitaciones ocupadas.

El establecimiento, en caso de proveer alimentos y bebidas en la habitación como productos artículos de bienvenida, revisara el inventario y repone dichos artículos, con verificación en su caducidad.

3.1.25.4.2 Ingreso de huéspedes

La dirección implementara un procedimiento documentado para gestionar el ingreso de los huéspedes, en base a políticas previamente definidas y comunicadas por la organización a los clientes, que asegure:

a) El registro de ingreso de los huéspedes.

b) Facilite los trámites en caso de ingreso de grupos.

c) Posibilite el traslado y/o custodia del equipaje.

d) Facilite la orientación precisa para el acceso del huésped a la habitación, acompaña al huésped a la habitación. En este caso, la persona encargada de esta tarea abre la puerta, comprueba el estado de la habitación y el baño, ofrece al cliente la información básica sobre el manejo de equipos y principales horarios de los servicios.

e) Informe al cliente de cualquier circunstancia no habitual en el establecimiento como obras, limitaciones de horarios o servicios.

f) Brinde alternativas para clientes que llegan antes de la hora de ingreso o para los casos en que las habitaciones no estén disponibles a la llegada del huésped.

g) Informe acerca del límite de crédito al huésped, así como las acciones a realizar en caso de que dichos límites sean superados por el cliente.

3.1.25.4.3 Atención al huésped durante la estadía

La dirección asegurara que:

a) Las solicitudes del huésped durante su estadía se resuelvan en los tiempos estipulados por la organización.

b) Se disponga de información sobre sitios de interés, actividades sociales, culturales, entretenimientos y servicios.

c) Se cuente con personal que esté a disposición del huésped para atender y resolver sus quejas y solicitudes.

d) Disponga de un servicio para la recepción y entrega de mensajes dirigidos a los huéspedes.

e) Se confirme con el cliente la fecha y hora de salida previstas.

3.1.25.4.4 Atención telefónica y por medios electrónicos

La organización:

a) Dispondrá de un servicio de comunicación (internet, wifi, telefonía celular o fija, otros) para uso del huésped.

b) Informara al cliente de las tarifas y modo operativo del teléfono a su llegada al establecimiento.

c) Dispondrá de personal que se comunique en un idioma extranjero, en el caso de que el establecimiento lo requiera.

3.1.25.4.5 Servicio de alimentación

La organización de acuerdo a su clasificación ofrezca este servicio, dispondrá de un método para prestar el servicio (desayuno u otros), en base a políticas previamente definidas y comunicadas a los clientes, que asegure:

a) Se respete la modalidad de la oferta informada al cliente.

b) Se respete los horarios de inicio y fin del servicio, con alternativas.

c) La limpieza de los espacios de servicio ante cualquier incidente.

d) El montaje del salón acorde a lo establecido por la organización.

e) La prestación del servicio considera para ello un volumen de menaje, mantelería y elementos de soporte, según la capacidad del establecimiento.

f) Reponer los productos y garantizar el servicio durante el horario establecido.

NOTA 1. Se recomienda disponer de productos dietético.

NOTA 2. Se recomienda ofrecer productos regionales y agua purificada con registro sanitario.

3.1.25.4.6 Servicio a la habitación

La organización dispone de un método para gestionar el servicio de habitaciones, en base a políticas previamente definidas y comunicadas a los clientes, que asegure:

a) Disponer de una carta que contenga la variedad de productos que se ofrecen, sus precios, el horario del servicio y el método para realizar los pedidos.

b) La comunicación del plazo máximo de atención de los pedidos.

c) Las habitaciones cuenten con el mobiliario necesario para poder consumir los productos del servicio, o se provea del equipamiento para tal fin.

d) Recolección de utensilios y menaje utilizados.

e) Las condiciones de temperatura e higiene del servicio.

NOTA. Se recomienda que la carta se presente en un idioma extranjero, además del castellano.

3.1.25.4.7 Egreso de huéspedes

La organización:

a) Dispondrá de un procedimiento documentado para gestionar el egreso de los huéspedes que incluya la facturación y cobro de los servicios contratados y/o consumos, en base a políticas previamente definidas y comunicadas por la organización a los clientes.

b) Orientar de un método efectivo para la custodia de equipaje, en caso de prestar dicho servicio

3.1.25.4.8 Quejas y sugerencias

La dirección definirá, implementara, documentara y asignara el responsable de un sistema para el tratamiento y respuesta de quejas, reclamos y sugerencias de los clientes. Registrar los resultados.

3.2. Estado del Arte

De acuerdo a las investigaciones que se han tomado en cuenta para el presente trabajo se detallan a continuación

Según el sistema de evaluación de eficiencia en procesos de atención al cliente en las áreas de *front desk* y *a&b* en establecimientos hoteleros de tres estrellas del centro histórico de Quito:

El marco referencial permite concluir la gran importancia de la calidad del servicio en las industrias, su resultante generará un valor agregado cuyo beneficiario directo será cliente y a su vez, el establecimiento. Las teorías son claras en definir al capital humano como el eje primordial en todo proceso de apoyo, por lo que la organización debe invertir en mejorar las competencias laborales de su personal, esto se traduce en una notable reducción de recursos y la efectiva trascendencia de la empresa dentro de un mercado competitivo. Más aún, es necesario generar mayor conocimiento con relación a temas específicos como: eficiencia y calidad en atención al cliente en establecimientos de hospitalidad, fuentes de información valiosa para futuros temas de investigación (Arroyo & Chávez, 2015).

Y según la investigación sobre la satisfacción del cliente, influencia en la lealtad, en el análisis del destino Holguín muestra que "La relación entre satisfacción y disposición de retorno indica que en la medida que los visitantes se encuentran más satisfecho, presentan mayor disposición a retornar al destino" (Pérez, Martínez, Noda, & De Miguel, 2015). Es un punto a favor para generar una fidelidad en los turistas que viajen al Puyo.

En otra investigación de las competencias en el servicio al cliente y efectividad, dentro de la solución de problemas en las características para el sector turístico, menciona que: "Se encuentra necesario que el recurso y talento humano que se dedica al negocio se muestre pujante y en expansión, con seguridad vocacional y aprovecha su natural facilidad de servicio para ponerla en un

ágil vector de producción de riqueza y calidad de vida". (Botía & Orozco, 2012). Lo que permite comprender que los actores deben conocer sus funciones dentro de los establecimientos para mantener un servicio de calidad ante el turista.

En la investigación sobre la influencia del boca a boca y la publicidad no pagada en campañas de turismo caso *Quiteando* menciona "La conclusión de esta investigación fue que ambas herramientas son funcionales: el boca a boca tuvo menos alcance, pero mayor porcentaje de convencimiento que la publicidad no pagada, como en el caso en Facebook. Sin embargo, la publicidad no pagada ayudó a obtener más seguidores por ser la herramienta con mayor alcance". (Alarcón & Scaramutti, 2015). Por lo tanto si ofrecemos un servicio de calidad propendemos a que la fidelidad del cliente sea mayor y si por el contrario los servicios son de mala calidad pueden ser fatales para generar fidelización del viajero, lo que hace indispensable conocer el resultado sobre el servicio recibido.

El turismo es una preocupación constante para todos los gobiernos de los lugares que poseen recursos, como lo menciona el gobierno de Argentina, "Desarrollar la competitividad de las organizaciones turísticas del país a través de la aplicación de estándares de calidad que promueven la preservación de la sustentabilidad social, económica, cultural y ambiental" (Ministerio de Turismo Argentina, 2017). Y dentro de la calidad del servicio el Ministerio de Turismo del Ecuador busca que todos los factores que intervienen en esta actividad, deben ser ejecutados con estándares de calidad "Los Criterios son parte de la respuesta brindada por la comunidad turística a los desafíos mundiales que se plantean en los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas" (Ministerio de Turismo Ecuador, 2017).

Según otra investigación realizada en Nicaragua la realidad del turismo es muy parecida puesto que se encuentra que: La mayoría de los propietarios de las empresas turísticas del Balneario Las Peñitas – Pone Loya, no han recibido ningún tipo de capacitación en el área turística, pero si tienen conocimientos en otras áreas como administración y contabilidad, debido a que la mayoría de estos han trabajado para empresas propias e instituciones de gobierno en sus respectivos países, sin embargo, ninguno de ellos han recibido capacitaciones en el sector turístico lo que origina que las empresas turísticas de alojamiento no brinde un servicio de calidad. (Martínez, 2010).

En el trabajo de sistemas de calidad en el turismo: posibilidades y restricciones de su implementación en el Mar de Plata se concluye que: Aunque los empresarios y gerentes entrevistados expresan tener conocimiento sobre los Sistemas de Gestión de Calidad, no le asignan la misma valoración. Esta diferencia se observa, primordialmente, por los niveles de empresas estipulados. Son las empresas de nivel alto y medio quienes tienden a valorizar los Sistemas de Gestión de Calidad, aunque muy pocos los implementarían en sus empresas" (Castellucci, 2011).

Mientras que en el proyecto sobre la importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas, hace mención a que, "Es de suma importancia darle la atención necesaria a esta área de la empresa, sin importa giro o tamaño de estas, brinda una fortaleza a la entidad, para poder detectar a tiempo posibles riesgos que pueden llegar a convertirse en una amenaza, que pudieran ser irreparables" (Solorzano & Aceves, 2013). Es necesario conocer el tamaño y el alcance de la empresa, y en este caso del establecimiento hotelero para poder trabajar según las necesidades encontradas.

Al tener en cuenta la investigación llevada a cabo para la evaluación de la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción y las intenciones de comportamiento en el ámbito del turismo termal, permite ver que cualquier empresa que brinda sus servicios como los establecimientos hoteleros, se puede hacer una relación que "Muestra la importancia de medir la calidad de servicio unida a la satisfacción, se intenta determinar las intenciones de conducta de los consumidores, puesto que todas las dimensiones de la calidad de servicio han resultado tener un impacto directo y positivo en ellas" (Alén & Fraiz, 2006, pp. 171-183).

Una aplicación en empresas hoteleras, es de suma importancia según lo expuesto a continuación:
La investigación presenta también oportunidades para los gestores de los servicios hoteleros en la medida en que las informaciones recogidas son una razón por la cual una cultura de calidad en los servicios debe ser establecida y continuamente buscada. Mantener una constante interacción con los huéspedes y empleados a través de *feedback* permitirá a las organizaciones agilizar sus procesos y hacerlos flexibles y proporcionen de esta forma calidad en los servicios, una mayor productividad y el alcance de la ventaja competitiva en la medida en que la información de cada una de las interacciones con el cliente debe ser utilizada por toda la organización, lo que permitirá ofrecer productos y servicios." (Gadotti & França, 2008, pp. 175-186).

Como propone el Manual práctico de Calidad Hotelera para hoteles y alojamientos rurales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España (2013), refleja la importancia de calidad en el servicio: El éxito o fracaso de la consecución de la calidad en el sector turístico está intrínsecamente relacionado con la cultura de la calidad. Todos los empleados, independientemente de sus roles o tareas han de estar mentalizados de que el cumplimiento de la calidad en la forma de desempeñar sus puestos de trabajo puede marcar la diferencia entre ser un alojamiento de calidad y no serlo". (p. 3)

Además se encontró el trabajo de Suarez (2015), quien dice que es importante generar empatía en el servicio para establecer una relación integral con el cliente, el cual permitirá generar una mejor perspectiva de priorización hacia el servicio y el cliente, con el fin de generar una fidelización del cliente hacia los servicios hoteleros.

Y algo muy importante a ser tomado en cuenta según Palacios (2014), quien indica que existen indicadores importantes en la evaluación del servicio, como es la fiabilidad, la validez, los mismos que permiten medir los atributos de la calidad del servicio y los cuales son factores importantes para la decisión de fidelidad del cliente. Además existe la percepción que la calidad del servicio depende de la validez de los mismos, lo que el cliente tenga para generar una lealtad y la capacidad organizacional para proporcionarlos.

Como lo menciona la investigación de la propuesta de indicadores de gestión para la medición de los recursos productivos e improductivos en las empresas de servicios hoteleros del D.M. de Quito: Es importante reconocer la relevancia del presente trabajo de investigación al asociar distintas variables organizacionales, económicas y financieras para la estructuración de indicadores de gestión, los mismos que mejoran la metodología de tratamiento de información y su interpretación al momento de medir el rendimiento del servicio de la industria hotelera de la ciudad de Quito.

Capítulo 4

Metodología

4.1. Diagnóstico

Para la elaboración del diagnóstico se tomó en cuenta una lista de observación y de cotejo para fundamentar los datos que se tuvieron de la institución y así se pueda contar con información fehaciente de la situación inicial.

Una vez que se obtuvieron los datos se procede a la elaboración del POAM y PCI con el fin de crear una matriz de priorización y que permita el paso a la matriz FODA con cada una de sus estrategias del FO-FA-DO-DA.

4.2. Método(s) aplicado(s)

El método cualitativo se fundamenta en la medición de los aspectos de fenómenos sociales, lo cual supone se deriva de un marco conceptual pertinente a una problemática, pero este método tiende a generalizar y normalizar resultados. (Bernal, 2006)

El enfoque de esta investigación es cualitativo, se utiliza la recolección de datos sin medición numérica que da paso al proceso de interpretación dentro de una investigación. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2008). Es por este motivo que para el presente trabajo al ser una evaluación para un sistema de la evaluación de la calidad.

4.2.1 Modalidad de la investigación

La modalidad de la investigación que se utilizó en el presente proyecto es la bibliográfica, gran parte de la información es recopilada de registros, libros y documentos dentro de la organización para que se pueda realizar la evaluación del sistema de la evaluación de la calidad

La investigación de campo también es otra modalidad que se utilizó porque se tuvo que ir a los lugares donde se genera el sistema de la evaluación de la calidad.

4.2.2 Técnicas de la investigación

Las técnicas que se utilizaron para el presente proyecto son:

4.2.2.1 Observación directa

Esta técnica fue utilizada porque se realiza en el campo, en el aula, en la casa o en el laboratorio, sin que se haga alguna intervención para que los organismos se comporten de un modo diferente al que usualmente lo hacen (Castro, 2005). La observación es la más utilizada entre las técnicas de investigación; la observación sugiere y motiva los problemas y conduce directamente a la necesidad de la sistematización de los datos (Rodriguez, 2005).

4.2.2.2 Lista de chequeo

Se puede mencionar que la calidad de la evaluación depende del grado en que estos elementos están explícitos y la consistencia de su manejo o elaboración (Crowther, 1993). Este es el instrumento que se usa con más frecuencia para la recolección de datos durante una observación estructurada, la misma que permite al evaluador describir un programa con detalle y de manera cuidadosa (Chopra, Patel, & Sanders, 2007).

4.3 Materiales y herramientas

Los materiales empleados en el presente proyecto son:

Diagnóstico Situacional de la Institución

- Ficha de observación directa
- Lista de Chequeos

Recolección: Criterio de especialistas en la gestión hotelera y administración

- Lista de Chequeo

Evaluación Preliminar

- Lista de Chequeo

Los instrumentos que se utilizaron son: la ficha de observación y la lista de cotejo, para luego proceder al respectivo análisis de la información obtenida de los dueños de los locales encuestados y con la ayuda de expertos para conocer qué información es de mayor relevancia para un funcionamiento óptimo de los establecimientos que ofrecen servicios para los turistas.

Capítulo 5

Resultados

5.1. Producto final del proyecto de titulación

La propuesta que se plantea es la siguiente:

Objetivo General

Diseñar una herramienta de gestión para la mejora de la calidad en el servicio dentro de los establecimientos hoteleros como Hosterías, Hostales y Hoteles en la ciudad del Puyo.

Objetivos Específicos

- Identificar las dimensiones de la calidad para el servicio a ser utilizados.
- Crear un manual para un sistema de evaluación de calidad en el servicio al cliente que ayude a mejorar la prestación de servicios de alojamiento.
- Fomentar una cultura de calidad dentro de los establecimientos hoteleros en la ciudad del Puyo para mejorar el servicio al cliente.

5.1.1 Realizar un análisis FODA sobre la evaluación de la calidad del servicio en los hostales, hosterías del Puyo

A continuación se desglosan en matrices el análisis FODA realizado a los establecimientos hoteleros de mayor jerarquía de la ciudad, se toma en cuenta que en el Puyo su gran mayoría son hosterías y hostales los que brindan servicio de alojamiento.

5.1.1.1 Análisis Externo

Tabla 2: Matriz POAM

POAM del Estructurar un sistema de evaluación de la calidad del servicio en las Hostales de la ciudad del Puyo									
Factores	**Oportunidad**			**Amenazas**			**Impacto**		
	Alto	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**
Factores Económico									
El turístico genera nuevas fuentes de empleo	X						X		
Decrecimiento de la economía del país					X			X	
Incremento de impuestos				X			X		
Política de remuneraciones a los empleados					X			X	
Factores Políticos									
Inestabilidad política del país					X			X	
Turismo como prioridad del gobierno	X						X		
Apoyo gubernamental		X						X	
Cambio repentino de las leyes				X			X		
Iniciativa privada como pilar fundamental del sector turístico	X						X		
Factores Sociales y Cultural									
Seguridad pública				X			X		
Personal no capacitado en turismo					X			X	
Estructura socioeconómica						X			X
Conformismo de las personas					X			X	
Turismo social en ascenso		X						X	
Factores Naturales									
Desastres naturales					X			X	
Ubicación y características del entorno	X						X		
Variabilidad climática				X			X		

Elaborado por: Silva, A. (2018).

En la tabla anterior se puede identificar las tendencias que marcan diferencias entre las oportunidades y las amenazas, para de esta manera se pueda conocer cuáles son prioritarias y del cual se desglosa la siguiente información para conocer el factor o los factores más influyentes.

Tabla 3: Factores más influyentes del POAM

Calificación / Factores	GRADO Oportunidades			GRADO Amenazas			IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Económico	X				X		X		
Político	X				X		X		
Sociales y Culturales		X			X			X	
Naturales	X				X		X		

Elaborado por: Silva, A. (2018).

5.1.1.2 Análisis Interno

En el presente punto se evalúa la situación presente con el fin de obtener el perfil de capacidad interna que se muestra a continuación:

Tabla 4: Matriz PCI

PCI del Estructurar un sistema de evaluación de la calidad del servicio en las Hostales de la ciudad del Puyo									
Capacidades	**Fortalezas**			**Debilidades**			**Impacto**		
	Alto	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**
Capacidad Directiva									
Personal administrativo empírico					X			X	
Inexistencia de procesos para la evaluación en la atención al cliente				X			X		
Políticas y normativas internas desenfocadas de la realidad				X			X		
Falta de innovación en la generación de ideas				X			X		
Creación de metas a corto mediano y largo plazo				X			X		
Capacidad del Talento Humano									
Falta de comprometimiento con la organización				X			X		

Poca iniciativa en la prestación de servicios				X			X		
Personal multifuncional				X			X		
Alta rotación en el personal				X			X		
Capacidad Competitiva									
Inexistencia de procesos estandarizados				X				X	
Instalaciones que ofrecen al turista		X						X	
Calidad en el servicio	X						X		
Precios accesibles		X						X	
Seguridad que ofrecen al cliente		X						X	
Ubicación del inmueble	X						X		
Accesibilidad							x		
Servicios que ofrecen al turista		X						X	

Elaborado por: Silva, A. (2018).

En la tabla anterior se observa que existen grandes debilidades dentro de la capacidad de la directiva, y capacidad del talento humano, lo mismo que representa un grave problema para la empresa.

Tabla 5: Capacidades del impacto del PCI

Calificación	**GRADO**			**GRADO**			**IMPACTO**		
	Debilidades			**Fortalezas**					
Capacidad	**Alto**	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**
Directiva	X						X		
Talento Humano	X						X		
Competitiva	X						X		

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Con el cuadro anterior se puede evidenciar que la puntuación más alta posee el ítem alto.

5.1.1.3 Matrices de priorización

Por consiguiente se procede a realizar matrices de priorización con todos los elementos del FODA. Matriz de Amenazas: En la presente matriz se identifica las amenazas que mayor relevancia tiene dentro del presente proyecto.

Tabla 6: Matriz de Amenazas

AMENAZAS	Decrecimiento de la economía del país	Incremento de impuestos	Política de remuneraciones a los empleados	Inestabilidad política del país	Cambio repentino de las leyes	Seguridad pública	Personal no capacitado en turismo	Estructura socioeconómica	Conformismo de las personas	Desastres naturales	Variabilidad climática	**TOTAL**
Decrecimiento de la economía del país	0	2	1	3	2	3	3	2	1	1	3	21
Incremento de impuestos	2	0	1	1	2	3	3	1	1	1	1	16
Política de remuneraciones a los empleados	1	1	0	2	2	3	3	3	1	1	1	18
Inestabilidad política del país	3	1	2	0	2	3	2	1	1	1	1	17
Cambio repentino de las leyes	2	2	2	2	0	3	2	1	1	1	3	19
Seguridad pública	3	3	3	3	3	0	2	1	1	1	3	23
Personal no capacitado en turismo	3	3	3	2	2	2	0	1	3	1	1	21
Estructura socioeconómica	2	1	3	1	1	1	1	0	2	1	3	16
Conformismo de las personas	1	1	1	1	1	1	3	2	0	1	1	13
Desastres naturales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	3	12
Variabilidad climática	3	1	1	1	1	3	3	1	3	3	0	20

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Matriz de Oportunidades: En la siguiente matriz se identifica las principales oportunidades

Tabla 7: Matriz de Oportunidades

OPORTUNADADES	El turístico genera nuevas fuentes de empleo	Turismo como prioridad del gobierno	Apoyo gubernamental	Iniciativa privada como pilar fundamental del sector turístico	Turismo social en ascenso	Ubicación y características del entorno	**TOTAL**
El turístico genera nuevas fuentes de empleo	0	3	1	3	3	3	13
Turismo como prioridad del gobierno	3	0	2	2	3	3	13
Apoyo gubernamental	1	2	0	1	2	3	9
Iniciativa privada como pilar fundamental del sector turístico	3	2	1	0	1	3	10
Turismo social en ascenso	3	3	2	1	0	2	11
Ubicación y características del entorno	3	3	3	3	2	0	14

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Matriz de Debilidades: En la tabla que se muestra a continuación se ubican las debilidades que son prioritarias.

Tabla 8: Matriz de Debilidades

DEBILIDADES	Personal administrativo empírico	Inexistencia de procesos para la evaluación en la atención al cliente	Políticas y normativas internas desenfocadas de la realidad	Falta de innovación en la generación de ideas	Creación de metas a corto mediano y largo plazo	Falta de comprometimiento con la organización	Poca iniciativa en la prestación de servicios	Personal multifuncional	Alta rotación en el personal	Inexistencia de procesos estandarizados	**Total**
Personal administrativo empírico	0	3	3	2	3	1	2	3	3	3	20
Inexistencia de procesos para la evaluación en la atención al cliente	3	0	3	2	3	3	1	3	2	3	20
Políticas y normativas internas desenfocadas de la realidad	3	3	0	2	2	2	1	1	3	3	17
Falta de innovación en la generación de ideas	2	2	2	0	3	3	2	1	1	2	16
Creación de metas a corto mediano y largo plazo	3	3	2	3	0	2	1	1	1	3	16
Falta de comprometimiento con la organización	1	3	1	3	2	0	3	3	3	1	19
Poca iniciativa en la prestación de servicios	2	1	1	2	1	3	0	3	3	3	16
Personal multifuncional	3	3	1	1	1	3	3	0	3	3	18
Alta rotación en el personal	3	2	3	1	1	3	3	3	0	3	19
Inexistencia de procesos estandarizados	3	3	3	2	3	1	3	3	3	0	24

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Matriz de Fortalezas: A continuación se presenta las fortalezas con su respectiva valoración.

Tabla 9: Matriz de Fortalezas

FORTALEZA	Instalaciones que ofrecen al turista	Calidad en el servicio	Precios accesibles	Seguridad que ofrecen al cliente	Ubicación del inmueble	Vías de acceso	Servicios que ofrecen al turista	Total
Instalaciones que ofrecen al turista	0	3	1	3	2	2	3	14
Calidad en el servicio	3	0	2	3	2	3	3	16
Precios accesibles	1	2	0	3	2	3	2	13
Seguridad que ofrecen al cliente	3	3	3	0	2	3	3	17
Ubicación del inmueble	2	2	2	2	0	2	2	12
Accesibilidad	2	3	3	3	2	0	2	15
Servicios que ofrecen al turista	3	3	2	3	2	2	0	15

Elaborado por: Silva, A. (2018).

5.1.1.4 Matriz FODA

En la siguiente tabla se observa las cinco principales: Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas; los cuales forman la matriz FODA.

Tabla 10: Matriz FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	Seguridad que ofrecen al cliente	**D1**	Inexistencia de procesos estandarizados
F2	Calidad en el servicio	**D2**	Personal administrativo empírico
F3	Vías de acceso	**D3**	Inexistencia de procesos para la evaluación en la atención al cliente
F4	Accesibilidad	**D4**	Falta de comprometimiento con la organización
F5	Instalaciones que ofrecen al turista	**D5**	Alta rotación en el personal
OPORTUNIDADES		**AMENAZAS**	
O1	Ubicación y características del entorno	**A1**	Seguridad pública

O2	El turístico genera nuevas fuentes de empleo	**A2**	Personal no capacitado en turismo
O3	Turismo como prioridad del gobierno	**A3**	Decrecimiento de la economía del país
O4	Turismo social en ascenso	**A4**	Variabilidad climática
O5	Iniciativa privada como pilar fundamental del sector turístico	**A5**	Cambio repentino de las leyes

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Matriz FO FA DO DA

Tabla 11: Matriz FO-FA-DO-DA

Ambiente Externo / Ambiente Interno	**OPORTUNIDADES**					**AMENAZAS**				
	O1	**O2**	**O3**	**O4**	**O5**	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**
FORTALEZAS	**FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES ESTRATEGIAS AGRESIVAS (FO)** Usar las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades del mercado					**FORTALEZAS Y AMENAZAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS (FA)** Usar las fortalezas de la institución para para evitar el impacto de las amenazas				
F1										
F2										
F3										
F4										
F5										
DEBILIDADES	**DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES ESTRATEGIAS CONSERVADORAS (DO)** Desaparecer las debilidades se toma ventaja de las oportunidades					**DEBILIDADES Y AMENAZAS ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (DA)** Reducir las debilidades de la institución y evitar las amenazas				
D1										
D2										
D3										
D4										
D5										

Elaborado por: Silva, A. (2018).

La realización del diagnóstico interno y externo del FODA realizado a las hostales y hosterías.

- Las Estrategias Agresivas: Son Fortalezas y Oportunidades (combinación)
- Las Estrategias Competitivas: Son Fortalezas y Amenazas (combinación)
- Las Estrategias Conservadoras: Son Debilidades y Oportunidades (fusión)
- Las Estrategias Defensivas: Son Debilidades y Amenazas (fundamentadas)

5.1.2 Identificar las estrategias principales con cada uno de los objetivos para la generación de los objetivos a ser ejecutados.

Tabla 12: Matriz FODA de Sistema de Evaluación de Calidad

Matriz FODA del Sistema de Evaluación de la calidad del servicio										
ESTRATEGIAS		**OPORTUNIDADES**					**AMENAZAS**				
		O1	**O2**	**O3**	**O4**	**O5**	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**
		Ubicación y características del entorno	El turístico genera nuevas fuentes de empleo	Turismo como prioridad del gobierno	Turismo social en ascenso	Iniciativa privada como pilar fundamental del sector turístico	Seguridad pública	Personal no capacitado en turismo	Decrecimiento de la economía del país	Variabilidad climática	Cambio repentino de las leyes
FORTALEZAS		**ESTRATEGIAS AGRESIVAS (FO)**					**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS (FA)**				
F1	Seguridad que ofrecen al cliente	F1. F4. - O4. 1.1. Aprovechar las instalaciones, las vías de acceso y la ubicación de los alojamientos para la creación de nuevas fuentes de empleo. F2. F4. - O3. O5 2.1. Potencializar el servicio con la seguridad que se ofrece al cliente para el aprovechamiento del turismo social. F3. F5 - O1. O2. 3.1. Utilizar el apoyo del gobierno de la mano de la iniciativa privada de los dueños prestadores de servicio para mejorar la calidad del servicio.					F1. - A1. 1.2. Optimizar los recursos en cuanto a servicio y calidad para afrontar el decrecimiento de la economía y el cambio de leyes. F2. F4. - A3. A4 2.2. Mejorar la calidad de servicio para contrarrestar la variación climática y mejorar la economía local. F2. F3. F4. F5. - A1. A2. A5 3.2. Reclutar personal capacitado en turismo que controle la seguridad del lugar para resguardar la integridad de los clientes.				
F2	Calidad en el servicio										
F3	Vías de acceso										
F4	Accesibilidad										
F5	Instalaciones que ofrecen al turista										
DEBILIDADES		**ESTRATEGIAS CONSERVADORAS (DO)**					**ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (DA)**				
D1	Inexistencia de procesos estandarizados	D2. - O1. 1.3. Aprovechar la ubicación y características del lugar, con personal preparado para las distintas situaciones. D1. D3. - O4. O5. 2.3. Creación de procesos para la captación de nuevos clientes con la iniciativa privada. D4. D5. - O2. O3. 3.3. Crear nuevos puestos de trabajo con el apoyo del gobierno para tener personal de planta comprometido con la organización.					D2. D4. D5. - A2. 1.4. Realizar evaluaciones de atención al cliente con el fin de mejorar los servicios sin importar factores externos. D1. D3. D5. - A3. A4. A5. 2.4. Capacitar al personal para tener trabajadores leales a la empresa. D1. D2. D3. - A1. 3.4. Fomentar políticas internas para generar seguridad en los clientes.				
D2	Personal administrativo empírico										
D3	Inexistencia de procesos para la evaluación en la atención al cliente										
D4	Falta de comprometimiento con la organización										
D5	Alta rotación en el personal										

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 13: Matriz FODA Estrategias - Objetivo 1

Objetivo 1:		Reconocer los componentes básicos para la evaluación en la calidad de servicio.									
ESTRATEGIAS		**OPORTUNIDADES**					**AMENAZAS**				
		O1	**O2**	**O3**	**O4**	**O5**	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**
		Ubicación y características del	El turístico genera nuevas fuentes de empleo	Turismo como prioridad del gobierno	Turismo social en ascenso	Iniciativa privada como pilar fundamental del sector turístico	Seguridad pública	Personal no capacitado en turismo	Decrecimiento de la economía del país	Variabilidad climática	Cambio repentino de las leyes
FORTALEZAS		**ESTRATEGIAS AGRESIVAS (FO)**					**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS (FA)**				
F1	Seguridad que ofrecen al cliente	F1. F4. - O4. 1.1. Aprovechar las instalaciones, las vías de acceso y la ubicación de los alojamientos para la creación de nuevas fuentes de empleo.					F1. - A1. 1.2. Optimizar los recursos en cuanto a servicio y calidad para afrontar el decrecimiento de la economía y el cambio de leyes.				
F2	Calidad en el servicio										
F3	Vías de acceso										
F4	Servicios que ofrecen al turista										
F5	Instalaciones que ofrecen al turista										
DEBILIDADES		**ESTRATEGIAS CONSERVADORAS (DO)**					**ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (DA)**				
D1	Inexistencia de procesos estandarizados	D2. - O1. 1.3. Aprovechar la ubicación y características del lugar, con personal preparado para las distintas situaciones.					D2. D4. D5. - A2. 1.4. Realizar evaluaciones de atención al cliente con el fin de llamar a los clientes, con mejoras a los servicios sin importar factores externos.				
D2	Personal administrativo empírico										
D3	Inexistencia de procesos para la evaluación en la atención al cliente										
D4	Falta de comprometimiento con la organización										
D5	Alta rotación en el personal										

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 14: Matriz FODA Estrategias - Objetivo 2

Objetivo 2:		Establecer procesos que permitan la evaluación de las dimensiones en la calidad del servicio.									
ESTRATEGIAS		**OPORTUNIDADES**					**AMENAZAS**				
		O1	**O2**	**O3**	**O4**	**O5**	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**
		Ubicación y características del entorno	El turístico genera nuevas fuentes de empleo	Turismo como prioridad del gobierno	Turismo social en ascenso	Iniciativa privada como pilar fundamental del	Seguridad pública	Personal no capacitado en turismo	Decrecimiento de la economía del país	Variabilidad climática	Cambio repentino de las leyes
FORTALEZAS		**ESTRATEGIAS AGRESIVAS (FO)**					**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS (FA)**				
F1	Seguridad que ofrecen al cliente	F2. F4. - O3. O5 2.1. Potencializar el servicio con la seguridad que se ofrece al cliente para el aprovechamiento del turismo social.					F2. F4. - A2 2.2. Mejorar la calidad de servicio, con capacitación al personal de la empresa sin importar la variación climática.				
F2	Calidad en el servicio										
F3	Vías de acceso										
F4	Servicios que ofrecen al turista										
F5	Instalaciones que ofrecen al turista										
DEBILIDADES		**ESTRATEGIAS CONSERVADORAS (DO)**					**ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (DA)**				
D1	Inexistencia de procesos estandarizados	D1. D3. - O4. O5. 2.3. Crear procesos para la captación de nuevos cliente, con la iniciativa privada.					D1. D3. D5. - A3. A4. A5. 2.4. Capacitar al personal para tener trabajadores leales a la empresa.				
D2	Personal administrativo empírico										
D3	Inexistencia de procesos para la evaluación en la atención al cliente										
D4	Falta de comprometimiento con la organización										
D5	Alta rotación en el personal										

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 15: Matriz FODA Estrategias - Objetivo 3

Objetivo 3:		Elaboración del manual para la atención al cliente dentro para los prestadores de servicio de alojamiento.									
ESTRATEGIAS		**OPORTUNIDADES**					**AMENAZAS**				
		O1	**O2**	**O3**	**O4**	**O5**	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**
		Ubicación y características del entorno	El turístico genera nuevas fuentes de empleo	Turismo como prioridad del gobierno	Turismo social en ascenso	Iniciativa privada como pilar	Seguridad pública	Personal no capacitado en turismo	Decrecimiento de la economía del país	Variabilidad climática	Cambio repentino de las leyes
FORTALEZAS		**ESTRATEGIAS AGRESIVAS (FO)**					**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS (FA)**				
F1	Seguridad que ofrecen al cliente	F3. F5 - O1. O2. 3.1. Utilizar el apoyo del gobierno de la mano de la iniciativa privada de los dueños prestadores de servicio para mejorar la calidad del servicio.					F2. F3. F4. F5. - A1. A2. A5 3.2. Reclutar personal capacitado en turismo que controle la seguridad del lugar para resguardar la integridad de los clientes.				
F2	Calidad en el servicio										
F3	Vías de acceso										
F4	Servicios que ofrecen al turista										
F5	Instalaciones que ofrecen al turista										
DEBILIDADES		**ESTRATEGIAS CONSERVADORAS (DO)**					**ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (DA)**				
D1	Inexistencia de procesos estandarizados	D4. D5. - O2. O3. 3.3. Crear nuevos puestos de trabajo con el apoyo del gobierno para tener personal de planta comprometido con la organización.					D1. D2. D3. - A1. 3.4. Fomentar políticas internas para generar seguridad en los clientes.				
D2	Personal administrativo empírico										
D3	Inexistencia de procesos para la evaluación en la atención al cliente										
D4	Falta de comprometimiento con la organización										
D5	Alta rotación en el personal										

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 16: Plan de Acción - Objetivo 1

Plan de Acción Objetivo N.- 1						
Plan de Acción						
OBJETIVO ESTRATÉGICO N.- 1: Identificar los componentes básicos para la evaluación en la calidad de servicio.						
ESTRATEGIAS	**ACTIVIDADES**	**METAS**	**INDICADORES**	**RECURSOS**	**RESPONSABLE**	**RESULTADOS ESPERADO**
F1. F4. - O4. 1.1. Aprovechar las instalaciones, las vías de acceso y la ubicación de los alojamientos para la creación de nuevas fuentes de empleo.	1.1.1. Incrementar el ingreso de clientes al establecimiento con mejoras en la calidad del servicio.	Incrementar los clientes al mejorar el servicio.	Número de incremento de clientes	Humano, Material, económico	Área Administrativa	Incremento de clientes
F1. - A1. 1.2. Optimizar los recursos en cuanto a servicio y calidad para afrontar el decrecimiento de la economía y el cambio de leyes.	1.2.1. Identificar las dimensiones de la calidad de servicio.	Identificar los componentes para de las dimensiones de calidad	Número de dimensiones de calidad	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Dimensiones de calidad identificadas y evaluadas
D2. - O1. 1.3. Aprovechar la ubicación y características del lugar, con personal preparado para las distintas situaciones.	1.3.1. Mejorar la experiencia del cliente, con personal preparado.	Tener personal capacitado	Personal capacitado dentro del establecimiento	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Contratación del personal capacitado en las diferentes áreas
D2. D4. D5. - A2. 1.4. Realizar evaluaciones de atención al cliente con el fin de mejorar los servicios sin importar factores externos.	1.4.1. Diseñar una matriz con las líneas de acción y sus elementos para cada dimensión priorizada.	Matriz con líneas de acción bien definidas	Número de líneas de acción en de la matriz	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Matriz con líneas de acción

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 17: Plan de Acción - Objetivo 2

Plan de Acción Objetivo N.- 2						
Plan de Acción						
OBJETIVO ESTRATÉGICO N.- 2: Establecer procesos que permitan la evaluación de las dimensiones en la calidad del servicio.						
ESTRATEGIAS	**ACTIVIDADES**	**METAS**	**INDICADORES**	**RECURSOS**	**RESPONSABLE**	**RESULTADOS ESPERADO**
F2. F4. - O3. O5 2.1. Potencializar el servicio con la seguridad que se ofrece al cliente para el aprovechamiento del turismo social.	2.1.1. Elaborar un plan de seguridad institucional con pasos a seguir.	Crear un plan de seguridad.	Plan elaborado	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Plan aprobado
	2.1.2. Identificar los sitios vulnerables y puntos estratégicos para colocación de un sistema de seguridad	Implementar el sistema de seguridad	Puntos vulnerables identificado	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Informe de la implementación del sistema.
F2. F4. - A3. A4 2.2. Mejorar la calidad de servicio para contrarrestar la variación climática y mejorar la economía local.	2.2.1. Identificar alternativas de mejora para los servicios	Mejorar los servicios para solventar el problema del clima	Número de mejoras para evitar problemas climáticos	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Lista de mejoras realizadas.
D1. D3. - O4. O5. 2.3. Crear procesos para mejorar el servicio con el fin de captar nuevos clientes con la iniciativa privada.	2.3.1. Identificar los procesos básicos desde el ingreso hasta la salida del cliente dentro de un establecimiento hostelero	Conocer los procesos básicos desde el ingreso a la salida del cliente	Procesos identificados	Humano, Material	Área Administrativa	Procesos identificados
	2.3.2. Identificar los procesos básicos para la atención del cliente dentro de un establecimiento hotelero	Conocer los procesos básicos para atención al cliente	Número de procesos en la atención al cliente	Humano, Material	Área Administrativa	Procesos identificados
	2.3.3. Mejorar la calidad del servicio, con propuestas de mejoras físicas dentro del establecimiento	Identificar las mejoras físicas dentro del establecimiento	Mejoras físicas realizadas	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Mejorar la calidad del servicio con mejoras en las instalaciones.
D1. D3. D5. - A3. A4. A5. 2.4. Capacitar al personal para tener trabajadores leales a la empresa.	2.4.1. Identificar los perfiles de ingreso para los puestos de trabajo	Crear perfiles de ingreso para los diferentes puestos de trabajo	Perfiles identificados	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Perfiles de los empleados identificados
	2.4.2. Generar capacitaciones para los empleados a partir de los resultados de las evaluaciones del cliente	Capacitar a los empleados para mejorar las debilidades	Capacitaciones identificadas.	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Empleados capacitados para mejorar la calidad de servicio
	2.4.3. Generar incentivos a los trabajadores de acuerdo al desempeño de han tenido	Conservar al personal comprometido con la organización	Número de incentivos entregados.	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Personal comprometido con su trabajo y la organización

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 18: Plan de Acción - Objetivo 3

Plan de Acción Objetivo N.- 3						
Plan de Acción						
OBJETIVO ESTRATÉGICO N.- 3: Elaborar un manual para la atención al cliente dentro para los prestadores de servicio de alojamiento.						
ESTRATEGIAS	**ACTIVIDADES**	**METAS**	**INDICADORES**	**RECURSOS**	**RESPONSABLE**	**RESULTADOS ESPERADO**
F3. F5 - O1. O2. 3.1. Utilizar el apoyo del gobierno de la mano de la iniciativa privada de los dueños prestadores de servicio para mejorar la calidad del servicio.	3.1.1. Consultar la posibilidad de buscar financiamiento para las mejoras internas del establecimiento	Mejorar las instalaciones del establecimiento	Mejoras realizadas con financiamiento	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Instalaciones que cubran todas las necesidades del consumidor
F2. F3. F4. F5. - A3. A5 3.2. Aprovechar la seguridad existente en el lugar para resguardar la integridad de los clientes.	3.2.1. Colocar un sistema de seguridad con cámaras dentro del establecimiento	Contar con un sistema de seguridad en el establecimiento	Circuito de seguridad establecidos	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Sistema de seguridad dentro de los establecimientos
D4. D5. - O2. O3. 3.3. Crear nuevos puestos de trabajo con el apoyo del gobierno para tener personal de planta comprometido con la organización.	3.3.1. Identificar las necesidades del cliente en encuestas de satisfacción	Satisfacer las necesidades de los clientes para incrementar el flujo de turistas	Número de turistas que incrementaron	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Clientes satisfechos que regresen al lugar
	3.3.2. Mantener incentivos o beneficios para los trabajadores	Satisfacer las necesidades del cliente interno	Incentivos otorgado	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Clientes internos comprometidos con la institución
D1. D2. D3. - A1. 3.4. Fomentar políticas internas para generar seguridad en los clientes.	3.4.1. Indicar que se hace para fundamentar la cultura empresarial	Integrar en el manual que debe tener una empresa	Implementación de datos generales para el establecimiento	Económico, Humano, Material	Área Administrativa	Manual que indique los datos generales del establecimiento

Elaborado por: Silva, A. (2018).

5.2. Evaluación preliminar

La evaluación preliminar del siguiente Manual para un sistema de evaluación de calidad en el servicio al cliente, fue realizada a través de una Lista de Chequeo, misma que fue avalada por 3 expertos dentro del área de Turismo y Administración. A continuación se detalla en la siguiente matriz a los evaluadores:

Tabla 19: Tabla de Evaluadores del Manual

NOMBRE	TÍTULOS	EXPERIENCIA
Carmen Isabel Vaca Vaca	Licenciada en Turismo y Hotelería Magister en Diseño Curricular y Evaluación Educativa. Magister en Turismo Sostenible y Desarrollo Local.	Docente de la carrera de Turismo en la Universidad Técnica de Ambato. (Módulos de Totality Quality Management y de área de Turismo por 9 años). Capacitadora del Ministerio de Turismo.
Lorena del Pilar Ramos Paucar	Licenciada en Turismo y Hotelería Magister en Administración de Empresas Mención Planeación	Docente de la Universidad Técnica de Ambato en la Carrera de Turismo (3 años). Capacitadora de: Ministerio de Turismo, Corporación Autogobierno y Democracia, Starconocity. (En temas de Turismo y Administración por más de 10 años). Guía independiente (Por 12 años). Consultora de Turismo independiente.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

.

5.3. Análisis de resultados

A continuación se llevan a cabo la creación del sistema plasmado en Manual de Evaluación del Sistema de Calidad para la Atención al Cliente, con los resultados obtenidos tanto en el Plan de Acción que dio como resultado la Matriz FODA, además están tomados en cuenta los elementos que compone el Manual, mismo que fueron expuestos por los expertos en las áreas de Turismo y Administración.

El presente sistema es una herramienta de gestión creada para los establecimientos que brindan el servicio de Alojamiento en la ciudad del Puyo, en la provincia de Pastaza dentro del territorio ecuatoriano, pues en su gran mayoría estas organizaciones poseen personal empírico.

Para la realización del mismo se toma en cuenta todas las necesidades de la localidad, pues en este sector no existen establecimientos de lujo, de primero, ni de segunda. Los establecimientos de mayor jerarquía son las hosterías, mismas que son las elegidas para hacer el diagnóstico situacional para la creación tanto de la matriz FODA como la del Manual.

En las siguientes páginas se detalla paso a paso que se hace en los hoteles, hostales y hosterías del sector, con el fin de ofrecer un servicio de calidad a medida de las posibilidades de cada establecimiento, para fomentar una cultura turística, ayudar al brindar una excelente atención al cliente y llenar sus expectativas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO

Atención al cliente

El presente sistema esta direccionado a los establecimientos hoteleros de tercera, cuarta y quinta categoría en hoteles, y todos los hostales y hostería de la ciudad del Puyo, Provincia de Pastaza. Contiene los pasos básicos para los procesos que se necesitan para fomentar la calidad en la prestación de servicios hacia los clientes.

Introducción

El presente sistema está compuesto por los pasos fundamentales que debe tener un establecimiento hotelero para ofrecer a los clientes una atención de calidad, con el fin de mejorar la prestación de los servicios y la percepción del consumidor hacia los mismos.

Lo más importante es solventar las necesidades y llenar las expectativas del cliente, pues la competencia hoy en día es cada vez más fuerte en el ámbito turístico, por la gran cantidad de establecimientos hoteleros que aparecen cada año. Un gran diferenciador debe ser la calidad, misma que sobrepase las expectativas creadas por propios y extraños, con una satisfacción total por parte de los consumidores, con el fin de que los clientes regresen y mantengan una fidelidad con los establecimientos. Es por esta razón, que se presentan como primer punto, los procesos dentro de los diferentes servicios que pueden ofrecer los establecimientos hoteleros, además se adjunta un diagrama de flujo y una narración de los mismos para mejor comprensión.

Misión

Establecer precedentes para la creación de un sistema de calidad dentro de los establecimientos hoteleros que existen en la ciudad del Puyo, con la finalidad de una mejora continua en los servicios que se ofrece al cliente en busca de excelencia.

Visión

Crear una cultura de calidad en los establecimientos hoteleros de la ciudad del Puyo.

Objetivos

Objetivo General

Crear una cultura de calidad dentro de los establecimientos hoteleros en la ciudad del Puyo para mejorar el servicio al cliente.

Objetivos Específicos

- Identificar los elementos que formarán el manual sobre un sistema de calidad.
- Realizar el manual paso a paso para que las personas encargadas de administrar puedan darle seguimiento en la implementación.
- Crear un manual sobre un sistema de evaluación de la calidad para los establecimientos hoteleros con los pasos que ayudan a su implementación.

1. Datos generales que debe tener el establecimiento

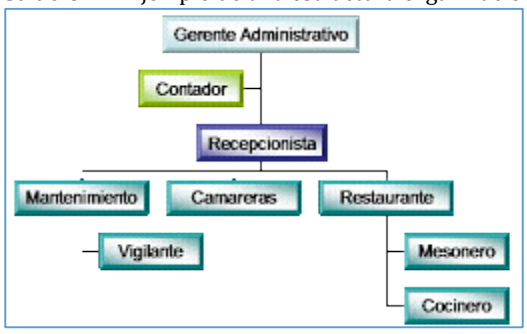
Para crear un sistema de calidad dentro de un establecimiento hotelero en primer lugar se crea una misión y una visión, mismo que deben ser creados de acuerdo a las necesidades y especificaciones. Como tarea principal se establece los valores y principios que rigen a la organización, pues no importa el tamaño del establecimiento, sino en que se fundamenta para poder brindar una buena atención al cliente.

Para la creación de la misión debe ser propuesta con lo que el establecimiento posee, pues identifica quienes somos, qué queremos conseguir, por qué lo hacemos y para quienes trabajamos; los elementos anteriores son fundamentales para la creación de una misión correcta, es un punto de partida para que nuestros colaboradores se enteren de nuestra razón de ser, además se tiene en cuenta el tiempo.

Para la instauración de la visión se enmarca hacia dónde quiere llegar el establecimiento, sea realizable, y puesta en un plazo máximo de 5 años, actualmente algunos autores piden que se tenga en cuenta tres reglas simples como lo son: a) Ser escrita en una línea; b) Ser entendida por un niño; c) Y capaz de acordarse bajo presión.

Es una necesidad establecer la estructura organizacional dentro de la empresa de alojamiento, en el cual se establece el organigrama de distribución del trabajo de cada uno de los empleados, con un orden jerárquico, como se muestra en la siguiente ilustración:

Ilustración 4: Ejemplo de una estructura organizacional



Elaborado por: Silva, A. (2018).

Dentro del establecimiento es imperativo que exista una normativa, reglas o leyes que se encarguen del comportamiento de los empleados. Además de poseer políticas bien delimitadas, que sirvan de guía a la organización sobre sus límites, en un marco lógico; se tendrá en cuenta que no es necesario tener varias políticas, lo importante es que haya 2 o 3 bien delimitadas y ayuden a la empresa.

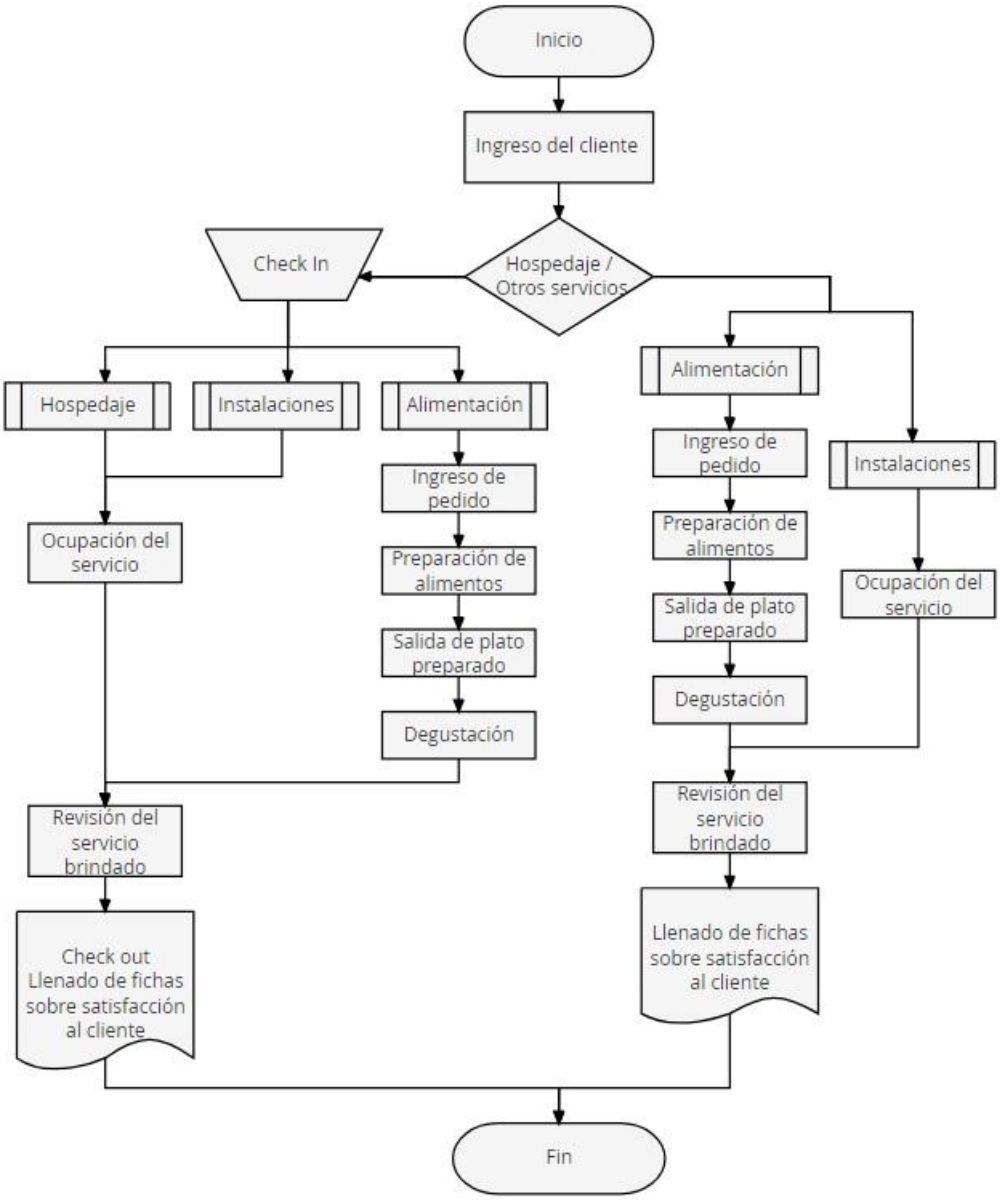
Y por último se generará los objetivos, tanto el general y los específicos, tomar en cuenta que es una herramienta para conseguir los propósitos que tiene el establecimiento, por lo tanto, se realizará el objetivo general de aspecto macro con un propósito amplio, y los objetivos específicos, deberían ser tres, mismo que sean direccionados al propósito general, en otras palabras los pasos a seguir para conseguirlo.

2. Identificación de Procesos

2.1. Diagrama de flujo para la identificación de procesos dentro de los hoteles

Como primer punto se presenta un diagrama de flujo de los procesos para los establecimientos de alojamiento, que ofrecen como un adicional los servicios de alimentación y servicios de recreación.

Ilustración 5: *Diagrama de flujo de un establecimiento hotelero*



Elaborado por: Silva, A. (2018).

2.2. Matrices para la identificación de procesos dentro de los hoteles

2.2.1. Procesos para brindar el servicio de alojamiento

A continuación se detallan los procesos existentes dentro de los establecimientos hoteleros para conocer cuáles son los mínimos requerimientos para un buen funcionamiento.

Tabla 20: Matriz de identificación de procesos para la ocupación de habitaciones

Identificación de los procesos para ocupación de habitaciones			
Proceso	**Subproceso**	**Responsables**	**Producto/ servicio**
Check in	1. Pre reserva o registro	Recepcionista	Reserva
	2. Registro del hotel		Registro con datos personales
	3. Asignación de habitaciones a los huéspedes	Recepcionista, encargado de ayudar con las maletas	Asignación de habitación a los huéspedes
	4. Reportes de ocupación	Recepcionista	Reportes sobre la ocupación de la habitación con la información detallada
	5. Reporte de ama de llaves	Recepcionista, ama de llaves.	Reportar la información sobre las habitaciones
	6. Manejo de diferencias	Recepcionista	En el caso de existir algún problema se arregla en el momento con el huésped
Estadía	7. Creación de cartillas	Recepcionista	Creación de la ficha sobre la habitación y los huéspedes
	8. Cargos a la cuenta de huéspedes	Recepcionista, ama de llaves.	Asignación de cargos adicionales que los huéspedes deseen
Check out	9. Garantía	Recepcionista	Revisa que la habitación esté como se la recibió
	10. Forma de pago		El pago a ser realizado si es en efectivo en cheque o en tarjeta de crédito

Elaborado por: Silva, A. (2018).

2.2.1.1. Redacción del proceso para la ocupación de habitaciones

En primer lugar, se obtiene la reserva o el pre registro del huésped, mismo que indica una fecha tentativa e incluso se puede realizar un abono al costo del servicio para dejar separada la reserva, por lo tanto, siempre se revisa y mantiene un registro actualizado.

En el segundo paso al momento que llega el huésped y solicita su reservación, se identifica la existencia de habitaciones sin reserva para otorgarle una. En este subproceso se toma todos los datos que requiere el hotel para el ingreso de los huéspedes, y dar a conocer las políticas del hotel y las formas de pago.

Como tercer paso se le asigna una habitación de acuerdo a las especificaciones que pidió el huésped, como lo son número de personas, elección de los tipos de habitaciones, etc. En muchos casos se entrega directamente la llave y el control remoto.

En el cuarto punto se procede a comunicar a los distintos departamentos o encargados de la existencia de personas que ocupan las instalaciones del hotel, hostal u hostería. Después como quinto paso es necesario comunicar a la ama de llaves o la encargada de habitaciones, para que esté pendiente de las mismas y proporcione los blancos necesarios o si hubiera algún inconveniente avisar a la recepción para solucionar el problema.

En el sexto lugar se encuentra el manejo de diferencias, como se puede apreciar está muy ligada al punto anterior, pues siempre se está pendiente de los huéspedes por cualquier requerimiento necesario o si suscitara algún inconveniente. Para el séptimo paso es necesario crear o realizar una cartilla o un registro de la habitación para saber que se le ha entregado y poder recibirla de la misma manera.

En el octavo punto se anota en la habitación todos los consumos extras que posee el establecimiento, como son: bebidas, comida ocupación de espacios no contemplados en el costo de la habitación, como las áreas recreativas entre otros.

Como penúltimo se vuelve indispensable que los recepcionistas se pongan de acuerdo con todos los demás encardados de las distintas áreas para conocer que no existen cobros adicionales que se deba hacer, además de revisar si la habitación está completa y no le hace falta nada, encargándose la revisión a la ama de llaves. Y por último se procede al cobro de la deuda creada por la estancia dentro del establecimiento, toma en cuenta la forma de pago y el lugar de alojamiento.

2.2.2. Procesos para brindar el servicio en el áreas de recreación

A continuación se detalla los procesos para brindar el servicio de recreación para la ocupación de las áreas de recreación

Tabla 21: Matriz de identificación de procesos para la ocupación de instalaciones

Identificación de los procesos para ocupación de instalaciones			
Proceso	**Subproceso**	**Responsables**	**Producto/ servicio**
Ingreso	1. Registro para utilización de instalaciones	Recepcionista	Registro de las personas que vayan a utilizar las instalaciones.
Estadía	2. Indicaciones generales		Se ofrece las debidas, indicaciones sobre el uso de las instalaciones.
Salida	3. Pago de los servicios recibidos.		Pago por ocupación de instalaciones.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

2.2.2.1. Redacción del proceso para la ocupación de habitaciones

En primer lugar, se informa a las personas sobre las instalaciones que se ofrece (si fuera preciso con un pequeño recorrido para que las personas se interesen más en ingresar), y luego realizar un registro de las personas que ingresan a las instalaciones, con especificación del costo y lo que ofrece el lugar.

En segundo lugar, se informa a los consumidores sobre las reglas para la utilización de las áreas de recreación que posee el establecimiento, además se especifica si existen algún complemento como comida y los precios, para vender los servicios que se prestan.

Por último, se cobra por los servicios prestados y verificar si se hizo algún recargo para proceder a realizar la factura correspondiente.

2.2.3. Procesos para brindar el servicio de alimentación

A continuación, se detalla los procesos para brindar el servicio de alimentación

Tabla 22: Matriz de identificación de procesos para el restaurante

Identificación de los procesos para el restaurante			
Proceso	**Subproceso**	**Responsables**	**Producto/ servicio**
Ingreso	1. Dar la bienvenida	Mesero o persona que esté a cargo	Dar la bienvenida a los posibles clientes.
Estadía	2. Pasar las cartas		Pasar el menú que ofrece el restaurante.
	3. Tomar la orden		Tomar la orden de la mesa para su preparación.
	4. Pasar la orden		Entregar la orden una vez que se encuentre lista de toda la mesa.
Salida	5. Pago del consumo	Cajero	Realizar la cuenta del consumo realizado y agradecer por la preferencia.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

2.2.3.1. Redacción del proceso para la ocupación para el restaurante

Para la captación del cliente se da una cordial bienvenida para el ingreso. A continuación, se pasa la carta con el menú que ofrece el establecimiento, y si existiera algún plato especial el mesero le ofrece para procurar la salida del mismo. Después se toma la orden de acuerdo a las especificaciones del cliente. Una vez lista la orden pasa todos los platos listos y al mismo tiempo, siempre es necesario estar pendiente de la mesa por si necesitaran alguna otra cosa. Y por último se envía la cuenta de todo el consumo, y se pregunta si todo ha estado bien para optimizar el buen servicio.

3. Líneas de acción para los determinantes de la calidad

Las líneas de acción son parámetros a tomar en cuenta para identificar si los determinantes de calidad se ejecutan, lo que permite evaluar la satisfacción en los servicios percibidos por el cliente. A continuación, se describe una matriz los puntos básicos a ser revisado para mejorar la calidad del servicio de acuerdo a las diez determinantes de la calidad (beneficiarios, responsables y recursos).

Tabla 23: Matriz para las Líneas de Acción Determinantes de la Calidad

Determinantes	Líneas de acción para las dimensiones de la calidad	Beneficiarios	Responsables	Recursos
1. Tangible	1.1. Correr encuestas de infraestructura como lo es: estacionamiento, recepción, habitaciones, restaurantes y áreas recreativas.	Cliente Dueño del establecimiento.	Recepcionista Administrador	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
	1.2. Revisar los resultados de las encuestas.			
	1.3. Identificar los puntos débiles de acuerdo a las encuestas corridas.			
	1.4. Priorizar los puntos débiles para tomar las medidas necesarias y realizar los correctivos.			
	1.5. Crear un cronograma de acuerdo a la priorización para la realización de las mejoras.			
2. Fiabilidad	2.1. Correr la encuesta.	Cliente Dueño del establecimiento Personal que labora	Recepcionista Administrador	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
	2.2. Obtener los resultados de las encuestas.			
	2.3. Identificar los puntos débiles de acuerdo a las encuestas corridas.			
	2.4. Tomar las acciones correctivas con el personal.			
	2.5. Evaluar si las correcciones dan resultados			
3. Capacidad de respuesta	3.1. Correr la encuesta.	Cliente Dueño del establecimiento. Personal que labora	Recepcionista Administrador	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
	3.2. Obtener los resultados de las encuestas.			
	3.3. Identificar los puntos débiles de acuerdo a las encuestas corridas.			
	3.4. Tomar las acciones correctivas.			
	3.5. Evaluar si las correcciones dan resultados			
4. Profesionalidad	4.1. Correr la encuesta.	Cliente Dueño del establecimiento.	Recepcionista Administrador	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
	4.2. Obtener los resultados de las encuestas.			
	4.3. Identificar los puntos débiles de acuerdo a las encuestas corridas.			
	4.4. Tomar las acciones correctivas con el personal.			

	4.5. Evaluar si las correcciones dan resultados 4.6. Para la contratación de personal revisar los perfiles profesionales 4.7. Identificar el personal más idóneo de acuerdo al perfil profesional.			
5. Cortesía	5.1. Correr la encuesta. 5.2. Obtener los resultados de las encuestas. 5.3. Identificar los puntos débiles de acuerdo a las encuestas corridas. 5.4. Tomar las acciones correctivas con el personal. 5.5. Evaluar si las correcciones dan resultados	Cliente Dueño del establecimiento.	Recepcionista Administrador	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
6. Credibilidad	6.1. Correr la encuesta. 6.2. Obtener los resultados de las encuestas. 6.3. Identificar los puntos débiles de acuerdo a las encuestas corridas. 6.4. Tomar las acciones correctivas con el personal. 6.5. Evaluar si las correcciones dan resultados.	Cliente Dueño del establecimiento.	Recepcionista Administrador	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
7. Seguridad	7.1. Crear un circuito de seguridad con cámaras y el plan de seguridad. 7.2. Crear un plan de seguridad básico para catástrofes, se toma en cuenta el plan de seguridad. 7.3. Crear un plan de seguridad industrial, se toma en cuenta el plan de seguridad.	Personal que labora	Administrador Dueño del establecimiento	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
8. Accesibilidad	8.1. Correr la encuesta. 8.2. Obtener los resultados de las encuestas. 8.3. Identificar los puntos débiles de acuerdo a las encuestas corridas. 8.4. Tomar las acciones correctivas con el personal. 8.5. Evaluar si las correcciones dan resultados	Clientes	Administrador Dueño del establecimiento	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
9. Comunicación	9.1. Seguir los procesos que se utilizan dentro del establecimiento. 9.2. Tener reuniones con el personal para preguntarles si existe una buena comunicación dentro del equipo. 9.3. Obtener resultados de las reuniones. 9.4. Tomar las acciones correctivas. 9.5. Evaluar los resultados para conocer si las correcciones son positivas.	Clientes Personal que labora	Administrador Dueño del establecimiento Personal que labora	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.

10. Comprensión del cliente	10.1. Correr la encuesta.	Clientes	Administrador Dueño del establecimiento Personal que labora	Recursos de papelería, humano, económicos, tecnológico, entre otros.
	10.2. Obtener los resultados de las encuestas.			
	10.3. Identificar los puntos débiles de acuerdo a las encuestas corridas.			
	10.4. Tomar las acciones correctivas con el personal.			
	10.5. Evaluar si las correcciones dan resultados			
	10.6. Tomar en cuenta el manual de atención al cliente.			

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Como se expone en la matriz anterior, cada paso posee una acción directa a tomar en cuenta, para cada una de las dimensiones existentes en la calidad del servicio. Es necesario tomar en cuenta que se mide dentro de la calidad, pues la satisfacción del cliente es de suma importancia para el establecimiento, con el fin de que los consumidores regresen y den una propaganda favorable.

4. Calidad Física, Corporativa e Interactiva.

A continuación, se detalla la forma de evaluar la percepción que tiene el cliente frente al establecimiento, para identificar de mejor manera los elementos. Se recolectó información de diferentes artículos científicos de investigaciones realizadas en base a satisfacción del cliente y calidad en el servicio, mismos que fueron utilizados como base para la realización de las siguientes herramientas a ser propuestas.

En el caso de la calidad física se evalúan la infraestructura de las siguientes áreas: estacionamiento, recepción, restaurante, descanso, pasillos, corredores, senderos (en caso de haber), áreas recreativa y habitaciones, de acuerdo a los requerimientos de los establecimientos. En el caso de la calidad corporativa e interactiva se evalúa la parte intangible, ósea lo que no se puede ver, pero es sentida por los clientes.

La forma de estructuración de las encuestas es sencilla, para que los clientes puedan llenar de una manera fácil sin pérdida de tiempo. Cada uno de los ítems es evaluado de acuerdo a la escala de Likert con una ponderación de 1 al 5 (1 el menor y 5 el mayor). De preferencia si existen valoraciones bajas, debe pedir una explicación para poder mejorar en esos aspectos.

Tabla 24: Tabla de ponderación de las encuestas

Leyenda		
Estado	**Valoración**	**Observaciones**
Muy malo	1	Expliqué la razón
Malo	2	
Bueno	3	En que se puede mejorar
Muy bueno	4	
Excelente	5	Ninguna

Elaborado por: Silva, A. (2018).

En las evaluaciones se busca evaluar la parte tangible e intangible, pues la física es palpable pero la intangible tiene ciertas características que no se pueden ver pero son tan importantes o inclusive más importantes que las físicas.

Para el llenado de las encuestas se le pide muy comedidamente al cliente, que llene las mismas de acuerdo a los servicios y al trato recibidos; incentivándolos a llenar con la verdad, para que el establecimiento pueda mejorar en sus puntos débiles.

Tomar en cuenta que los resultados sirven para generar indicadores de gestión mismos que proporcionan información real para la toma de decisiones. Como una nota adicional para incentivar el llenado de las encuestas, tratar de proporcionar un estímulo, como por ejemplo un llavero o un esfero que lleve la promoción del establecimiento, o como otra alternativa se puede entregar algún tipo de descuento para incentivar el regreso del cliente. Esto depende de la creatividad del hostal, hostería u hotel.

4.1. Calidad Física

En este ítem se identifica los principales puntos que se evalúa de acuerdo a la calidad física que presentan los servicios de alojamiento. Para la identificación de los elementos se puso a consideración los aspectos principales a ser evaluados, pues fue de vital ayuda la información que proporcionaron los establecimientos visitados en la ciudad del Puyo.

Se presentan las encuestas creadas para los distintos establecimientos como son hoteles, hostales y hosterías. Cada encuesta está realizada para que los prestadores de servicio puedan conocer sobre la opinión que tienen sus clientes en cuanto a los servicios recibidos. Es importante conocer los resultados para poder tomar acciones correctivas en busca de la mejora continua del lugar.

Las encuestas detalladas a continuación poseen información general, misma que sirve para el establecimiento como una base de datos para la institución. Además tiene los elementos necesarios para la evaluación de acuerdo a los métodos para medir la calidad en el servicio como lo son SERVQUAL y SERVPERF.

4.1.1. Encuestas para Hosterías sobre infraestructura

(NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN)
ENCUESTA DE LAS HOSTERÍAS SOBRE INFRAESTRUCTURA

Objetivo: Conocer la percepción de nuestros clientes hacia el establecimiento en busca de la mejora continua.

Tabla 25: Encuestas sobre infraestructura para hosterías

Nombre del cliente:					**Código No. : 001**
Correo:	**Fecha:**				
Teléfono:					**Encuesta No: _____**
Lugar de donde proviene:					
INFRAESTRUCTURA	**Escala de valoración**				
	Muy malo	**Malo**	**Bueno**	**Muy bueno**	**Excelente**
ESTACIONAMIENTO					
Tamaño de los lugares para cada carro	1	2	3	4	5
Tamaño del estacionamiento para vehículos (de acuerdo al tamaño del establecimiento)	1	2	3	4	5
Cercanía a las instalaciones	1	2	3	4	5
RECEPCIÓN					
Muebles para espera	1	2	3	4	5
Adecuación de la recepción	1	2	3	4	5
ÁREAS DE DESCANSO, PASILLOS CORREDORES, SENDEROS (EN CASO DE HABER)					
Muebles para el descanso	1	2	3	4	5
Entretenimiento en el descanso (televisión, juegos de mesa, entre otros.)	1	2	3	4	5
Servicios extras (cafetería, agua de botellón, entre otros)	1	2	3	4	5
Distribución del espacio de los pasillos, corredores y senderos	1	2	3	4	5
RESTAURANTE					
Estado de las mesas y sillas	1	2	3	4	5
Menaje (Conjunto de muebles, mantelería y enseres de uso común en el restaurante)	1	2	3	4	5
Estado de los baños	1	2	3	4	5
ÁREAS RECREATIVAS					
Piscina (s) y sus instalaciones	1	2	3	4	5
Estado de los vestidores	1	2	3	4	5
Cancha (s) y sus instalaciones	1	2	3	4	5
GENERAL					
Limpieza e higiene	1	2	3	4	5
Distribución adecuada de espacios	1	2	3	4	5
Señalización dentro y fuera de las instalaciones	1	2	3	4	5
Accesibilidad a todos los sitios	1	2	3	4	5
Decoración de los diferentes espacios	1	2	3	4	5
Suma total ((_____)/100) *100= _____%					
Observaciones: _____ _____ _____ _____ **--GRACIAS POR SU COLABORACIÓN--**					

Elaborado por: Silva, A. (2018).

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN
ENCUESTA DE LAS HOSTERÍAS SOBRE INFRAESTRUCTURA
(HABITACIONES)

Objetivo: Conocer la percepción de nuestros clientes hacia el establecimiento en busca de la mejora continua.

Tabla 26: Encuesta de las hosterías sobre infraestructura - habitaciones

Nombre del cliente:					**Código No. : 002**
Correo:		**Fecha:**			
Teléfono:					**Encuesta No: _____**
Lugar de donde proviene:					
INFRAESTRUCTURA	**Escala de valoración**				
	Muy malo	**Malo**	**Bueno**	**Muy bueno**	**Excelente**
HABITACIONES					
Estado de las instalaciones	1	2	3	4	5
Estado de los muebles	1	2	3	4	5
Instalaciones de baños	1	2	3	4	5
Estado de la ducha	1	2	3	4	5
Televisión	1	2	3	4	5
Iluminación	1	2	3	4	5
Aire acondicionado, ventiladores	1	2	3	4	5
Estado de los Blancos (almohadas, sabanas, cobijas y toallas)	1	2	3	4	5
Cantidad suficiente de blancos de cama	1	2	3	4	5
Cantidad suficiente de blancos de baño	1	2	3	4	5
Enseres de aseo personal	1	2	3	4	5
Ventilación	1	2	3	4	5
GENERAL					
Limpieza e higiene	1	2	3	4	5
Distribución adecuada de espacios	1	2	3	4	5
Señalización dentro y fuera de las instalaciones	1	2	3	4	5
Accesibilidad a todos los sitios	1	2	3	4	5
Decoración de los diferentes espacios	1	2	3	4	5
Suma total ((_____)/85)*100 = _____%					
Observaciones: _____ _____ _____ _____ _____ **--GRACIAS POR SU COLABORACIÓN--**					

Elaborado por: Silva, A. (2018).

4.1.2. Encuestas para Hostales y Hoteles sobre infraestructura e infraestructura adicional

(NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN)

ENCUESTA DE LOS HOSTALES Y HOTELES SOBRE INFRAESTRUCTURA

Objetivo: Conocer la percepción de nuestros clientes hacia el establecimiento en busca de la mejora continua.

Tabla 27: Encuesta de infraestructura para hostales y hoteles

Nombre del cliente:					**Código No. : 003**
Correo:	**Fecha:**				
Teléfono:					**Encuesta No: _____**
Lugar de donde proviene:					
INFRAESTRUCTURA	**Escala de valoración**				
	Muy malo	**Malo**	**Bueno**	**Muy bueno**	**Excelente**
RECEPCIÓN					
Muebles para espera	1	2	3	4	5
Adecuación de la recepción	1	2	3	4	5
ÁREAS DE DESCANSO, PASILLOS, CORREDORES (EN CASO DE HABER)					
Muebles para el descanso	1	2	3	4	5
Entretenimiento en el descanso (televisión, juegos de mesa, entre otros.)	1	2	3	4	5
Servicios extras (cafetería, agua de botellón, entre otros)	1	2	3	4	5
Distribución del espacio de los pasillos y corredores.	1	2	3	4	5
HABITACIONES					
Estado de las instalaciones	1	2	3	4	5
Estado de los muebles	1	2	3	4	5
Instalaciones de baños	1	2	3	4	5
Estado de la ducha	1	2	3	4	5
Televisión	1	2	3	4	5
Iluminación	1	2	3	4	5
Aire acondicionado, ventiladores	1	2	3	4	5
Estado de los Blancos (almohadas, sabanas, cobijas y toallas)	1	2	3	4	5
Cantidad suficiente de blancos de cama	1	2	3	4	5
Cantidad suficiente de blancos de baño	1	2	3	4	5
Enseres de aseo personal	1	2	3	4	5
Ventilación	1	2	3	4	5
GENERAL					
Limpieza e higiene	1	2	3	4	5
Distribución adecuada de espacios	1	2	3	4	5
Señalización dentro y fuera de las instalaciones	1	2	3	4	5
Accesibilidad a todos los sitios	1	2	3	4	5
Decoración de los diferentes espacios	1	2	3	4	5
Suma total ((_____)/115)*100 = _____%					
Observaciones: _____ _____ _____ _____					
--GRACIAS POR SU COLABORACIÓN--					

Elaborado por: Silva, A. (2018).

(NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN)

ENCUESTA DE LOS HOSTALES Y HOTELES SOBRE INFRAESTRUCTURA ADICIONAL

Objetivo: Conocer la percepción de nuestros clientes hacia el establecimiento en busca de la mejora continua.

Tabla 28: Encuesta sobre infraestructura adicional para hostales y hoteles

Nombre del cliente:					**Código No. : 004**
Correo:		**Fecha:**			
Teléfono:					**Encuesta No: _____**
Lugar de donde proviene:					
INFRAESTRUCTURA	**Escala de valoración**				
	Muy malo	**Malo**	**Bueno**	**Muy bueno**	**Excelente**
ESTACIONAMIENTO					
Tamaño de los lugares para cada carro	1	2	3	4	5
Tamaño del estacionamiento para vehículos (de acuerdo al tamaño del establecimiento)	1	2	3	4	5
Cercanía a las instalaciones	1	2	3	4	5
RESTAURANTE					
Estado de las mesas y sillas	1	2	3	4	5
Menaje (Conjunto de muebles, mantelería y enseres de uso común en el restaurante)	1	2	3	4	5
Estado de los baños	1	2	3	4	5
GENERAL					
Limpieza e higiene	1	2	3	4	5
Distribución adecuada de espacios	1	2	3	4	5
Señalización dentro y fuera de las instalaciones	1	2	3	4	5
Accesibilidad a todos los sitios	1	2	3	4	5
Decoración de los diferentes espacios	1	2	3	4	5
Suma total ((_____)/55) *100= _____%					
Observaciones: _____ _____ _____ _____ **GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**					

Elaborado por: Silva, A. (2018).

4.2. Calidad corporativa e interactiva

4.2.1. Encuesta Atención al Cliente

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN
ENCUESTA SOBRE ATENCIÓN AL CLIENTE

Objetivo: Conocer la percepción de nuestros clientes hacia el establecimiento en busca de la mejora continua.

Tabla 29: Encuesta sobre la atención al cliente

Nombre del cliente:					**Código No. : 005**
Correo:	**Fecha:**				
Teléfono:					**Encuesta No: _____**
Lugar de donde proviene:					
ATENCIÓN AL CLIENTE	**Escala de valoración**				
	Muy malo	**Malo**	**Bueno**	**Muy bueno**	**Excelente**
Fiabilidad (Confianza que se tiene en el buen funcionamiento del establecimiento)	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta (Capacidad de resolución de problemas)	1	2	3	4	5
Profesionalidad (Característica del personal como: seriedad, honradez y eficacia)	1	2	3	4	5
Personal Capacitado (Conocimientos aptos para desempeñarse en el cargo)	1	2	3	4	5
Cortesía (Amabilidad, consideración y buena educación)	1	2	3	4	5
Credibilidad (Todo lo que se ofrece debe ser entregado)	1	2	3	4	5
Seguridad (Sensación de total confianza)	1	2	3	4	5
Comunicación (Expresión verbal y expresión corporal de los trabajadores hacia el cliente)	1	2	3	4	5
Comprensión del cliente (Es la aptitud y actitud para tratar de entender al cliente)	1	2	3	4	5
Calidad de la comida	1	2	3	4	5
Apariencia de los empleados	1	2	3	4	5
Ambiente agradable	1	2	3	4	5
Suma total ((_____)/60) *100= _____%					
Observaciones: _____ _____ _____ _____ **GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**					

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Las encuestas de infraestructura en general y de atención al cliente, pueden hacerles llenar los recepcionistas en el momento de la cancelación o pago de los servicios y la encuesta para las habitaciones puede dejarla en cada cuarto.

Una vez llenadas las encuestas el recepcionista debe realizar la tabulación de las mismas, tomar en cuenta las valoraciones de cada uno, como una ayuda en la suma total se encuentra una fórmula que permite obtener los resultados directos en porcentaje. Este resultado será utilizado en los indicadores.

Además, en la actualidad existe otra forma de medir la satisfacción del cliente, que es el social media, mismo que se encuentra en auge, pues todos los turistas buscan informar sobre lo que hacen o donde se encuentran a través de las redes sociales; es por esta razón que se vuelve de vital importancia generar perfiles actualizados para que los clientes puedan emitir sus comentarios, para que las demás personas puedan conocer los servicios ofertados.

Pero debemos tener cuidado, pues, las redes sociales pueden ser un gran aliado, pero también un arma en contra, los malos comentarios pueden dañar y desprestigiar a la organización, es por eso que debemos cuidar mucho la imagen del establecimiento para evitar los comentarios negativos. Para los comentarios existe una matriz de evaluación en la parte inferior con código 6, con el fin de mantener un registro de la percepción de los clientes.

4.3. Tabulaciones de las encuestas y comentarios

El resultado colocado en estas tablas es el obtenido en el puntaje o suma total de las encuestas.

Tabulación de Encuestas Infraestructura Código No. 001

Tabla 30: Tabulación de encuestas código 1

Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total
1		26		51		76	
2		27		52		77	
3		28		53		78	
4		29		54		79	
5		30		55		80	
6		31		56		81	
7		32		57		82	
8		33		58		83	
9		34		59		84	
10		35		60		85	
11		36		61		86	
12		37		62		87	
13		38		63		88	
14		39		64		89	
15		40		65		90	
16		41		66		91	
17		42		67		92	
18		43		68		93	
19		44		69		94	
20		45		70		95	
21		46		71		96	
22		47		72		97	
23		48		73		98	
24		49		74		99	
25		50		75		100	
Suma		**Suma**		**Suma**		**Suma**	
Resultado Total 1 :_____							

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabulación de Encuestas Infraestructura Habitaciones Código No. 002

Tabla 31: Tabulación de encuestas código 2

Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total
1		26		51		76	
2		27		52		77	
3		28		53		78	
4		29		54		79	
5		30		55		80	
6		31		56		81	
7		32		57		82	
8		33		58		83	
9		34		59		84	
10		35		60		85	
11		36		61		86	
12		37		62		87	
13		38		63		88	
14		39		64		89	
15		40		65		90	
16		41		66		91	
17		42		67		92	
18		43		68		93	
19		44		69		94	
20		45		70		95	
21		46		71		96	
22		47		72		97	
23		48		73		98	
24		49		74		99	
25		50		75		100	
Suma		**Suma**		**Suma**		**Suma**	
Resultado Total 2 :_____							

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabulación de Encuestas Código No. 003

Tabla 32: Tabulación de encuestas código 3

Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total
1		26		51		76	
2		27		52		77	
3		28		53		78	
4		29		54		79	
5		30		55		80	
6		31		56		81	
7		32		57		82	
8		33		58		83	
9		34		59		84	
10		35		60		85	
11		36		61		86	
12		37		62		87	
13		38		63		88	
14		39		64		89	
15		40		65		90	
16		41		66		91	
17		42		67		92	
18		43		68		93	
19		44		69		94	
20		45		70		95	
21		46		71		96	
22		47		72		97	
23		48		73		98	
24		49		74		99	
25		50		75		100	
Suma		**Suma**		**Suma**		**Suma**	
Resultado Total 3 :_____							

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabulación de Encuestas Código No. 004

Tabla 33: Tabulación de encuestas código 4

Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total
1		26		51		76	
2		27		52		77	
3		28		53		78	
4		29		54		79	
5		30		55		80	
6		31		56		81	
7		32		57		82	
8		33		58		83	
9		34		59		84	
10		35		60		85	
11		36		61		86	
12		37		62		87	
13		38		63		88	
14		39		64		89	
15		40		65		90	
16		41		66		91	
17		42		67		92	
18		43		68		93	
19		44		69		94	
20		45		70		95	
21		46		71		96	
22		47		72		97	
23		48		73		98	
24		49		74		99	
25		50		75		100	
Suma		**Suma**		**Suma**		**Suma**	
Resultado Total 4 :_____							

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabulación de Encuestas Código No. 005

Tabla 34: Tabulación de encuestas código 5

Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total	Encuesta No.	Suma total
1		26		51		76	
2		27		52		77	
3		28		53		78	
4		29		54		79	
5		30		55		80	
6		31		56		81	
7		32		57		82	
8		33		58		83	
9		34		59		84	
10		35		60		85	
11		36		61		86	
12		37		62		87	
13		38		63		88	
14		39		64		89	
15		40		65		90	
16		41		66		91	
17		42		67		92	
18		43		68		93	
19		44		69		94	
20		45		70		95	
21		46		71		96	
22		47		72		97	
23		48		73		98	
24		49		74		99	
25		50		75		100	
Suma		**Suma**		**Suma**		**Suma**	
Resultado Total 5 :_____							

Elaborado por: Silva, A. (2018).

La información obtenida de las tablas de tabulación en la Suma Total, servirá para la realización de los indicadores, mismos que ayudarán para saber que tan bien se encuentra el establecimiento.

Tabulación de comentarios emitidos en redes sociales, blogs, etc. Código No. 006

Tabla 35: Tabulación de comentarios código 6

Comentario Infraestructura No.	Suma total		Comentario Atención al cliente No.	Suma total		Comentario Habitación No.	Suma total		Comentario Alimentación No.	Suma total	
	Bueno	Malo		Bueno	Malo		Bueno	Malo		Bueno	Malo
Suma			**Suma**			**Suma**			**Suma**		
Resultado Total 6 :_____											

Elaborado por: Silva, A. (2018).

En esta tabla se coloca los comentarios recibidos en social media como: Facebook, Whatsapp, Instagram, Blogs, entre otros. Tomar en cuenta todos los comentarios como buenos o malos, para poder obtener información relevante.

5. Indicadores de Gestión para las dimensiones de la calidad

En esta sección se establecen los indicadores para cada una de las tabulaciones antes mencionadas, con el fin de obtener resultados para la toma de decisiones.

Tabla 36: Indicador de Gestión – Infraestructura Hostería

<table>
<tr><td>Logotipo del establecimiento</td><td colspan="3">NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN</td><td>QUALITY</td></tr>
<tr><td colspan="5">FICHA DEL INDICADOR DE INFRAESTRUCTURA PARA HOSTERÍAS</td></tr>
<tr><td>NOMBRE DEL INDICADOR:</td><td colspan="2">Infraestructura del establecimiento para hosterías.</td><td>CÓDIGO DE LA ENCUESTA:</td><td>001</td></tr>
<tr><td>FECHA:</td><td>00/00/2018</td><td>OBJETIVO DEL INDICADOR:</td><td colspan="2">Generar los resultados de satisfacción del cliente creados por la infraestructura que posee el establecimiento.</td></tr>
<tr><td>UNIDAD DE MEDIDA:</td><td>FRECUENCIA DE LA MEDICIÓN</td><td colspan="2">NUMERADOR:</td><td>FUENTE:</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Porcentaje</td><td rowspan="3">Mensual</td><td colspan="2">Resultado Total 1</td><td rowspan="3">Registro del establecimiento</td></tr>
<tr><td colspan="2">DENOMINADOR:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Número de Encuesta 1</td></tr>
<tr><td colspan="5">FÓRMULA PARA EL CÁLCULO:</td></tr>
<tr><td colspan="5">$$x = \frac{\textbf{\textit{Resultado Total 1}}}{\textbf{Número de Encuestas 1}}$$</td></tr>
<tr><td>META A CUMPLIR:</td><td colspan="4">Tener por lo menos el 61% para cumplir la meta mínima.</td></tr>
<tr><td>RESTRICCIONES PARA EL INDICADOR:</td><td colspan="4">Tomar en cuenta todas las encuestas realizadas, no inventar la información para obtener datos verídicos</td></tr>
<tr><td colspan="5">RANGO DE CALIFICACIÓN PARA EL INDICADOR</td></tr>
<tr><td>MUY MALO</td><td>MALO</td><td>BUENO</td><td>MUY BUENO</td><td>EXCELENTE</td></tr>
<tr><td>0 % a 20%</td><td>21% a 40%</td><td>41% a 60%</td><td>61% a 80%</td><td>81% a 100%</td></tr>
<tr><td colspan="5">OBSERVACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="5">Los indicadores proporcionan información valiosa para la toma de decisiones con respecto al establecimiento en busca de la mejora continua, para la calidad en infraestructura.
Si se encontrara dentro de Muy Malo, Malo y Bueno: Se implementa una acción para mejorar.
Si se encuentra dentro de Muy bueno: Mantener el indicador por lo menos, pero de preferencia tomar alguna acción en busca de la mejora.
Si se encuentra dentro de Excelente: Mantener el indicador y dar a conocer los resultados, tanto a los clientes como al personal.</td></tr>
<tr><td colspan="2">RESPONSABLE DEL INDICADOR:</td><td colspan="3">Recepcionista</td></tr>
<tr><td>APROBACIÓN:</td><td></td><td>RESPONSABLE DEL PROCESO:</td><td colspan="2">Administración</td></tr>
</table>

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 37: Indicador de Gestión – Infraestructura Habitaciones Hostería

<table>
<tr><td>Logotipo del establecimiento</td><td colspan="3">NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN</td><td>QUALITY</td></tr>
<tr><td colspan="5">FICHA DEL INDICADOR DE INFRAESTRUCTURA HABITACIONES PARA HOSTERÍAS</td></tr>
<tr><td>NOMBRE DEL INDICADOR:</td><td colspan="2">Infraestructura del establecimiento en las habitaciones dentro las hosterías.</td><td>CÓDIGO DE LA ENCUESTA:</td><td>002</td></tr>
<tr><td>FECHA:</td><td>00/00/2018</td><td>OBJETIVO DEL INDICADOR:</td><td colspan="2">Generar los resultados de satisfacción del cliente creados por la infraestructura dentro de las habitaciones que posee el establecimiento.</td></tr>
<tr><td>UNIDAD DE MEDIDA:</td><td>FRECUENCIA DE LA MEDICIÓN</td><td colspan="2">NUMERADOR:</td><td>FUENTE:</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Porcentaje</td><td rowspan="3">Mensual</td><td colspan="2">Resultado Total 2</td><td rowspan="3">Registro del establecimiento</td></tr>
<tr><td colspan="2">DENOMINADOR:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Número de Encuestas 2</td></tr>
<tr><td colspan="5">FÓRMULA PARA EL CÁLCULO:</td></tr>
<tr><td colspan="5">$$x = \frac{\textbf{\textit{Resultado Total 2}}}{\textbf{Número de Encuestas 2}}$$</td></tr>
<tr><td>META A CUMPLIR:</td><td colspan="4">Tener por lo menos el 61% para cumplir la meta mínima.</td></tr>
<tr><td>RESTRICCIONES PARA EL INDICADOR:</td><td colspan="4">Tomar en cuenta todas las encuestas realizadas, no inventar la información para obtener datos verídicos</td></tr>
<tr><td colspan="5">RANGO DE CALIFICACIÓN PARA EL INDICADOR</td></tr>
<tr><td>MUY MALO</td><td>MALO</td><td>BUENO</td><td>MUY BUENO</td><td>EXCELENTE</td></tr>
<tr><td>0 % a 20%</td><td>21% a 40%</td><td>41% a 60%</td><td>61% a 80%</td><td>81% a 100%</td></tr>
<tr><td colspan="5">OBSERVACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="5">Los indicadores proporcionan información valiosa para la toma de decisiones con respecto al establecimiento en busca de la mejora continua, para la calidad en infraestructura.
Si se encontrara dentro de Muy Malo, Malo y Bueno: se implementa una acción para mejorar
Si se encuentra dentro de Muy bueno: Mantener el indicador por lo menos, pero de preferencia tomar alguna acción en busca de la mejora.
Si se encuentra dentro de Excelente: Mantener el indicador y dar a conocer los resultados, tanto a los clientes como al personal.</td></tr>
<tr><td colspan="2">RESPONSABLE DEL INDICADOR:</td><td colspan="3">Recepcionista</td></tr>
<tr><td>APROBACIÓN:</td><td></td><td>RESPONSABLE DEL PROCESO:</td><td colspan="2">Administración</td></tr>
</table>

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 38: Indicador de Gestión – Infraestructura Hostales y Hoteles

Logotipo del establecimiento	**NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN**			
FICHA DEL INDICADOR DE INFRAESTRUCTURA PARA HOSTALES Y HOTELES				
NOMBRE DEL INDICADOR:	Infraestructura del establecimiento para Hostales y Hoteles.		**CÓDIGO DE LA ENCUESTA:**	003
FECHA:	00/00/2018	**OBJETIVO DEL INDICADOR:**	Generar los resultados de satisfacción del cliente creados por la infraestructura que posee el establecimiento.	
UNIDAD DE MEDIDA:	**FRECUENCIA DE LA MEDICIÓN**	**NUMERADOR:**		**FUENTE:**
Porcentaje	Mensual	Resultado Total 3 **DENOMINADOR:** Número de Encuestas 3		Registro del establecimiento
FÓRMULA PARA EL CÁLCULO:				
$$x = \frac{\textbf{Resultado Total 3}}{\textbf{Número de Encuestas 3}}$$				
META A CUMPLIR:	Tener por lo menos el 61% para cumplir la meta mínima.			
RESTRICCIONES PARA EL INDICADOR:	Tomar en cuenta todas las encuestas realizadas, no inventar la información para obtener datos verídicos			
RANGO DE CALIFICACIÓN PARA EL INDICADOR				
MUY MALO	**MALO**	**BUENO**	**MUY BUENO**	**EXCELENTE**
0 % a 20%	**21% a 40%**	**41% a 60%**	**61% a 80%**	**81% a 100%**
OBSERVACIÓN				
Los indicadores proporcionan información valiosa para la toma de decisiones con respecto al establecimiento en busca de la mejora continua, para la calidad en infraestructura. Si se encontrara dentro de Muy Malo, Malo y Bueno: se implementa una acción para mejorar Si se encuentra dentro de Muy bueno: Mantener el indicador por lo menos, pero de preferencia tomar alguna acción en busca de la mejora. Si se encuentra dentro de Excelente: Mantener el indicador y dar a conocer los resultados, tanto a los clientes como al personal.				
RESPONSABLE DEL INDICADOR:		Recepcionista		
APROBACIÓN:		**RESPONSABLE DEL PROCESO:**	Administración	

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 39: Indicador de Gestión – Infraestructura adicional Hostales y Hoteles

<table>
<tr><td>Logotipo del establecimiento</td><td colspan="3">NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN</td><td>QUALITY</td></tr>
<tr><td colspan="5">FICHA DEL INDICADOR DE INFRAESTRUCTURA ADICIONAL PARA HOSTALES Y HOTELES</td></tr>
<tr><td>NOMBRE DEL INDICADOR:</td><td colspan="2">Infraestructura adicional del establecimiento para Hostales y Hoteles.</td><td>CÓDIGO DE LA ENCUESTA:</td><td>004</td></tr>
<tr><td>FECHA:</td><td>00/00/2018</td><td>OBJETIVO DEL INDICADOR:</td><td colspan="2">Generar los resultados de satisfacción del cliente creados por la infraestructura adicional que posee el establecimiento.</td></tr>
<tr><td>UNIDAD DE MEDIDA:</td><td>FRECUENCIA DE LA MEDICIÓN</td><td colspan="2">NUMERADOR:</td><td>FUENTE:</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Porcentaje</td><td rowspan="3">Mensual</td><td colspan="2">Resultado Total 4</td><td rowspan="3">Registro del establecimiento</td></tr>
<tr><td colspan="2">DENOMINADOR:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Número de Encuestas 4</td></tr>
<tr><td colspan="5">FÓRMULA PARA EL CÁLCULO:</td></tr>
<tr><td colspan="5">$$x = \frac{\boldsymbol{Resultado\ Total\ 4}}{\textbf{Número de Encuestas 4}}$$</td></tr>
<tr><td>META A CUMPLIR:</td><td colspan="4">Tener por lo menos el 61% para cumplir la meta mínima.</td></tr>
<tr><td>RESTRICCIONES PARA EL INDICADOR:</td><td colspan="4">Tomar en cuenta todas las encuestas realizadas, no inventar la información para obtener datos verídicos</td></tr>
<tr><td colspan="5">RANGO DE CALIFICACIÓN PARA EL INDICADOR</td></tr>
<tr><td>MUY MALO</td><td>MALO</td><td>BUENO</td><td>MUY BUENO</td><td>EXCELENTE</td></tr>
<tr><td>0 % a 20%</td><td>21% a 40%</td><td>41% a 60%</td><td>61% a 80%</td><td>81% a 100%</td></tr>
<tr><td colspan="5">OBSERVACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="5">Los indicadores proporcionan información valiosa para la toma de decisiones con respecto al establecimiento en busca de la mejora continua, para la calidad en infraestructura.
Si se encontrara dentro de Muy Malo, Malo y Bueno: se implementa una acción para mejorar
Si se encuentra dentro de Muy bueno: Mantener el indicador por lo menos, pero de preferencia tomar alguna acción en busca de la mejora.
Si se encuentra dentro de Excelente: Mantener el indicador y dar a conocer los resultados, tanto a los clientes como al personal.</td></tr>
<tr><td colspan="2">RESPONSABLE DEL INDICADOR:</td><td colspan="3">Recepcionista</td></tr>
<tr><td>APROBACIÓN:</td><td></td><td>RESPONSABLE DEL PROCESO:</td><td colspan="2">Administración</td></tr>
</table>

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 40: Indicador de Gestión – Atención al Cliente

<table>
<tr><td>Logotipo del establecimiento</td><td colspan="3">NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN</td><td>QUALITY</td></tr>
<tr><td colspan="5">FICHA DEL INDICADOR DE ATENCIÓN AL CLIENTE</td></tr>
<tr><td>NOMBRE DEL INDICADOR:</td><td colspan="2">Atención al Cliente</td><td>CÓDIGO DE LA ENCUESTA:</td><td>005</td></tr>
<tr><td>FECHA:</td><td>00/00/2018</td><td>OBJETIVO DEL INDICADOR:</td><td colspan="2">Generar los resultados de satisfacción del cliente creados por la atención recibida dentro del establecimiento.</td></tr>
<tr><td>UNIDAD DE MEDIDA:</td><td>FRECUENCIA DE LA MEDICIÓN</td><td colspan="2">NUMERADOR:</td><td>FUENTE:</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Porcentaje</td><td rowspan="3">Mensual</td><td colspan="2">Resultado Total 5</td><td rowspan="3">Registro del establecimiento</td></tr>
<tr><td colspan="2">DENOMINADOR:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Número de Encuestas 5</td></tr>
<tr><td colspan="5">FÓRMULA PARA EL CÁLCULO:</td></tr>
<tr><td colspan="5">$$x = \frac{\textbf{\textit{Resultado Total 5}}}{\textbf{Número de Encuestas 5}}$$</td></tr>
<tr><td>META A CUMPLIR:</td><td colspan="4">Tener por lo menos el 61% para cumplir la meta mínima.</td></tr>
<tr><td>RESTRICCIONES PARA EL INDICADOR:</td><td colspan="4">Tomar en cuenta todas las encuestas realizadas, no inventar la información para obtener datos verídicos</td></tr>
<tr><td colspan="5">RANGO DE CALIFICACIÓN PARA EL INDICADOR</td></tr>
<tr><td>MUY MALO</td><td>MALO</td><td>BUENO</td><td>MUY BUENO</td><td>EXCELENTE</td></tr>
<tr><td>0 % a 20%</td><td>21% a 40%</td><td>41% a 60%</td><td>61% a 80%</td><td>81% a 100%</td></tr>
<tr><td colspan="5">OBSERVACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="5">Los indicadores proporcionan información valiosa para la toma de decisiones con respecto al establecimiento en busca de la mejora continua, para la calidad en infraestructura.
Si se encontrara dentro de Muy Malo, Malo y Bueno: se implementa una acción para mejorar
Si se encuentra dentro de Muy bueno: Mantener el indicador por lo menos, pero de preferencia tomar alguna acción en busca de la mejora.
Si se encuentra dentro de Excelente: Mantener el indicador y dar un incentivo al personal.</td></tr>
<tr><td colspan="2">RESPONSABLE DEL INDICADOR:</td><td colspan="3">Recepcionista</td></tr>
<tr><td>APROBACIÓN:</td><td></td><td>RESPONSABLE DEL PROCESO:</td><td colspan="2">Administración</td></tr>
</table>

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Tabla 41: Indicador de Gestión – Comentarios Social Media

Logotipo del establecimiento	**NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN**			
FICHA DEL INDICADOR DE COMENTARIOS EN SOCIAL MEDIA				
NOMBRE DEL INDICADOR:	Comentarios en Social Media		**CÓDIGO DE LA ENCUESTA:**	006
FECHA:	00/00/2018	**OBJETIVO DEL INDICADOR:**		
UNIDAD DE MEDIDA:	**FRECUENCIA DE LA MEDICIÓN**	**NUMERADOR:**		**FUENTE:**
Porcentaje	Mensual	Resultado Total 6		Registro del establecimiento
		DENOMINADOR:		
		Número de Encuestas 6		
FÓRMULA PARA EL CÁLCULO:				
$x = \frac{\textbf{Resultado Total 6}}{\textbf{Número de Encuestas 6}}$				
META A CUMPLIR:	Tener por lo menos el 61% para cumplir la meta mínima.			
RESTRICCIONES PARA EL INDICADOR:	Tomar en cuenta todas las encuestas realizadas, no inventar la información para obtener datos verídicos			
RANGO DE CALIFICACIÓN PARA EL INDICADOR				
MUY MALO	**MALO**	**BUENO**	**MUY BUENO**	**EXCELENTE**
0 % a 20%	**21% a 40%**	**41% a 60%**	**61% a 80%**	**81% a 100%**
OBSERVACIÓN				
Los indicadores proporcionan información valiosa para la toma de decisiones con respecto al establecimiento en busca de la mejora continua, para la calidad en infraestructura. Si se encontrara dentro de Muy Malo, Malo y Bueno: Se implementa una acción para mejorar y responder el comentario con una disculpa y mencionar que se van a tomar acciones. Si se encuentra dentro de Muy bueno: Mantener el indicador por lo menos, pero de preferencia tomar alguna acción en busca de la mejora, y responder el comentario con gratitud y mención de mejoras continuas. Si se encuentra dentro de Excelente: Mantener el indicador y responder los comentarios de los clientes con agradecimiento.				
RESPONSABLE DEL INDICADOR:		Recepcionista		
APROBACIÓN:		**RESPONSABLE DEL PROCESO:**	Administración	

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Al haber realizado todos los procesos es necesario la presentación de un informe con toda la información obtenida de los indicadores, para poder tomar decisiones en la mejora continua del establecimiento. De preferencia se coloca todos los resultados obtenidos dentro de la evaluación buena o mala.

Capítulo 6

6. Perfiles Profesionales

En este punto se detallan los perfiles necesarios para los establecimientos que brindan los servicios de alojamiento, la hoja de vida está basada en el formato que exige Socio Empleo una de las mayores redes de trabajo. Se adjunta matrices que detallan los perfiles mínimos que debe poseer el personal que va a laborar dentro de la empresa, como lo son: recepcionista, mesera, cocinero, chef, ama de llaves, y administrador, mismos que detallan las competencias que debe poseer la persona para realizar un buen funcionamiento en sus labores y funciones encomendadas.

Para conseguir calidad en el servicio es necesario que se contrate personal calificado para poder ofrecer un producto que sea capaz de llenar las expectativas creadas por el consumidor. Lo más importante es que nuestro personal este comprometido con el establecimiento.

El profesionalismo debe ser parte de la cultura organizacional, pues si el establecimiento maneja profesionales comprometidos los servicios no solo cumplirán las expectativas de los consumidores, si no que excederán los mismos, en busca de la mejora continua y la retención de clientes, para una fidelización hacia los servicios prestados.

Tener en cuenta que lo que se presenta a continuación es una base que puede ajustarse de acuerdo a las necesidades de los hostales, hoteles u hosterías con el fin de cubrir las necesidades de cada uno. A continuación, se procede a presentar las matrices como una base para que los establecimientos que carecen de esta herramienta dentro de la gestión hotelera, puedan utilizarla como una referencia y sea de utilidad para los distintos establecimientos que brindan servicios de alojamiento.

6.1. Hoja de Vida

La hoja de maneja parámetros básicos de información sobre los trabajadores de la institución o candidatos a ingresar (basada en formato Socio Empleo).

Tabla 42: Hoja de Vida

Foto **Foto**	**HOJA DE VIDA** **Nombre: _____**		
Datos Personales			
• **Cédula de identidad:**			
• **Ciudad / Provincia / País:**			
• **Dirección:**			
• **Teléfono (s):**			
• **Correo electrónico:**			
Instrucción Formal			
• **Cuarto nivel**			
• **Tercer nivel**			
• **Secundaria**			
• **Primaria**			
Vocación / Subactividades:			
• **Oficio:**			
• **Descripción:**			
Capacitación recibida:			
Evento	**Lugar**	**Tiempo**	**Aprobación/Asistencia**
Idiomas:			
Idioma	**Nivel Hablado:**		**Nivel Escrito:**
Experiencia Laboral			
Lugar	**Tiempo**		
Autodeterminación étnica:	**Mestizo ___ Blanco___ Afroecuatoriano ____** **Otros (indique) _____**		
Referencias Personales (por lo menos 3)			
Nombre	**Teléfono**		**Correo**
Referencias Profesionales (por lo menos 3)			
Nombre	**Teléfono**		**Correo**

Elaborado por: Silva, A. (2018).

6.2. Fichas para los perfiles profesionales

En las siguientes tablas se detallan las fichas para los perfiles profesionales de los diferentes puestos de trabajo.

6.2.1. Perfil Profesional del Recepcionista Polivalente

6.2.1.1. Ficha del perfil profesional para el recepcionista polivalente

Tabla 43: Ficha del perfil profesional para recepcionista polivalente

<table>
<tr><th colspan="2">Fichas para el Perfil Profesional:</th><th colspan="4">Recepcionista Polivalente</th></tr>
<tr><th rowspan="3">Área</th><th colspan="2" rowspan="2">Perfil del profesional</th><th colspan="2">Competencias</th><th colspan="2" rowspan="2">Competencias Personales</th></tr>
<tr><th>Laborales</th><th>Profesionales</th></tr>
<tr><th>Títulos Obtenidos</th><th>Experiencia Laboral en cargos similares</th><th>Conocimientos específicos del área</th><th>Habilidades/ Destrezas</th><th>Sociales</th><th>Personales</th></tr>
<tr><td rowspan="10">Recepción</td><td rowspan="10">Título de tercer nivel afín a hotelería o turismo</td><td rowspan="10">1 años como mínimo</td><td>Gestión hotelera</td><td rowspan="3">Manejo de grupos</td><td>Buenas relaciones interpersonales</td><td>Ética personal y profesional</td></tr>
<tr><td>Ingles básico</td><td rowspan="2">Trabajo en equipo</td><td>Actitud proactiva</td></tr>
<tr><td>Administración básico</td><td>Autocontrol</td></tr>
<tr><td>Primeros auxilios</td><td rowspan="3">Capacidad en organización y planificación</td><td rowspan="2">Empatía</td><td rowspan="2">Confiable</td></tr>
<tr><td>Atención al cliente</td></tr>
<tr><td>Dominio con centrales de teléfono</td><td rowspan="2">Fácil socialización</td><td rowspan="2">Responsable</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Manejo de Office medio</td><td rowspan="2">Habilidad de resolver problemas</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Resolución de problemas</td><td>Motivado</td></tr>
<tr><td>Autoconfianza</td></tr>
</table>

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Como se observa en el cuadro anterior, uno de los principales requerimientos es tener un título de tercer nivel, asegura un conocimiento general, fomenta la calidad dentro de la institución, y va a contar con las competencias laborales y profesionales.

La ética personal y profesional es un requerimiento indispensable dentro del personal que labora, pues esto genera confianza en el huésped.

6.2.1.2. Funciones del cargo para un recepcionista polivalente

Tabla 44: Funciones del recepcionista polivalente

CARGO	FUNCIONES
Recepcionista Polivalente	✓ Servir a los visitantes. ✓ Proporcionan toda la información acerca del hotel, hostal u hostería. ✓ Tramitan los servicios que contrate el cliente dentro y fuera del establecimiento (ejemplo taxis, agencias de viajes, etc.), en persona o por otros medios como teléfono o email. ✓ Mantienen un control general de todas las personas que entran y salen del establecimiento, para salvaguardar la seguridad. ✓ Los recepcionistas se encargan de tareas administrativas e informáticas. Para conocer qué habitaciones se encuentran desocupadas, reservadas, y estar preparados antes de la llegada de los huéspedes. ✓ En muchas ocasiones el libro de incidencias debe estar a cargo del recepcionista, en donde se anotan los sucesos ocurridos en el establecimiento en orden de importancia o cronológico según prefieran. Además sirve para resolver los problemas con los clientes. ✓ Resuelve los posibles conflictos con los huéspedes, en especial con las habitaciones como por ejemplo el uso de camas supletorias. ✓ Recepta y resuelve toda clase de quejas y reclamos de los clientes. ✓ Responde, registra y devuelve las diversas llamadas telefónicas. ✓ Recibe y responde los emails, notificaciones, avisos, además de manejar las redes sociales de la institución. ✓ Actualiza cada una de las reservas en la agenda o calendario. ✓ Realiza el check-in y el check-out de los huéspedes. Se solicita la documentación necesaria para registrarlos en la base de datos o Registro para viajeros frecuentes. Asigna y entrega las llaves y control remoto de las habitaciones. ✓ Entrega información turística y de servicios e indica donde se realiza el cambio de moneda extranjera en caso de necesitar. ✓ Realiza las veces de una secretaria, ayuda en la impresión, recepción y envío de documentos (copia, certificados, fax), etc.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

6.2.2. Perfil Profesional del Mesero Polivalente

6.2.2.1. Ficha del perfil profesional para Mesero Polivalente

Tabla 45: Ficha del perfil profesional para mesero polivalente

Fichas para el Perfil Profesional:			**Mesero Polivalente**			
Área	**Perfil del profesional**		**Competencias**		**Competencias Personales**	
			Laborales	**Profesionales**		
	Títulos Obtenidos	**Experiencia Laboral en cargos similares**	**Conocimientos específicos del área**	**Habilidades/ Destrezas**	**Sociales**	**Personales**
Alimentos y bebidas	Título de segundo nivel o bachillerato	1 años como mínimo	Atención al cliente	Resolución de problemas	Buenas relaciones interpersonales	Ética personal y profesional
			Manejo de utensilios	Buena Memoria	Trabajo en equipo	Actitud proactiva
			Promover la carta			Autocontrol
			Etiqueta y protocolo	Manejo del menaje	Empatía	Confiable
					Fácil socialización	Responsable
				Facilidad de palabra	Resolución de problemas	Motivado
				Preparación mise en place		Autoconfianza

Elaborado por: Silva, A. (2018).

En la ficha del Mesero Polivalente no es tan necesaria una educación de tercer nivel, pero si puede ser un extra la experiencia en el área, pues para la atención al público, se necesita personal que haya laborado y sepa hacer las distintas tareas y el manejo de clientes, así como del servicio y buena atención al cliente.

El carisma debe ser parte de la persona que trabaja, pues es necesaria siempre una sonrisa para demostrar la calidez hacia el huésped, dándoles confianza.

En sus manos está la satisfacción del cliente por la atención y servicios que va a percibir, pues el trato recibido genera que el consumidor se predisponga a disfrutar de un momento agradable.

6.2.2.2. Funciones del cargo para mesero polivalente

Tabla 46: Funciones del cargo para mesero polivalente

CARGO	FUNCIONES
Mesero Polivalente	✓ Realiza las tareas designadas de la mejor manera posible. ✓ Trabaja mancomunadamente en equipo con el personal de cocina y los compañeros de restaurante. ✓ Trata al cliente y equipo de trabajo con respeto y cortesía. ✓ Se comunica de manera concisa y clara. ✓ Establece una relación amena con el comensal y la mantiene durante el tiempo que dure el servicio. ✓ Realiza el mise en place dentro del restaurante. ✓ Toma comandas de los consumidores. ✓ Organiza y limpia el restaurante: antes de iniciar la jornada, durante el día después del uso de cada mesa y luego de la jornada laboral. ✓ Contribuye en el servicio y atención al cliente. ✓ Mantiene un registro y control de los insumos del restaurante.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

6.2.3. Perfil Profesional del Cocinero Chef

6.2.3.1. Ficha del perfil profesional para un Cocinero Chef

Tabla 47: Ficha del perfil profesional para Cocinero Chef

<table>
<tr><th colspan="2">Fichas para el Perfil Profesional:</th><th colspan="4">Cocinero Chef</th></tr>
<tr><th rowspan="2">Área</th><th colspan="2" rowspan="2">Perfil del profesional</th><th colspan="2">Competencias</th><th colspan="2" rowspan="2">Competencias Personales</th></tr>
<tr><th>Laborales</th><th>Profesionales</th></tr>
<tr><th>Títulos Obtenidos</th><th>Experiencia Laboral en cargos similares</th><th>Conocimientos específicos del área</th><th>Habilidades/ Destrezas</th><th>Sociales</th><th>Personales</th></tr>
<tr><td rowspan="8">Alimentos y bebidas</td><td rowspan="8">Título de tercer nivel en Gastronomía</td><td rowspan="8">2 años como mínimo</td><td>Cocina nacional</td><td rowspan="3">Montaje del plato</td><td>Buenas relaciones interpersonales</td><td>Ética personal y profesional</td></tr>
<tr><td>Cocina internacional</td><td rowspan="2">Trabajo en equipo</td><td>Actitud proactiva</td></tr>
<tr><td>Cocina tradicional</td><td>Autocontrol</td></tr>
<tr><td>Cocina caliente</td><td rowspan="2">Preparación mise en place</td><td>Empatía</td><td>Trabajo bajo presión</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Cocina fría</td><td rowspan="2">Fácil socialización</td><td rowspan="2">Responsable</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Trabajo a presión</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Repostería</td><td rowspan="2">Resolución de problemas</td><td>Motivado</td></tr>
<tr><td>Autoconfianza</td></tr>
</table>

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Dentro de un establecimiento que ofrece el servicio de hospedaje, la alimentación es un punto a ser tomado en cuenta, pues es muy importante que los alimentos sean preparados de la mejor forma posible con materia prima de calidad para sobrepasar las expectativas de comensal.

Es de suma importancia contar con un profesional en el área con un título de tercer nivel en gastronomía, pues la comida es el área más delicada, además un chef profesional va a incrementar la credibilidad y la confianza necesaria para el establecimiento.

6.2.3.2. Funciones del cargo para un Cocinero Chef

Tabla 48: Funciones del cargo para Cocinero Chef

CARGO	FUNCIONES
Cocinero Chef	✓ Se responsabiliza del buen funcionamiento de la cocina. ✓ Se comunica directamente con los subordinados en la cocina. ✓ Realiza la planificación de menús y cartas, procura ser muy dinámico, creativo e innovador. ✓ Hace la preparación del menú o la carta del restaurante. ✓ Mantiene un control de los suministros dentro de la cocina. ✓ Mantiene un inventario para realizar los pedidos de los suministros faltantes. ✓ Manipula la conservación de materias primas y productos de uso en la cocina. ✓ Reparte, organiza y dirige el trabajo de los ayudantes en la preparación de los platos de la partida o evento. ✓ Colabora en el montaje, servicio y desmontaje de platos y mesas. ✓ Trabaja mancomunadamente con los compañeros y el personal de restaurante.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

6.2.4. Perfil Profesional del Ayudante de Cocina

6.2.4.1. Ficha del perfil profesional para un Ayudante de Cocina

Tabla 49: Ficha del perfil profesional para Ayudante de Cocina

Fichas para el Perfil Profesional:			**Ayudante de cocina**			
Área	**Perfil del profesional**		**Competencias**		**Competencias Personales**	
			Laborales	**Profesionales**		
	Títulos Obtenidos	**Experiencia Laboral en cargos similares**	**Conocimientos específicos del área**	**Habilidades/ Destrezas**	**Sociales**	**Personales**
Alimentos y bebidas	Título de segundo nivel o bachillerato Tecnologado en Gastronomía o Turismo	1 año como mínimo	Cocina media tanto Nacional e Internacional	Manejo correcto de utensilios	Buenas relaciones interpersonales	Ética personal y profesional
					Trabajo en equipo	Actitud proactiva
						Autocontrol
				Tomar comandas	Empatía	Trabajo bajo presión
				Buena retentiva	Fácil socialización	Responsable
					Resolución de problemas	Motivado
						Autoconfianza

Elaborado por: Silva, A. (2018).

El ayudante de cocina debe ser una persona muy proactiva, saber trabajar bajo mucha presión y trabajar en equipo, para una atención de calidad con rapidez, eficacia y eficiencia, para no hacer esperar a los comensales. Actualmente existe personal capacitado en el área de gastronomía y eso ayuda a que la comida sea preparada de la mejor manera, incluyen la presentación de los platos, pues como se dice la comida por la vista entra, y si es acompañada de un exquisito sabor, eso es un sello de presentación, mismo que permitirá que los consumidores regresen al sentirse satisfechos.

6.2.4.2. Funciones del cargo para un Ayudante de Cocina

Tabla 50: Funciones del cargo para Ayudante de Cocina

CARGO	FUNCIONES
Ayudante de Cocina Polivalente	✓ Ayuda al Chef en las tareas que le encomiende. ✓ Manipula los alimentos para su respectiva conservación. ✓ Cuida la limpieza de la cocina. ✓ Se encarga de la preparación de aderezo, salsa entre otros. ✓ Realiza el montaje de platos. ✓ Mantiene limpia la vajilla.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

6.2.5. Perfil Profesional del Ama de Llaves

6.2.5.1. Ficha del perfil profesional para un Ama de Llaves

Tabla 51: Ficha del perfil profesional para Ama de Llaves

<table>
<tr><td colspan="2">Fichas para el Perfil Profesional:</td><td colspan="4">Ama de llaves</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Área</td><td colspan="2" rowspan="2">Perfil del profesional</td><td colspan="2">Competencias</td><td colspan="2" rowspan="2">Competencias Personales</td></tr>
<tr><td>Laborales</td><td>Profesionales</td></tr>
<tr><td>Título Obtenidos</td><td>Experiencia Laboral en cargos similares</td><td>Conocimientos específicos del área</td><td>Habilidades/ Destrezas</td><td>Sociales</td><td>Personales</td></tr>
<tr><td rowspan="7">Pisos</td><td rowspan="7">Título de segundo nivel o bachillerato</td><td rowspan="7">1 año como mínimo</td><td rowspan="2">Limpieza de habitaciones</td><td rowspan="3">Destrezas manuales</td><td>Buenas relaciones interpersonales</td><td>Ética personal y profesional</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Trabajo en equipo</td><td>Actitud proactiva</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Manejo de blancos</td><td>Ágil</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Resolución de problemas</td><td>Empatía</td><td>Discretos</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Lavandería</td><td rowspan="3">Fácil socialización</td><td>Responsable</td></tr>
<tr><td>Motivado</td></tr>
<tr><td>Honradez</td></tr>
</table>

Elaborado por: Silva, A. (2018).

Las habitaciones son parte importante y la presentación forma parte de ello, las o los encargados de esta área deben ser personas integras con valores y principios bien fundamentados, pues a su cargo están las prendas y cosas de valor de los huéspedes, además de la discreción que debe poseer la persona, pues muchas veces va a ser testigos de sucesos comprometedores, mismos que no deben salir de las instalaciones.

La agilidad es indispensable en las personas que están encargadas de las habitaciones, puesto que en temporada alta el trabajo es duro y bajo presión pues deben estar listos los cuartos para los siguientes huéspedes.

6.2.5.2. Funciones del cargo para un Ama de Llaves

Tabla 52: Funciones del cargo para un Ama de Llaves

CARGO	FUNCIONES
Ama de llaves Polivalente	✓ Planifica y distribuye las habitaciones a cada personal a su cargo (en caso de tener más empleados). ✓ Limpia las habitaciones. ✓ Mantiene un control de los suministros de pisos. ✓ Mantiene inventario de los suministros, blancos, entre otros. ✓ Verifica el estado de la limpieza de las habitaciones. ✓ Se encarga de la lavandería y limpieza de blancos. ✓ Identifica anomalías dentro de las habitaciones y pasillos. ✓ Planifica el programa de mantenimiento y reparación de las anomalías.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

6.2.6. Perfil Profesional del Ayudante de un Administrador

6.2.6.1. Ficha del perfil profesional para un Administrador

Tabla 53: Ficha del perfil profesional para Administrador

Fichas para el Perfil Profesional:			**Administrador**			
Área	**Perfil del profesional**		**Competencias**		**Competencias Personales**	
			Laborales	**Profesionales**		
	Títulos Obtenidos	**Experiencia Laboral en cargos similares**	**Conocimientos específicos del área**	**Habilidades/ Destrezas**	**Sociales**	**Personales**
Administración	Título de tercer nivel en Administración de Empresas hoteleras o turísticas	2 años como mínimo	Administración	Manejo de office	Buenas relaciones interpersonales	Ética personal y profesional
			Atención al cliente		Trabajo en equipo	Actitud proactiva y positiva
			Gestión hotelera básica	Manejo de grupos		Autocontrol
					Empatía	Confiable
			Gestión en turismo básico			Líderazgo
					Fácil socialización	Responsable
			Prestación de servicios	Resolución de problemas		Motivado
			Contabilidad básica			Autoconfianza

Elaborado por: Silva, A. (2018).

En la actualidad existen muchas personas graduados en administración, pero si es necesario que se tenga en cuenta que la persona que ingrese al cargo debe conocer sobre la hotelería y el turismo, pues la gran diferencia con administrar empresas es que, la mayoría de los servicios son intangibles, y es por esto que se necesita conocimientos en atención al cliente y prestación de servicios.

La persona que asume la administración debe ser un líder nato, capaz de llevar al éxito a su equipo, en busca de la superación personal de todos los miembros, quien impulse a la mejora continua y genere servicios de calidad.

6.2.6.2. Funciones del cargo para un Administrador

Tabla 54: Funciones del cargo para un Administrador

CARGO	FUNCIONES
Administrador	✓ Administra la operación del establecimiento, planifica, organiza, controla y evalua las actividades y servicios prestados. ✓ Administra el área financiera del establecimiento con el fin de aumentar los beneficios y la rentabilidad que producen. ✓ Preparar, revisar y afirmar presupuestos de las diferentes áreas del hotel con el fin de garantizar el uso, seguimiento y control de ingresos y egresos. ✓ Toma decisiones para mejorar el funcionamiento de la empresa de alojamiento.

Elaborado por: Silva, A. (2018).

7. Seguridad en el establecimiento hotelero

Al realizar las visitas a los establecimientos, como punto principal de prioridad los administradores y dueños de los hoteles, hostales y hosterías, pusieron que los huéspedes buscan seguridad dentro de las instalaciones.

7.1. Pasos para la instalación del circuito de cámaras

1. **Realizar un esquema o diagrama basándote en los lugares que necesitan ser vigilados.** Monitorear cada centímetro cuadrado del establecimiento hay que priorizar las áreas con mayor interés a vigilar. Sería bueno instalar cámaras en:

- ✓ Puertas delanteras y posteriores
- ✓ Recepción del hotel
- ✓ Espacios grandes y comunes (estacionamiento, canchas, piscinas, entre otros)
- ✓ Escaleras, pasillos, entrada a las habitaciones, cocina, restaurante

2. **Comprar de los equipos de vigilancia**. Una vez que se sepa cuántas cámaras son necesarias, se precisa qué tipo de cámaras se necesitan. Un sistema de vigilancia puede costar desde unos pocos o cientos de dólares hasta más de mil dólares, así que se determina qué tipo de cámaras son necesarias.

- ✓ Inalámbricas o cableadas: el sistema inalámbrico es fácil de instalar y no es necesario taladrar. Sin embargo, a medida que se separa del receptor, la calidad puede ser inferior. Si se va a cubrir un área grande, se elige cámaras cableadas, aunque la instalación de las cámaras sea más difícil.
- ✓ Para interior o exterior: se tiene que tener en cuenta donde se van a colocar el sistema de vigilancia
- ✓ Con sensor de movimiento: existen cámaras que graban si detectaran movimiento, el mismo que permite ahorrar espacio y energía.
- ✓ Si se compra un kit de vigilancia completo, generalmente el DVR viene incluido con la cámara.

3. **Instalación del sistema.** Hay que probar los equipos antes de instalarlo, hay que asegurarse de que todos los cables, las cámaras y monitores funcionen conectándolos antes de comenzar con la instalación.

7.2. Pasos para realizar un plan de prevención de riesgos

1. **Determinación de posibles desastres**. - Identificar los posibles riesgos ya sean naturales como terremoto, erupciones volcánicas, entre otros antropogénicos (causadas por el hombre) como incendios.
2. **Realización de un mapa de identificación de los lugares seguros y peligrosos. -** Elaborar un mapa de las instalaciones el mismo que deberá contener vías de evacuación, lugares de encuentro, zonas seguras y peligrosas.
3. **Se elabora un plan de acción. –** Debe ser realizado con prioridad a las iniciativas más importantes para cumplir con el plan de prevención de riesgos, de esta manera, un plan de acción es una guía que ayuda a la hora de una emergencia.
4. **Socialización del plan de prevención de riesgos.** - Se socializara el plan a todos los trabajadores y usuarios de las instalaciones para que en caso de una emergencia cada uno sepa que hacer.
5. **Capacitaciones sobre primeros auxilios.** - Todos los trabajadores deberán estar capacitados en caso de una emergencia ellos podrán ayudar a socorrer y a evacuar a los huéspedes de las instalaciones.
6. **Kit de primeros auxilios (botiquín).** - Es un elemento básico para las personas que brindan un primer auxilio, ahí están los elementos indispensables para socorrer a las víctimas de una enfermedad o accidentes repentinos, y en muchos casos son decisivos para salvar vidas.
7. **Kit de extinción de incendios.** - Dentro de todos los establecimientos hoteleros se contará con un número adecuado de extintores (de acuerdo al tamaño de cada establecimiento), los mismos que deberán estar colocados en lugares estratégicos y de fácil acceso.
8. **Colocación de señalética.** - la colocación de señalética es un sistema de comunicación visual, es un conjunto de señales o símbolos que ayudan a guiar, orientar u organizar a las personas, las

mismas que permitirá llegar a los huéspedes a los lugares seguros y alejarlos de los sitios con mayor riesgo.

7.3. Plan de prevención de riesgos laborales

Para la elaboración de este plan se toma en cuenta el FORMATO MODELO DE PLAN MÍNIMO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES que proporciona el Ministerio de Relaciones Laborales el mismo que se puede obtener en el siguiente link http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Modelo-Plan-Mínimo-Prevencion-de-Riesgos.pdf o a su vez revisar el Anexo 4.

8. Financiamiento para mejoras

Actualmente el estado proporciona la ayuda necesaria para la actividad turística, a través de créditos que otorga a un interés muy bajo, con el fin de potencializar el desarrollo del turismo dentro del territorio ecuatoriano. Para poder acceder a este crédito primero se realiza un proyecto bien fundamentado, en el cual se detalle que se va a realizar con el dinero, por lo tanto el primer paso es dirigirse al Ministerio de Turismo, esta entidad tiene la obligación de proporcionar la información sobre los requisitos que se necesita, además es el encargado de encaminar a los interesados en los pasos a seguir para la aprobación del proyecto.

Una vez que se obtiene la aprobación del proyecto, el Ministerio de Turismo es el encargado de dar un favorable informe para que la Corporación Financiera Nacional, misma que se encarga del proceso para la acreditación del dinero una vez cumplido todos los requerimientos.

La Corporación Financiera Nacional se demora en el trámite aproximadamente un mes, para el desembolso del dinero. Además, cabe recalcar que el préstamo debe ser mayor a $50.000, y el interés depende de la cantidad de ayuda que el proyecto brinda a la comunidad, que empieza desde el 9 % aproximadamente hasta los 13%.

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

- El establecimiento de un Diagnóstico Situacional permitió generar información real y verídica de acuerdo a todos los resultados concebidos a través del FODA, siendo esta la principal herramienta mediante la cual, se obtuvo las necesidades y falencias que presentaban los establecimientos hoteleros. Y teniendo presente que el turismo es prioridad para el gobierno como fuente generadora de empleo, fue imperativo instituir las falencias que genera una mala organización por falta de conocimientos y competencias dentro del ámbito administrativo.

- Los factores que fueron determinantes para mediar la calidad del servicio, en su gran mayoría están determinados por la intangibilidad, siendo está la principal causa que determina la satisfacción del cliente; es por esta razón que se utilizaron los modelos SERVPERF y SERVQUAL, mismos que se enfocan de manera objetiva en la percepción del visitante. Y a través del estudio realizado se encontró que la mayoría de las personas buscan vivir una experiencia que enmarque al viaje como un todo, desde lo que pueden palpar hasta lo que pueden sentir.

- La creación del sistema para la evaluación del sistema de calidad en el servicio al cliente tuvo la ayuda de los especialistas en Administración y Turismo, que identificaron los elementos necesarios para poder implementar esta herramienta de gestión, puede ser utilizado en los establecimientos que buscan la mejora continua en cuanto a calidad.

- Esta herramienta fue diseñada con el afán de que los establecimientos que brindan servicios de hospedaje, dispongan un mínimo de normas de calidad, para mejorar el servicio al cliente, puesto que a muchos de ellos no les interesaba fomentar una cultura de calidad, pero al sentirse en la necesidad de captar a más clientes por la alta demanda debían mejorar los servicios ofertados, lo que permitió el acceso a la información.

6.2. Recomendaciones

- Se recomienda que para la utilización de las dimensiones de la calidad sean el enfoque, de acuerdo a las necesidades de la localidad en las que van a ser utilizadas, como herramienta, y se recomienda hacer un análisis exhaustivo de la información conjuntamente con los actores de los establecimientos, con el fin de llegar a realizar un Sistema que sirva y sea de fácil aplicación y uso por parte de los responsables de los hoteles, hostales y hosterías.

- Para la creación del Sistema es importante tener en cuenta la ayuda de expertos en el área , que conozcan la realidad de la localidad, sepan cual son las fortalezas, falencias y debilidades, con el fin de poder mejorar lo malo y mantener lo bueno dentro de los establecimientos. Además es necesario buscar a profesionales en las 2 áreas críticas como lo son el Turismo y Administración.

- En la actualidad el mundo de los establecimientos hoteleros se ha vuelto muy competitivo, es por eso que entre mejor sea la percepción que recibe el cliente, aumentará la posibilidad de que los turistas o clientes regresen, pues al crear una cultura de calidad se mejora los servicios y se llena las expectativas del cliente.

Referencias

Abascal, F. (2002). *Consumidor, Clientela y Distribución .* Madrid: ESIC.

Aguilar, A. (2015). *MF1100_3 Calidad, seguridad y protección ambiental en restauración .* Madrid: Elearning.

Alarcón, F., & Scaramutti, A. (Mayo de 2015). *Universidad San Francisco de Quito.* Obtenido de Repositorio: http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/4849

Alcalde, P. (2009). *Calidad.* Madrid: PARANINFO.

Alles, M. (2006). *Desarrollo del Talento Humano Basado en Competencias .* Buenos Aires: Ediciones Granica.

Aranda, M., & Ramírez, D. (2014). *Administración de Calidad.* México: Patria.

Arroyo, K., & Chávez, M. (01 de Julio de 2015). *Sistemas de evaluación de eficiencia en procesos de atención al cliente.* Obtenido de http://190.95.226.74/bitstream/45000/47/1/SISTEMA%20DE%20EVALUACION%20DE%20EFICIENCIA%20EN%20PROCESOS%20DE%20ATENCION%20AL%20CLIENTE%20EN%20AREAS%20DE%20FRONT%20DESK%20Y%20A%26B%20EB%20ESTABLECIMIENTOS%20HOTELEROS%20DE%20TRES%20ESTRELLAS%20DEL%20CENTRO%20

Bartolomé, S. (2018). *Organización Empresarial y de Recursos Humanos.* Madrid: CEP.

Bastos, A. (2006). *Fidelización del Cliente.* Barcelona: Ideas propias.

Beltrán, J. (1995). *Indicadores de Gestión.* Bogotá: 3R Editores.

Bernal, C. (2006). *Metodologia de la investigacion para Administracion, Economia, Humanidades y Ciencias sociales.* Mexico: Pearson.

Botía, M., & Orozco, L. (2012). Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas : Sus características en el sector turismo. *Scielo*.

Brown, A. (1992). *Gestion de la Atencion al Cliente.* Madrid: Diaz de Santos S.A.

Castellucci, D. (01 de Abril de 2011). Sistemas de Calidad en Turismo: Posibilidades de restricciones de su implementación en Mar del Plata. ar de plata, Argentina: Universidad de la Plata.

Castro, J. (2005). *La investigacion del entorno natural.* Bogota: Universidad Pedagogica Nacional.

Chopra, M., Patel, S., & Sanders, D. (2007). *Mejora de los programas de nutricion: Un instrumento de analisis para la accion.* Roma: Fao.

Crowther, W. (1993). *Manual de Investiacion-Accion para la evaluacion cientifica en el ambito administrativo.* San Jose: Euned.

Cuesta, A. (2010). *Gestión del Talento Humano y del Conocimiento.* Bogotá: Ecoe Ediciones.

De la Parra, E. (1996). *La Virtud del Servicio.* México: ISEF.

del Rio, Fernando. (1960). *La Evaluacion en el trabajo del informador.* Turrialba.

Diéz, E., Navarro, A., & Peral, B. (2003). *Dirección de la Fuerza de Ventas.* Madrid: ESIC.

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR*, 64-80.

Fallas, H., & Herrera, V. (1998). *Evaluación e Implementación de un Sistema de Calidad en Instituciones Educativas.* San Jose: Universidad Estatal a Distancia.

Fallas, V. H. (s.f.). *Evaluación e Implementación de un Sistema de Calidad en Instituciones Educativas.* Universidad Estatal a Distancia.

Fernández, M., & Sánchez, J. (1997). *Eficacia organizacional: concepto desarrollo y evaluación.* Madrid: Díaz de Santos S.A.

Gil, M. d., & Celma, M. D. (2002). *Concepto, Contenido y Objetivos de la Administración de Empresas.* Málaga: UOC.

Gosso, F. (2008). *Hipersatisfaccion del cliente.* Mexico D.F: Panorama.

Griful, E., & Canela, M. (2002). *Gestion de Calidad.* Barcelona: CPET.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2008). *Metodologia de la investigacion.* Mexico: The McGran Hill.

Jimenez, L., & Ortega, E. (3 de Octubre de 2012). Modelo de Evaluación de Servicio al Sliente para las Pymes. Mexico D.F, Mexico.

Lahera, A. (2005). *Enriquecer el Factor Humano.* Barcelona: Ediciones de Intervención Cultural/ El Viejo Topo.

Laws, E. (2004). *Improving Tourism and Hospitality Services.* London: CABI Piblishing.

Lopéz, S. (2006). *Implantación de un Sistema de Calidad.* Ideas Propias.

Lucas, A. (1997). *La Comunicación en la Emprea y en las Organizaciones.* Barcelona: Bosch Casa Editorial.

Martínez, O. (01 de Marzo de 2010). *UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONÓMA DE NICARAGUA.* Obtenido de Evaluación de la Calidad del Servicio Turístico en las Empresas: http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/2070/1/219532.pdf

Medina, M. (2000). *Evalaución de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio.* Murcia: FG Graf.

Menorca, C., Leonor, M., Ayensa, E., & Borondo, J. (2014). *La Calidad en las Organizaciones Turísticas.* Madrid: Ediciones Paraninfo.

Menorca, Carlos; Menorca Leonor; Ayensa, Emma; Borondo, Jorge. (2014). *La Calidad en las Organizaciones Turísticas.* Madrid: Ediciones Paraninfo.

Ministerio de Fomento de España. (05 de 2005). Orientacion al cliente. En M. d. España.

Ministerio de Industria, Energía y Turismo España. (31 de Enero de 2013). *alojamientoconectados.es.* Obtenido de http://www.alojamientosconectados.es/turismo/sites/default/files/10.%20Calidad%20Hotelera.pdf

Ministerio de Turismo. (30 de Diciembre de 2014). *Ministerio de Turismo.* Obtenido de Noticias: http://www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuatoriano-en-su-mejor-momento/

Ministerio de Turismo Argentina. (01 de Enero de 2017). *turismo. gov.ar.* Obtenido de Ministerio de Turismo/Calidad en Turismo: http://turismo.gov.ar/calidad/calidad-en-turismo

Ministerio de Turismo Ecuador. (31 de Enero de 2017). *http://servicios.turismo.gob.ec* . Obtenido de Sistema de Calidad Destinos: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/sistema-de-calidad-destinos

Palacios, D. (2014). *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó.* Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 420-450.

París, F. (2005). *La Planificación Estratégica .* Barcelona: Paidotribo.

Paz, R. (2007). *Atención al Cliente Guía Práctica de Técnicas y Estrategias.* Vigo: Ideas Propias.

Pérez, J. (1994). *Gestión de la Calidad Empresarial.* Madris : Esic .

Pérez, R., Martínez, R., Noda, M., & De Miguel, M. (2015). La satisfacción del cliente, influencia en la lealtad. Análisis del destino Holguín. *Ciencias Holguín* , 1-17.

Perez, V. (2006). *Calidad Total en la Atencion al Cliente.* Vigo: Ideas Propias.

Perez, Vanesa. (2006). *Calidad Total en la Atencion al Cliente.* Ideas Propias.

Publicaciones Vértice. (2008). *Calidad en el Servicio al Cliente.* Málaga : Vértice .

Publicaciones Vértice. (2010). *Atención al Cliente.* Málaga: Publicaciones Vértice.

Publicaciones Vértice. (2010). *Gestión de la Calidad ISO 9001 en Hostelería .* Málaga: Vértice .

PUCESE. (2013). Manual de Atencion al Cliente. Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador: CEPAM.

Puig-Durán, J. (2006). *Certificación y Modelos de Calidad en Hostelería y Restauración .* Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Quisiguiña, C. (25 de Mayo de 2016). *BCM Ecuador.* Obtenido de Evolución y Perspectivas del sector Hotelero Ecuatoriano: http://www.bcmecuador.com/single-post/2016/05/25/Evoluci%C3%B3n-y-Perspectivas-del-sector-Hotelero-Ecuatoriano-1

Rebeil, M. R. (2000). *El Poder de la Comunicación en las Organizaciones.* México D. F.: Plaza y Valdés.

Republica del Ecuador . (09 de Enero de 2008). Ley de Turismo. Quito, Ecuador.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional.* México : Pearson Educación .

Rodriguez, E. (2005). *Metodologia de la investigacion.* Mexico: Universidad Juarez Autonoma de Tabasco.

Sánchez, P. (2012). *Comunicación y Atención al Cliente.* Madrid: Editex.

Seto, D. (2004). De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente. Madril: ESIC.

Setó, D. (2004). *De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente.* Madrid: ESIC.

Smith, J. (2000). *Retener y Fidelizar a los Clientes.* Barcelona: Gestión 2000.

Solorzano, G., & Aceves, J. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *El Buzón de Pacioli, ITSON*, 4-13 .

Suárez, R. (2015). *El Nivel de Calidad de Servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo servqual caso: centro de idiomas de la universidad nacional del callao periodo 2011 - 2012".* Lima: Universidad Nacional de San Marcos.

Swift, R. (2002). *CRM Como Mejorar las Relaciones con los Clientes.* México: Pearson Eduacación.

Tordera, N., Martinez, V., & Caballer, A. (1995). Dimensiones de Calidad de Servicio en Hosteleria. Valencia, España.

University of Texas. (1992). *Nueva economía: órgano de la Academia Nacional de Ciencias Económicas.* Austin : La académia .

Vargas, M., & De Vega, L. (2007). Calidad y Servicio. En *Conceptos y Herramientas 3ra edicion .* Bogota: ECOE.

Wellintong, P. (2008). *Cómo brindar un servicio integral al cliente.* Colombia: Mc Graw Hill.

Anexos

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA (Anexo 1)

SOPORTE RECOLECCIÓN DE DATOS AL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA POSTGRADOS

"DESARROLLO DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS HOSTALES DE LA CIUDAD DEL PUYO"

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN PLANEACIÓN

Objetivo general del proyecto: Desarrollar un sistema de evaluación que mejore la calidad del servicio para la potencialización de los establecimientos hoteleros en la ciudad del Puyo.

Objetivo del instrumento: Recolectar información sobre la situación actual y que elementos deben ser tomados en cuenta para la elaboración de un sistema de calidad en el servicio para los hostales, hoteles y hosterías de la ciudad del Puyo.

Nombre del centro: Establecimientos hoteleros
Localidad: Puyo **Provincia:** Pastaza

A) Recolección de información sobre Sistemas de Calidad en el servicio dentro de los establecimientos.
B) Recolección de información sobre evaluación en atención al cliente.
C) Recolección de los servicios que ofrecen los establecimientos de hospedaje.
D) Revisión de la Ley de Turismo para los establecimientos hoteleros.
E) Revisión de las dimensiones de la calidad para atención al cliente.
F) Realización del análisis situacional Matriz FO FA DO DA

Elaborador por	Revisado por		Fecha
Silva Angélica	Mg. Paul Ortiz		Sep/2017

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA (Anexo 2)

SOPORTE RECOLECCION DE DATOS AL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA POSTGRADOS

"DESARROLLO DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS HOSTALES DE LA CIUDAD DEL PUYO"

Herramienta realizada para la evaluación de las hosterías, hoteles y hostales de la ciudad del Puyo

Objetivo del instrumento: Recolectar información sobre los elementos a ser tomados en cuenta para la elaboración de un sistema de calidad en el servicio para los hostales, hoteles y hosterías de la ciudad del Puyo.
Instrucciones: Marque con una equis **(X)** en la opción que concuerde a su criterio y conteste con la verdad.

Nombre del centro: Establecimientos hoteleros
Localidad: Puyo **Provincia:** Pastaza

VARIABLE	Dimensiones de la calidad					
INDICADOR	Situación de los establecimientos					
ELEMENTO	**DIMENSIONES**	**EXISTENCIA**		**APLICACIÓN**		
		Si	**No**	**Mucho**	**Poco**	**Nada**
CALIDAD	1. Elementos tangibles: Apariencia físicas de las instalaciones, personal, equipos y material.					
	2. Fiabilidad: Habilidad para la ejecución del servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.					
	3. Capacidad de Respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido, eficiente y eficaz.					
	4. Profesionalidad: Posesión de las destrezas, habilidades y conocimiento requeridos del proceso de la prestación de servicios.					

	5. Cortesía: Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.					
	6. Credibilidad: Veracidad, creencias y honestidad en el servicio que se provee.					
	7. Seguridad: Inexistencia de peligros y riesgos.					
	8. Accesibilidad: lo accesible a las locaciones y facilidad con lo que se puede contar.					
	9. Comunicación: Mantener a los clientes bien informados, con un lenguaje que pueda entender, así como para escuchar sus peticiones.					
	10. Comprensión del cliente: Hacer el esfuerzo de conocer a nuestros clientes y las necesidades de los mismos.					

Observaciones:

_____
_____
_____
_____

Elaborador por	Revisado por		Fecha
Silva Angélica	Mg. Paul Ortiz		Sep/2017

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADOS

LISTA DE CHEQUEO (Anexo 3)

APOYO RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN AL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA POSTGRADOS

"DESARROLLO DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS HOSTALES DE LA CIUDAD DEL PUYO"

Herramienta creada para los expertos con el fin de recolectar los elementos que estarán dentro del Manual de un sistema de evaluación de la calidad en el servicio al cliente.

Objetivo del instrumento: Recolectar información sobre los elementos a ser tomados en cuenta para la elaboración de un sistema de calidad en el servicio para los hostales, hoteles y hosterías de la ciudad del Puyo.

Instrucciones Marque con una equis **(X)** en la opción que concuerde a su criterio.

Nombre del centro: Establecimientos hoteleros

Localidad: Puyo **Provincia:** Pastaza

ELEMENTOS	CRITERIO		OBSERVACIONES
	SI	NO	
Elementos organizacionales: Misión y Visión, valores, políticas objetivos			
Estructura Organizacional			
Proceso definidos dentro de los establecimientos			
Diagrama de flujo para los procesos dentro los establecimientos.			
Cultura de calidad			
Dimensiones de la calidad			
Identificación de la Calidad Física, Corporativa e Interactiva.			
Identificación de los determinantes de la calidad			
Lineamientos básicos para las determinantes de la calidad			
Líneas de Acción para los determinantes			
Herramientas de seguimiento para la percepción de la calidad del servicio			

Evaluación post del servicio al cliente			
Procesamiento de la información			
Indicadores de Gestión para la evaluación de la calidad de atención al cliente			
Informes de los resultados			
Hoja de vida estándar			
Fichas técnicas para perfiles profesionales			
Funciones básicas de los perfiles			
Áreas de capacitación al personal			
Seguimiento a los prestadores de servicio			
Documentos de respaldo			
Plan de emergencias			
Plan de seguridad laboral			
Circuito para la seguridad física			

Elaborador por	**Revisado por**		**Fecha**
Silva Angélica	Mg. Paul Ortiz		Sep/2017

ANEXO 4

FORMATO MODELO DE PLAN MÍNIMO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El presente documento es un modelo de Plan Mínimo de Prevención de Riesgos Laborales que servirá de guía para la elaboración del mismo. Por favor tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- *El presente modelo es aplicable para la gran mayoría de sectores laborales, los artículos e ítems presentados han sido obtenidos textualmente de diferentes cuerpos legales, revise y escoja los artículos e ítems que son aplicables a la realidad de su negocio.*
- *El punto de partida para elaborar el Plan Mínimo de Prevención de Riesgos es la* ***Matriz de Riesgos Laborales MRL.***

Recuerde:

✓ *Para elaborar un Plan Mínimo de Prevención de Riesgos, así como las diferentes matrices de riesgos laborales, es necesario contar plenos conocimientos de Seguridad y Salud Ocupacional y de los procesos laborales del centro de trabajo.*

Normativa Legal:

- *Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo. Decisión 584*
- *Reglamento al instrumento andino de Seguridad y Salud. Resolución 957*
- *Reglamento de Seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo. Decreto 2393*
- *Reglamento para el funcionamiento de los servicios médicos de empresas. Acuerdo No. 1404*
- *Colores y Señales de Seguridad. Norma Técnica Ecuatoriana INEN ISO 3864-1*
- *Colores de identificación de tuberías Norma Técnica Ecuatoriana INEN 440:84*
- *Transporte, Almacenamiento y Manejo de materiales peligrosos. Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2266*
- *Etiquetado de Precaución. Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2288*
- *Extintores portátiles Inspección, Mantenimiento y Recarga. Norma Técnica Ecuatoriana INEN 739*
- *Reglamento de Seguridad y Salud para la Construcción y Obras Publicas. Acuerdo N° 174*
- *Convenios Internacionales OIT ratificados por la República del Ecuador.*
- *Acuerdo Ministerial 220. Guía para elaboración de Reglamentos Internos de Seguridad y Salud en el Trabajo.*

POLITICA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL DE (NOMBRE DE LA EMPRESA)

(NOMBRE DE LA EMPRESA) dedicado a ……, quien realiza un trabajo responsable especialmente para la industria de ……., busca la satisfacción de sus clientes y sus colaboradores, con puntualidad y calidad en la entrega de sus productos.

Con este fin, la (NOMBRE DE LA EMPRESA) se compromete a:

- Cumplir con la legislación vigente aplicable, así como con los compromisos adquiridos con las partes interesadas.
- Gestionar y prevenir los riesgos, laborales, de salud, ambientales y de calidad que se generan como parte de las actividades del trabajo ejecutado.
- Promover, la creación de una cultura basada en el compromiso con la seguridad, la salud y el ambiente, mediante la continua información y supervisión de las tareas propias de la ejecución de los trabajadores solicitados.
- Comunicar y promover la adopción de estos compromisos a sus colaboradores.
- Compromiso de optimizar los recursos económicos, técnicos, y humanos
- Mejora continua en seguridad, salud de los trabajadores
- Cumplir con la legislación vigente en Seguridad y Salud.

(REPRESENTANTE LEGAL ó PROPIETARIO)

C.I. ……..

PLAN MÍNIMO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

RAZÓN SOCIAL Y DOMICILIO

……

Pichincha, Ecuador

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL: (como consta en el RUC)

……

OBJETIVOS DEL PLAN MINIMO DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

1. Cumplir con toda la normativa nacional vigente
2. Prevenir los riesgos laborales, sean estos provenientes de accidentes de trabajo o enfermedad profesional, señalar los actos o condiciones inseguras.
3. Crear una cultura de prevención de Riesgos Laborales en las actividades de trabajo.

CAPITULO I

DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS

Artículo 1.- OBLIGACIONES DE (NOMBRE DE LA EMPRESA)

El empleador tendrá las siguientes obligaciones en materia de seguridad y salud en el trabajo:

a) Formular la política empresarial y hacerla conocer a todo el personal que se encuentre bajo su dirección.
b) Formular objetivos, planes y programas y apoyar el cumplimiento de los mismos, involucrar la participación de los trabajadores.
c) Identificar y evaluar los riesgos, en forma inicial y periódicamente, con el fin de programar planes de acción preventivos y correctivos.
d) Controlar los riesgos identificados, en su origen, en el medio de trasmisión y en el trabajador, privilegiar las medidas colectivas sobre las individuales. En caso de que estas medidas sean insuficientes, se proporciona, sin costo alguno para el trabajador, la ropa de trabajo y/o de protección personal necesarios.
e) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del Plan Mínimo de Seguridad y Prevención de Riesgos y difundirlo entre todos sus trabajadores.

Artículo 2.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Los trabajadores tendrán el **derecho** a:

a) Desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado que garantice su salud, seguridad y bienestar.
b) Sin perjuicio de cumplir con sus obligaciones laborales, los trabajadores tienen derecho a interrumpir su actividad, por motivos razonables, considere que existe un peligro inminente que ponga en riesgo su seguridad o la de otros trabajadores, previa la notificación y verificación de su patrono. En tal supuesto, no podrán sufrir perjuicio alguno, a menos que hubieran obrado de mala fe o cometido negligencia grave.
c) A recibir información sobre los riesgos laborales
d) Solicitar inspecciones al centro de trabajo
e) Conocimiento y confidencialidad de los exámenes médicos.

Los trabajadores tendrán las siguientes **obligaciones** en materia de prevención de riesgos laborales:

a) Cumplir con las normas, reglamentos e instrucciones de los programas de Seguridad y Salud en el Trabajo que se apliquen en el lugar de trabajo, así como con las instrucciones que les impartan sus superiores jerárquicos directos.
b) Usar adecuadamente los instrumentos y materiales de trabajo, así como los equipos de protección individual y colectiva.
c) No operar o manipular equipos, maquinarias, herramientas u otros elementos para los cuales no hayan sido autorizados y, en caso de ser necesarios, capacitados.
d) Informar a sus superiores acerca de acciones o condiciones inseguras de cualquier situación de trabajo (actividades, equipos, instalaciones, herramientas, entre otras), que a su juicio entrañe, por motivos razonables un peligro para la Seguridad o la Salud de los trabajadores.
e) Informar a su Jefe Directo oportunamente, sobre cualquier dolencia que sufran y que se haya originado como consecuencia de las labores que realizan o de las condiciones y ambiente de trabajo.

Artículo 3.- PROHIBICIONES DE (NOMBRE DE LA EMPRESA)

Quedará totalmente prohibido.

a) Obligar a sus trabajadores a laborar en ambientes insalubres; salvo que previamente se adopten las medidas preventivas necesarias para la defensa de la salud.
b) Permitir a los trabajadores que realicen sus actividades en estado de embriaguez o bajo de la acción de cualquier toxico.
c) Facultar al trabajador el desempeño de sus labores, sin el uso de la ropa de trabajo y quipo de protección personal.
d) Permitir el trabajo en maquinas, equipos, herramientas o locales que no cuenten con las defensas o guardas de protección u otras seguridades que garanticen la integridad física de los trabajadores.
e) Dejar de cumplir las disposiciones o indicaciones que sobre prevención de riegos establezcan las autoridades competentes en materia de Seguridad y Salud del trabajo
f) Permitir que el trabajador realice una labor riesgosa para la cual no fue entrenado previamente.
g) Contratar niñas y niños y adolescentes, queda prohibido.

Artículo 4.- PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES

Está prohibido a los trabajadores:

a) Participar en riñas, juegos de azar o bromas en lugares y horas de trabajo. Cometer imprudencias, bromas o actos que puedan causar accidentes de trabajo.
b) Consumir drogas o alcohol en el trabajo o en cualquier instalación de la entidad. A la persona que infrinja esta regla se le retirara del área de trabajo y se le suspenderá inmediatamente de sus funciones.
c) Efectuar trabajos no autorizados, sin el debido permiso o entrenamiento previos.
d) Modificar, destruir, remover sistemas de seguridad o accesorios de protección de los equipos, herramientas, maquinaria y áreas restringidas con que cuenta la entidad.

Artículo 5.- <u>INCUMPLIMIENTO Y SANCIONES - INCENTIVOS</u>

(NOMBRE DE LA EMPRESA) adoptará las medidas necesarias para sancionar, a quienes por acción u omisión incumplan lo previsto en el presente documento y demás normas sobre prevención de riesgos laborales. La sanción se aplicará en consideración, entre otros, la gravedad de la falta cometida, el número de personas afectadas, la gravedad de las lesiones o los daños producidos o que hubieran podido producirse por la ausencia o deficiencia de las medidas preventivas necesarias y si se trata de un caso de reincidencia.

Artículo 6.- En caso de incumplimiento de las disposiciones constantes en el presente plan, se aplicarán las sanciones que disponen el Código del Trabajo y el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo (Decreto Ejecutivo 2393) y de acuerdo a la gravedad de la falta cometida según se indica
a continuación.

a) **FALTAS LEVES:** Se consideran faltas leves aquellas que contravienen los reglamentos, leyes y normas, que no ponen en peligro la integridad física del trabajador, de sus compañeros de trabajo o de los bienes de la empresa-
b) **FALTAS GRAVES:** Se consideran faltas graves todas las transgresiones que causen daños físicos o económicos a los trabajadores, a la empresa o a terceros relacionados con la empresa, así como aquellas transgresiones que sin causar efectivamente daños físicos o económicos, impliquen alto riesgo de producirlos.
c) **FALTAS MUY GRAVES:** Se consideran faltas muy graves todo evento que cause daños físicos o económicos a los trabajadores, a los bienes de la empresa o a la integridad de terceros relacionados con la empresa o que sean un evento reincidente.

CAPITULO II

DEL SISTEMA DE GESTION DE SEGURIDAD Y SALUD: ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

Artículo 7.- DELEGADO DE SEGURIDAD Y SALUD DEL TRABAJO:

Se elegirá de entre todos los colaboradores, por votación y mayoría simple un delegado de Seguridad y Salud del Trabajo, el número de trabajadores no supera las 15 personas; y estará registrado ante el Ministerio de Relaciones Laborales.

Artículo 8.- RESPONSABLE DE PREVENCIÓN DE RIESGOS:

(NOMBRE DE LA EMPRESA) nombrará un responsable de prevención de riesgos de entre todos sus colaboradores, luego de brindar la capacitación adecuada para asumir dicha función.

El responsable de prevención de riesgos, tendrá las siguientes funciones:

a) Reconocer, prevenir y controlar los riesgos laborales.
b) Facilitar el adiestramiento de sus trabajadores en materia de seguridad.
c) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones descritas en el presente documento.
d) Mantener la comunicación y retroalimentación en temas de prevención de riesgos, de accidentes de trabajo con todos sus colaboradores.

Deberá ser registrado conforme a la ley ante el Ministerio de Relaciones Laborales.

Artículo 9.- MÉDICO OCUPACIONAL DE VISITA PERIÓDICA:

Se contará con la asistencia periódica de un médico ocupacional, registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales, conforme la ley; el mismo que de encargará de:

a) Aplicación del programa de vigilancia de la salud.
b) Capacitar sobre prevención de enfermedades profesionales, además de dictar charlas en temas de salud ocupacional.

Artículo 10.- RESPONSABILIDAD DEL EMPLEADOR O PATRONO

En materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, el Patrono tendrá las siguientes responsabilidades:

a) Liderar y facilitar el cumplimento del presente documento.
b) Asignar recursos para la adecuada ejecución de las disposiciones descritas en este Plan Mínimo de Seguridad, así como para la prevención de los Riesgos Laborales.
c) Mantener permanente comunicación con todos sus trabajadores, sobre todo para la prevención e identificación de riesgos, actos o condiciones inseguras.

d) Desarrollar y ejecutar programas preventivos basados en la identificación de riesgos, aplicar controles en la fuente, en el medio de transmisión y en el trabajador.

CAPITULO III

PREVENCION DE RIESGOS DE LA POBLACION VULNERABLE

Artículo 11.- PERSONAL FEMENINO

En caso de contar con personal femenino, se salvaguarda la salud reproductiva, evitar exposiciones a factores de riesgo, que pueden incidir sobre la trabajadora o su hijo (a)

Artículo 12.- MENORES DE EDAD

Se prohíbe la contratación de menores de edad.

Artículo 13.- PERSONAS CON DISCAPACIDAD

(NOMBRE DE LA EMPRESA), según el puesto de trabajo, podrá contratar personal con discapacidades, controlar los riesgos y cumplir con la legislación, por lo cual los empleados con discapacidad, serán asignados a actividades que no afecten su condición psicofísica.

Artículo 14.- PERSONAL EXTRANJERO

En caso de contar con personal extranjero, se garantizará las mismas condiciones que aplican al personal nacional, en el tema de Seguridad y Salud en el Trabajo.

CAPITULO IV

DE LA PREVENCION DE RIESGOS PROPIOS DE LA ACTIVIDAD LABORAL

Artículo 15.- Consta en la Matriz de Riesgos Laborales anexa.

CAPITULO V

DE LOS ACCIDENTES MAYORES

Artículo 16.- Para prevenir la ocurrencia de eventos como incendio y/o explosión se adoptaran los siguientes controles:

a) Verificar las condiciones eléctricas de todo equipo o máquina antes de su uso.
b) No modificar, ni realizar instalaciones eléctricas sin autorización.

c) Evitar cargas excesivas en tomacorrientes.
d) Almacenar adecuadamente productos químicos como pinturas, solventes y comestibles, considerar:

i. El área donde se los almacena deberá ser alejada de otros materiales combustibles que pudieran favorecer la creación de un fuego.
ii. Usar envases y tapas que cierren correctamente.
iii. Mantener identificados todos los envases.

Artículo 17.- <u>DE LA ORGANIZACIÓN PARA LA RESPUESTA A EMERGENCIAS</u>

(NOMBRE DE LA EMPRESA), ante una situación de emergencia deberá conocer el modo de actuación a seguir y comunicarlo a sus colaboradores. Para esto, se tendrá en cuanta lo siguiente, dentro de las instalaciones de cada proyecto y en las instalaciones propias o taller del mismo:

a) Identificar un área segura o punto de encuentro, en caso de evacuación.
b) Establecer salidas de emergencia que permanezcan siempre libres y sin seguro
c) Establecer o localizar vías de evacuación hacia el área segura o punto de encuentro de cada sitio.
d) Contar o localizar la ubicación del sistema de alarma que pueda ser activado en caso de emergencia y que alerte a todo el personal.
e) Colocar extintores portátiles en la zona de más alto riesgo de incendio, en el caso de taller; y
f) Conocer la ubicación de extintores, hidratantes o cajetines de emergencia en los proyectos donde se ejecuten actividades.

CAPITULO VI

SEÑALIZACIÓN

Característica	**Uso**	**Ejemplo**
PROHIBICIÓN: Redonda, con pictograma negro, fondo blanco, borde y banda roja	Prohibido el paso, prohibido estacionar, prohibido fumar, entre otros.	
OBLIGACIONES: Obliga un comportamiento determinado, es redonda, con pictograma blanco y	Uso de equipos de protección personal	

fondo azul		
SOCORRO O SALVAMENTO: Indicación de señales para evacuación, es rectangular o cuadrada con pictograma blanco, fondo verde	Vías de evacuación, salidas de emergencia, punto de primeros auxilios, teléfono de emergencia, ducha de seguridad, lavaojos	  
ADVERTENCIA: Advierte peligros existentes. Triángulo equilátero de borde y pictograma negro sobre fondo amarillo	Riesgo eléctrico, riesgo de ruido, hombres trabajando, entre otros.	 
RELATIVAS A EQUIPOS CONTRA INCENDIOS: Indican la ubicación o lugar donde se encuentran equipos de control de incendios. Son rectangulares o cuadradas, con	Extintores, hidrantes, monitoreos, pulsadores de alarmas.	

pictograma negro y fondo rojo		

CAPITULO VII

DE LA VIGILANCIA DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES

Artículo 18.- <u>VIGILANCIA DE LA SALUD</u>

a) Los empleadores serán responsables de que los trabajadores se sometan a los exámenes médicos de preempleo, periódicos y de retiro, acorde con los riesgos a que están expuestos en sus labores. Tales exámenes serán practicados, preferentemente, por médicos especialistas en salud ocupacional y no implicarán ningún costo para los trabajadores y, en la medida de lo posible, se realizarán durante la jornada de trabajo.

b) Los trabajadores tienen derecho a conocer los resultados de los exámenes médicos, de laboratorio o estudios especiales practicados con ocasión de la relación laboral. Asimismo, tienen derecho a la confidencialidad de dichos resultados, limitándose el conocimiento de los mismos al personal médico, sin que puedan ser usados con fines discriminatorios ni en su perjuicio. Sólo podrá facilitarse al empleador información relativa a su estado de salud, si el trabajador preste su consentimiento expreso.

CAPITULO VIII

DEL REGISTRO E INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES E INCIDENTES

Artículo 19.- <u>INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES</u>

a) Es obligación del responsable, investigar y analizar los accidentes, incidentes y enfermedades de trabajo, con el propósito de identificar las causas que los originaron y adoptar acciones correctivas y preventivas tendientes a evitar la ocurrencia de hechos similares, además de servir como fuente de insumo para desarrollar y difundir la investigación y la creación de nueva tecnología.
b) Todo accidente deberá ser notificado, investigado y reportado de acuerdo con el procedimiento de notificación, investigación y reporte de accidentes e incidentes de la empresa.
c) El responsable de Seguridad y Salud, deberá elaborar y entregar el reporte de notificación de todo accidente con baja, es decir, que causaré la pérdida de más de una jornada laboral. Dicho reporte, deberá ser enviado a la Dirección de Riesgos del Trabajo del IESS, en el término de diez (10) días, contados desde la fecha del siniestro. En caso de ser un accidente que involucre a un tercero, bajo la modalidad de Actividades Complementarias, Servicios Técnicos Especializados o Empresas Contratistas, los representantes de dichas empresas, deberán proceder con la notificación de acuerdo con lo indicado anteriormente.

d) En los meses de Enero y Julio, el o responsable junto con el médico de visita periódica que realiza visitas periódicas para la vigilancia de la Salud, enviarán una copia del concentrado de seis meses de la accidentabilidad y la morbilidad laboral al Ministerio de Relaciones Laborales.

Artículo 20- REGISTRO DE ACCIDENTES – INCIDENTES

a) Será Obligación del Responsable, el llevar el registro de los accidentes de trabajo e incidentes laborales ocurridos, así como las estadística de accidentabilidad respectiva.
b) En el caso de empresa o institución contrastar el déficit de gestión existente en la prevención de riesgos laborales, que ocasionaron el accidente; o las medidas de seguridad aplicadas durante el trabajo, en el caso de los afiliados sin relación de dependencia o autónomos;
c) Definir y motivar los correctivos específicos y necesarios para prevenir la ocurrencia y repetición de los accidentes de trabajo;
d) Establecer las consecuencias derivadas del accidente del trabajo;
e) Apoyar y controlar a las organizaciones laborales para que estas provean ambientes saludables y seguros a los trabajadores afiliados al IESS; a la aplicación de procedimientos de trabajo seguros en el caso de los afiliados sin relación de dependencia o autónomos y,
f) Puntualizar la responsabilidad de la organización laboral y del afiliado sin relación de dependencia o autónomo en relación al accidente de trabajo.
g) En los meses de Enero y Julio, el Jefe de la Unidad de Seguridad y Salud o responsable, junto con el médico del Servicio Médico de Empresa o el que realiza visitas periódicas para la vigilancia de la Salud, enviará una copia del concentrado de seis meses de la accidentabilidad y la morbilidad laboral al Ministerio de Relaciones Laborales e IESS.

CAPITULO IX

DE LA INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS

Artículo 21.- INDUCCIÓN, FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

a) Los trabajadores tienen derecho a estar informados sobre los riesgos laborales vinculados a las actividades que realizan. Complementariamente, los empleadores comunicarán las informaciones necesarias a los trabajadores sobre las medidas que se ponen en práctica para salvaguardar la seguridad y salud de los mismos
b) Todo trabajador nuevo, antes de iniciar su actividad laboral, deberá realizar el proceso de inducción específica al puesto de trabajo.
c) Toda empresa de Actividades Complementarias, Servicios Técnicos Especializados o Empresas Contratistas, contratada por la empresa, deberá cumplir con el proceso de inducción general básico de la empresa Contratante, así como con su propio proceso de inducción al puesto de trabajo
d) La información y capacitación en prevención de riesgos, deberá centrarse principalmente en:
    1. Los factores de riesgos significativos presentes en el lugar de trabajo y relacionados con las actividades a desarrollarse, en especial las de alto riesgo.

2. Las lecciones aprendidas generadas a partir de la ocurrencia de accidentes y/o incidentes ocurridos en la operación.
3. Las recomendaciones sugeridas después de la realización y análisis de simulacros.
4. Educación para la Salud.

e) El Responsable y el Médico de Visita Periódica, son los responsables de establecer los canales de información sobre los aspectos relacionados con las Salud Ocupacional y Seguridad Industrial.

CAPITULO X

DE LOS EQUIPOS DE PROTECCION PERSONAL

Artículo 22.- EQUIPOS DE PROTECCIÓN Y ROPA DE TRABAJO

a) El responsable de Seguridad y Salud, definirá las especificaciones y estándares que deberán cumplir los equipos de protección individual a ser utilizados por sus trabajadores.
b) La empresa, en la realización de sus actividades, priorizará la protección colectiva sobre la individual.
c) El equipo de protección individual requerido para cada empleado y trabajador, en función de su puesto de trabajo y las actividades que realiza, será entregado de acuerdo con los procedimientos internos.
d) Todos los empleados y trabajadores, deberían ser capacitados para el uso apropiado de los equipos de protección individual que utiliza, su correcto mantenimiento y los criterios para su reemplazo.
e) Todo equipo de protección individual dañado o deteriorado, deberá ser inmediatamente reemplazado antes de iniciar cualquier actividad. Para cumplir con este requerimiento, la empresa deberá mantener un stock adecuado de los equipos de protección individual para sus empleados y trabajadores.

CAPITULO XI

DE LA GESTIÓN AMBIENTAL

Artículo 23.- GESTIÓN AMBIENTAL

La empresa cumplirá con la legislación nacional aplicable y vigente sobre conservación y protección del ambiente. Para cumplir dicho cometido, deberá:

1. Proveer condiciones de trabajo seguras, saludables y ambientalmente sustentables.
2. Evitar cualquier tipo de contaminación e impacto adverso sobre el ambiente y las comunidades de su área de influencia.
3. Monitorear periódicamente aquellas emisiones gaseosas, líquidas y sólidas, requeridas por la reglamentación nacional, de acuerdo con los cronogramas establecidos y aprobados por las entidades Ambientales de Control, relacionadas con las actividades de la empresa.

CAPITULO XI

DISPOSICIONES GENERALES O FINALES

Quedan incorporadas al presente Plan Mínimo de Prevención de Riesgos, todas las disposiciones contenidas en el Código de Trabajo, sus reglamentos, los reglamentos sobre seguridad y salud ocupacional en general, las normas y disposiciones emitidas por el IESS y las normas internacionales de obligatorio cumplimiento en el País, las mismas que prevalecerán en todo caso.

FIRMAS

RESPONSABLE DE ELABORAR EL PLAN MÍNIMO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS

GERENTE GENERAL, REPRESENTANTE LEGAL O PROPIETARIO DE LA EMPRESA